

ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

ევროპეისტიკის დეპარტამენტი

ხელნაწერის უფლებით

ლოლა ბერიძე

**სამეტყველო ეტიკეტის თავისებურებები სატელევიზიო
დისკურსში**

(ინგლისური და ქართული ენების მასალებზე დაყრდნობით)

სპეციალობა - ლინგვისტიკა

ა ნ ო ტ ა ც ი ა

(წარმოდგენილია ფილოლოგიის დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: პროფესორი ი. გოშხეთელიანი

ბათუმი - 2020

სადისერტაციო ნაშრომი შესრულებულია ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ევროპეისტიკის დეპარტამენტში

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ირინე გომბეთელიანი ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი.

შემფასებლები: რამაზ სვანიძე აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი;

ჟუჟუნა გუმბარიძე შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი;

ნანა ცეცხლაძე შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი.

უცხოელი შემფასებელი: ცვეტელინა ჰარაკჩიისკა ანგელ კანჩევის რუსეს უნივერსიტეტის ასოც. პროფესორი, ბულგარეთი

სადისერტაციო ნაშრომის დაცვა შედგება 2020 წლის 11 ივლისს, შაბათს, 15:00 საათზე, 37-ე აუდიტორიაში, ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტის სადისერტაციო საბჭოს მიერ შექმნილი სადისერტაციო კომისიის სხდომაზე.

მისამართი: ბათუმი 6010, ნინოშვილის/რუსთაველის ქ. 35/32

სადისერტაციო ნაშრომის გაცნობა შეიძლება ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ილია ჭავჭავაძის ბიბლიოთეკაში, ხოლო სადისერტაციო ნაშრომის ანოტაციისა - ამავე უნივერსიტეტის ვებ-გვერდზე (www.bsu.edu.ge).

სადისერტაციო საბჭოს მდივანი,

ფილოლოგიის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი

ნ. ფარტენაძე

შესავალი

მსოფლიოს ნებისმიერი ქვეყნის საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაში მასობრივი ინფორმაციის გადაცემის საშუალებებს წამყვანი როლი მიუძღვის. მათგან დღესდღეობით ყველაზე პოპულარული **ტელევიზიაა**. იგი დღითიდღე უფრო და უფრო დიდ ზეგავლენას ახდენს ყველა ასაკობრივი ჯგუფისა და სოციალური ფენის მაყურებელზე. მოკლედ, სოციუმზე ზემოქმედების ხარისხით ტელევიზია უმთავრესია. სამეცნიერო-ტექნიკური რევოლუციის მიღწევათაგან არცერთი არ შესულა კაცობრიობის ცხოვრებაში ისე სწრაფად და არ მოუხდენია მის განვითარებაზე ისეთი გლობალური ზემოქმედება, როგორც – ტელევიზიას.

თანამედროვე მეცნიერები სატელევიზიო დისკურსს განიხილავენ, როგორც ვერბალური და არავერბალური გამოხატულების ერთ-ერთ აქტიურ ფორმას და მიიჩნევენ, რომ მისი რეალიზაცია სხვადასხვა ენაში თავისებურია.

ჩვენ, უპირველეს ყოვლისა, გვინტერესებს სატელევიზიო დისკურსის ენა, ენა იმ სოციალური ინსტიტუტისა, რომელიც პასუხს აგებს საზოგადოებაში ფასეულობების, მორალური პრინციპებისა და ქცევის ნორმების ჩამოყალიბებაზე, გამოხატავს ტრადიციებსა და ეროვნულ მენტალიტეტს; ახორციელებს რთულ კომუნიკაციას და აქვს აუდიტორიაზე მრავალმხრივი ზემოქმედების უდიდესი პოტენციალი.

თემის **აქტუალურობას** განაპირობებს ის ფაქტი, რომ მასმედიის დისკურსი სულ უფრო და უფრო ხშირად ხდება ენათმეცნიერების კვლევის ობიექტი, რადგანაც მისი სხვადასხვა სახის, განსაკუთრებით კი სატელევიზიო დისკურსის მიმართ საზოგადოების ინტერესი დღითიდღე იზრდება. ქართულ ტელევიზიაში მომრავლდა პოლიტიკური და გასართობი ტოკშოუები, რომლებიც ანალოგებია ევროპული და ამერიკული გადაცემებისა, თუმცა ელფერი ეროვნულია. ამ გადაცემების ქართულ და

ამერიკულ ვარიანტებს შორის მსგავსება-განსხვავება, მათი ლინგვისტური თავისებურებების კვლევა ნაკლებად არის შესწავლილი ქართულ ენათმეცნიერებაში. სწორედ ამან განაპირობა თემის არჩევანი.

კვლევის მიზანია:

- განისაზღვროს სამეცნიერო ეტიკეტის მნიშვნელობა და მისი როლი საზოგადოებაში;
- აღწეროს სატელევიზიო ეტიკეტი და მისი გავლენა მეცნიერების კულტურაზე;
- განისაზღვროს მასმედიის დისკურსის როგორც ლინგვისტური, ისე ექსტრალინგვისტური თავისებურებები;
- გამოვლინდეს, რა გავლენას ახდენს სხვადასხვა სოციოკულტურული გარემო სატელევიზიო დისკურსის კონსტრუირებაზე;
- ტოკშოუ დახასიათდეს, როგორც სატელევიზიო დისკურსის ერთ-ერთი გამორჩეული ჟანრი;
- გამოვლინდეს სხვადასხვა ფორმატის ტოკშოუს სტრუქტურა და წამყვანებისა და მოდერატორების ვერბალური და არავერბალური თავისებურებები;
- შედარება-შეპირისპირებითი ანალიზის საფუძველზე დადგინდეს მსგავსება-განსხვავება ინგლისურსა და ქართულ სამეცნიერო ეტიკეტს შორის.

კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე ნაშრომი წარმოადგენს ცდას, ეტაპობრივად დაისახოს და გადაიჭრას შემდეგი კონკრეტული ამოცანები:

- სატელევიზიო დისკურსის ცნების განსაზღვრა;

- ტოკშოუს ორი ძირითადი ქვეყანარისა და მათი ზოგადი ლინგვისტური და ექსტრალინგვისტური თავისებურებების გამოვლენა;
- სატელევიზიო ეტიკეტის ფუნქციებისა და მისი დამახასიათებელი ძირითადი ნიშნების განსაზღვრა;
- სატელევიზიო სამეტყველო ეტიკეტის თავისებურებების განხილვა და მათი გავლენა საზოგადოებაზე;
- ამერიკული და ქართული გასართობი და პოლიტიკური ტოკშოუს ლინგვისტური თავისებურებების გამოვლენა და მათ შორის არსებული მსგავსება-განსხვავებების გამოკვეთა.

ნაშრომის **სიახლე** ისაა, რომ ამერიკული და ქართული სამეტყველო ეტიკეტის საკითხი სატელევიზიო დისკურსში, რომელიც ასახავს თანამედროვე სატელევიზიო ინტერაქტიული პროცესების რეალურ სახეს, ნაკლებად არის შესწავლილი. მოცემული თემა გარკვეულ წვლილს შეიტანს სატელევიზიო დისკურსში ეტიკეტის კვლევის საკითხში. გარდა ამისა, ჩატარებული კვლევის მეთოდოლოგიამ, რომელსაც ეფუძნება ჩვენ მიერ შემუშავებული კლასიფიკაცია, საშუალება მოგვცა, დეტალურად შეგვესწავლა ამერიკული და ქართული სატელევიზიო დისკურსის ეტიკეტის ენობრივი თავისებურებები.

ნაშრომის თეორიულ ბაზას წარმოადგენს მკვლევრების: რ. სვანიძის (2012), მ. ნებიერიძის (2011), დ. სართანიას (2002), ე. ლარინას (2003/2004), ნ. ფორმანოვსკაიას (1989/2008), ფ. გრაისის (1975), ა. ტოლსონის (1991), ბ. თიმბერგის (2002), ე. მარტინესის (2003), გ. ლიჩის (1983), ლ. ჰაარმანის (1999) ზ. ჰარისის (2012) და სხვათა სამეცნიერო სტატიები, დისერტაციები და მონოგრაფიები.

კვლევის ობიექტს წარმოადგენს სამეტყველო ეტიკეტი ქართულსა და ამერიკულ ტოკშოუებში. ესენია: **პოლიტიკური ტოკშოუები**: „არჩევანი“, „პირისპირ“,

„რეაქცია“; The Washington Week”, “ The next revolution”, “Justice with Jeanine Pirro”, “Piers Morgan Tonight”;

სოციალური თემატიკის გასართობი ტოკშოუები: „ნანუკა ჟორჟოლიანის შოუ“, „ფარული კონვერტი“, „პრაიმ შოუ“, “Ellen Degeneres Show”, Steve Harvey’s Show; The View.

კვლევის ზოგადი მეთოდოლოგია უშუალოდ გამომდინარეობს ჩვენ მიერ დასახული და ფორმულირებული მიზნიდან: როდესაც ვიკვლევთ სამეტყველო ეტიკეტის და სატელევიზიო დისკურსის ლინგვისტურ თავისებურებებს ტოკშოუში, აუცილებელია ისეთ დისციპლინათა დაკავშირება, როგორებიცაა: ლინგვისტიკა, კულტუროლოგია და ჟურნალისტური თეორია. აქედან გამომდინარე კვლევის ძირითად მეთოდოლოგიად უნდა მივიჩნიოთ **ინტერდისციპლინარიზმი**, როგორც თანამედროვე ჰუმანიტარული აზროვნების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი პარადიგმული ტენდენცია. კვლევის დროს ასევე გამოყენებულია **დაკვირვების, აღწერილობითი და შეპირისპირებითი მეთოდები**. ეს უკანასკნელი იძლევა საშუალებას, დავინახოთ ტოკშოუს ზოგადი და ნაციონალურ-სპეციფიკური ნიშნები.

ნაშრომის **თეორიულ ღირებულებას** წარმოადგენს ის, რომ მასში თავმოყრილი და გაანალიზებულია ამ საკითხზე არსებული სამეცნიერო ლიტერატურა, გამოკვეთილია სატელევიზიო დისკურსის, კერძოდ, მისი ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული ჟანრის – ტოკშოუსთვის დამახასიათებელი თავისებურებები. ნაშრომი შეიცავს დისკურსის ანალიზის, პრაგმატიკის, ენათა ტიპოლოგიისა და კულტუროლოგიისათვის ფასეულ დაკვირვებებსა და დასკვნებს.

ნაშრომის **პრაქტიკული ღირებულება** ისაა, რომ გაანალიზებული მასალის გამოყენება შესაძლებელი იქნება დისკურსის ანალიზის, პრაგმატიკის და სემანტიკის სალექციო კურსებში. იგი ასევე დააინტერესებს ჟურნალისტებს და ჟურნალისტური თეორიით დაინტერესებულ პირებს.

ნაშრომის სტრუქტურა შეესაბამება მის მიზნებსა და ამოცანებს. ნაშრომი შედგება შესავლის, ოთხი თავის, ზოგადი დასკვნების და გამოყენებული ლიტერატურის ნუსხისაგან.

შესავალში დასაბუთებულია საკვლევი პრობლემის არჩევანის მართებულობა, გამოკვეთილია კვლევის მიზნები და ამოცანები, ხაზგასმულია ნაშრომის აქტუალურობა და მეცნიერული სიახლე, მისი თეორიული და პრაქტიკული ღირებულება. გარდა ამისა, განსაზღვრულია კვლევის მეთოდოლოგიური ასპექტები.

ნაშრომის პირველ თავში – „სატელევიზიო დისკურსი, როგორც დისკურსის ერთ-ერთი სახე და მისი ლინგვისტური თავისებურებები“ საუბარია ზოგადად მედიადისკურსის, კერძოდ, სატელევიზიო დისკურსის თავისებურებებზე, დეტალურად არის შესწავლილი მისი ერთ-ერთი ჟანრის – ტოკშოუს ჩამოყალიბების და განვითარების ისტორია, მისი ლინგვისტური თუ ექსტრალინგვისტური თავისებურებები, ქვეჟანრები და სახეები (პოლიტიკურ-ანალიტიკური და გასართობი, სოციალურ საკითხებზე დაფუძნებული) და თავისებურებები, გამოკვეთილია მათ შორის არსებული მსგავსება-განსხვავებანი.

ნაშრომის მეორე თავში – „სამეტყველო ეტიკეტის რაობა და მისი ფუნქციები“ საუბარია სატელევიზიო სამეტყველო ეტიკეტის, მისი ფუნქციების, ნიშნების და ეტიკეტის ფორმების შესახებ.

ნაშრომის მესამე-მეოთხე თავებში გამოვლენილია ქართული და ამერიკული პოლიტიკური და გასართობი ტოკშოუების თავისებურებები, გამოკვეთილია მათ შორის არსებული ლინგვისტური მსგავსება-განსხვავებანი სამეტყველო ეტიკეტის თვალსაზრისით.

ნაშრომის დასკვნით ნაწილში მოცემულია კვლევის შედეგების თეორიული განზოგადება.

თავი I

სატელევიზიო დისკურსი როგორც დისკურსის ერთ - ერთი სახე და მისი ლინგვისტური თავისებურებები

1.1. სატელევიზიო დისკურსი, როგორც მედია დისკურსის ერთ-ერთი სახე. სატელევიზიო დისკურსის თავისებურებები

მედიის კვლევა წარმოუდგენელია დისკურსული ანალიზის გარეშე. ეს ის სფეროა, რომელიც უკვე მრავალი მეცნიერის მიერ იქნა შესწავლილი და გაანალიზებული, თუმცა დღემდე აქტიურად შეისწავლება და არ კარგავს აქტუალობას. ენა ცოცხალი ორგანიზმია, სიახლეების წყაროა, შესაბამისად ტერმინის განმარტება და გამოყენება ფართოვდება და იხვეწება. მეცნიერებაში სიტყვა „დისკურსის“ დამკვიდრებამ და შემდეგ ამ ცნების ფართო თვალსაზრისით განხილვამ, განაპირობა ისეთი სფეროების კვლევის ანალიზი, როგორცაა: პოლიტიკური დისკურსი, რეკლამის დისკურსი, ინტერნეტ დისკურსი და მისთ. სხვადასხვა ლინგვისტურ სფეროებში სწრაფად მოხდა ტერმინის ადაპტაცია და მეცნიერებმაც კვლევის ინტერესებიდან გამომდინარე დაიწყეს კონკრეტული სფეროების დისკურსული ანალიზი (ცინცაძე 2016:13).

მეცნიერები მედია დისკურსს სხვა დისკურსებისაგან განსხვავებით უწოდებენ „ყველაზე დაგეგმილს“. მას უდიდესი ზეგავლენა აქვს ჩვენს ცნობიერებაზე, აზრის ჩამოყალიბებაზე, რადგან სწორედ მედიის საშუალებით ხდება მსოფლიოში მიმდინარე მოვლენების ასახვა. მედია, უახლესი ინფორმაციის მოპოვების წყაროდ ითვლება, მისი საშუალებით ხდება საზოგადოებაზე მანიპულირება და ფსიქოლოგიური ზემოქმედება (ცინცაძე, 2016:12).

დაახლოებით იგივე აზრია გატარებული შემდეგ ციტატაშიც: „მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებზე საუბრისას, არ უნდა დავივიწყოთ, რომ ამ ტიპის დისკურსის ნებისმიერ ჟანრს გააჩნია თავისი მიზანი და შედეგი, რომელიც მიმართულია იმოქმედოს ადრესატის ამა თუ იმ მხარეზე, მის ემოციურ ან

ინტელექტუალურ სფეროზე, აიძულოს შეასრულებინოს მაცურებელს, მსმენელს თუ მკითხველს გარკვეული მოქმედებები, სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, შეცვალოს ადამიანის ფსიქოლოგიური მდგომარეობა და მისი ცოდნა“ (Тырыгина, 2010:9).

მედია დისკურსი მიეკუთვნება ისეთ ინტერაქციებს, რომელიც ხორციელდება სამაუწყებლო პლატფორმის საშუალებით (ზეპირი თუ წერილობითი), სადაც დისკურსი არის ორიენტირებული მკითხველზე, მსმენელზე თუ მაცურებელზე (O’Keeffe 2011: 441).

საუბრის ანალიზის კვლევის ობიექტს მედიაში წარმოადგენს არა მხოლოდ ვერბალური ელემენტები, არამედ სოციალური ინტერაქციაც. დისკურსული მიდგომის პოზიციებიდან გამომდინარე საუბრის ანალიზის დროს ყურადღება მახვილდება ურთიერთობისას მონაწილეების მეტყველებით ქცევაზე, სადაც აუცილებელია გავითვალისწინოთ ფაქტორები, რომლებიც მოქმედებენ ისეთი სტრატეგიული გეგმების შემუშავებაზე, რომლებიც განსაზღვრავენ ჟურნალისტიკისა და მოსაუბრის ქცევასა და საუბრის წარმოების კონკრეტულ ტექნოლოგიას (Scannell 1998: 251-267).

გამოიყოფა მედია დისკურსის ორი მთავარი ტიპი: სასაუბრო და წერილობითი. **წერილობითი მედია დისკურსი** მოიცავს გაზეთებისა და ჟურნალების ტექსტებს, ხოლო **სასაუბრო მედია დისკურსი** მიმართულია რადიო მსმენელზე ან სატელევიზიო აუდიტორიაზე(O’Keeffe, 2011: 441).

თანამედროვე ეტაპზე მასმედიის საშუალებებს შორის ყველაზე პოპულარული **ტელევიზიაა**. ტელევიზია დღითიდღე უფრო პოპულარული ხდება და უფრო და უფრო დიდ ზეგავლენას ახდენს ყველა ასაკობრივი ჯგუფისა და სოციალური ფენის ენის მატარებლებზე.

ტერმინი **„სატელევიზიო დისკურსი“** ფართოდ გამოიყენება სოციოლოგიაში, ეთნოკულტუროლოგიაში და, რა თქმა უნდა, ჟურნალისტიკაში. ვ. ი. კარასიკის მიერ შეთავაზებული კლასიფიკაციის თანახმად, სატელევიზიო დისკურსი წარმოადგენს

მასობრივ-საინფორმაციო დისკურსის ნაწილს, ვინაიდან ტერმინი „მასობრივი ინფორმაცია“ მოიცავს ტელევიზიასაც (Карасик,2000:5).

ნ. ლუმაწის თანახმად, ის რაც განასხვავებს მასობრივ-საინფორმაციო დისკურსს სხვა სახის დისკურსებიდან, არის ის, რომ გამგზავნისა და ადრესატებს შორის ვერ შედგება უშუალო ინტერაქცია ტექნიკის გამოყენების გარეშე(Луман,2012:10

მიუხედავად იმისა, რომ ზოგჯერ გამგზავნისა და ადრესატებს შორის უშუალო ინტერაქცია შესაძლებელია, ის ვერასდროს ვერ შედგება ყველა ადრესატთან. ეს თავისებურება იწვევს მასმედიის სტანდარტიზაციას და უნიფიკაციას. როგორც მეცნიერი შენიშნავს, კომუნიკაცია წარმოიშობა მხოლოდ მაშინ, როდესაც მას ვიღაც ხედავს, უსმენს ან კითხულობს (იქვე, 13). რადგან ტელევიზიას თავისი სპეციფიკური ნიშნები აქვს, რომლებიც მას მასობრივი ინფორმაციის სხვა საშუალებებისგან განასხვავებს და გამიჯნავს, ლოგიკური იქნება, სატელევიზიო დისკურსი გამოვეყოთ, როგორც მასობრივ-საინფორმაციო დისკურსის ერთ-ერთი განსაკუთრებული სახეობა.

სამეცნიერო-ტექნიკური რევოლუციის მიღწევებს შორის არცერთი არ შესულა კაცობრიობის ცხოვრებაში ისე სწრაფად და არ მოუხდენია მის განვითარებაზე ისეთი დიდი ზეგავლენა, როგორც ტელევიზიას.

მკვლევარი ვოლოდინა საუბრობს ტელევიზიის ზეგავლენის შესახებ ენის მატარებლებზე და მიუთითებს ტელევიზიის ორგვარ როლზე, მის პოზიტიურ და ნეგატიურ როლზე: სატელევიზიო ენა „საინფორმაციო საზოგადოებაში“ წარმოადგენს ეროვნული ენის მოდელს, ის აქტიურად ზემოქმედებს სალიტერატურო ენის ნორმაზე. ერთი მხრივ, იგი ამდიდრებს ჩვენს მეტყველებას ახალი სიტყვებით, მეორე მხრივ, აბინძურებს ენას ჟარგონიზმებით, სლენგური გამონათქვამებით და უცხოური სიტყვებით(Володина,2008:10). რუსი მკვლევრები ბუდანოვა და ხარლიცკიც მიუთითებენ ტელევიზიის ნეგატიურ როლზე ენის განვითარებაზე. ბუდანოვა თვლის, რომ ტელევიზია ხელს უწყობს ენის თანდათანობით გაუარესებას, მისი უნიკალობის დაკარგვას. ზოგჯერ ჟურნალისტები მიზნად ისახავენ ყოველდღიური

სასაუბრო სტილის, სლენგური სიტყვების, სალანძღავი გამოთქმების პროპაგანდას (Буданова, 1996:96). ყოველივე ის, რისი გამოყენებაც ყოფით საუბარშია შესაძლებელი, მასმედიის სფეროშიც დაშვებულია თანამედროვე ეტაპზე (Харлицкий, 1998:59).

ერთი რამ კი ცხადზე ცხადია, სატელევიზიო დისკურსი წარმოადგენს იმ სოციალური ინსტიტუტის ენას, რომელიც პასუხს აგებს საზოგადოებაში ფასეულობების, მორალური პრინციპებისა და ქცევის ნორმების ჩამოყალიბებაზე; იგი ეროვნული ტრადიციების და ეროვნული მენტალიტეტის გამომხატველია; ტელევიზია წარმოადგენს იმ სოციალურ ინსტიტუტს, რომელიც ახორციელებს რთულ კომუნიკაციას და გააჩნია აუდიტორიაზე მრავალმხრივი ზემოქმედების უდიდესი პოტენციალი.

1.2. ტოკშოუს, როგორც სატელევიზიო დისკურსის ჟანრის ზოგადი ლინგვისტური მახასიათებლები.

სატელევიზიო მაუწყებლობის სტრუქტურა რთული და მრავალფეროვანია და იგი შეიძლება შეიცავდეს სხვადასხვა სახეობას. სატელევიზიო დისკურსის ჟანრებია: **ტოკშოუ**, ინტერვიუ, დისკუსია, დებატები (Бахтин, 1979: 225).

სატელევიზიო საუბრებს, კერძოდ, ტოკშოუს თანამედროვე მედია დისკურსში დიდი ადგილი უჭირავს. ტოკშოუზე გავლენას ახდენს საზოგადოებრივი აზრის შექმნასა და ჩამოყალიბებაზე. რეციპიენტს მიეწოდება ამა თუ იმ კულტურაში მისაღები, მისაბამი და სავარაუდო აზროვნების სქემები. გადაცემის ეს ფორმა მსოფლიოს ყველა ქვეყანაში ტელეეკრანებთან უამრავ ადამიანს იზიდავს, ამიტომ საქართველოშიც ტელევიზიის მესვეურები სულ უფრო მზარდ ინტერესს იჩენენ ამ ჟანრისადმი (სვანიძე, 2012: 4).

საინტერესოა რას ნიშნავს ტერმინი „ტოკშოუ“ და რა მახასიათებლებით ხასიათდება იგი.

ტერმინი „ტოკშოუ“ მომდინარეობს ინგლისური სიტყვებიდან (ინგლ. talk- საუბარი; show - სანახაობა, სპექტაკლი) და ნიშნავს „სასაუბრო წარმოდგენას“, „სასაუბრო სანახაობას“. ტოკშოუ მასმედიაში მიმდინარე საუბარია, რომელიც არანაპირებულ, ბუნებრივ საუბარს მიეკუთვნება. იგი დამოუკიდებელი ჟანრია და წარმოადგენს ტელევიზიაში განხორციელებულ სერიულ საუბარს, რომელიც ყოველდღიურ საუბარს მოგვაგონებს კომუნიკაციური სპონტანურობის გამო (სვანიძე, 2012)

მ. ნებერიძე თავის სტატიაში „ტოკშოუს, როგორც ჟანრის, ზოგადი სოციო-ლინგვისტური მახასიათებლები“ ტოკშოუს ასეთ დეფინიციას გვაწვდის: „ზოგადი დეფინიციით, თოქშოუ არის გადაცემა, სადაც მოწვეული სტუმარი ან სტუმრები წამყვანთან ერთად განიხილავენ საზოგადოებისთვის აქტუალურ თემებს. მოწვეული სტუმრები შეიძლება იყვნენ როგორც ცნობილი, ასე ჩვეულებრივი ადამიანები (ნებერიძე, 2011:198).

ტოკშოუ, როგორც ჟანრი, მეოცე საუკუნეში ჩამოყალიბდა ამერიკაში და დღეს დიდი პოპულარობით სარგებლობს მთელ სატელევიზიო სივრცეში. მუნსონის თანახმად, იგი სათავეს იღებს 1930-იანი წლებიდან. ეს ის პერიოდია, როდესაც რადიოში გაჩნდა პირველი, აუდიტორიის მონაწილეობით შექმნილი და ინტერაქციული საუბრით გაჯერებული პროგრამა. გადაცემების დიდმა პოპულარობამ უბიძგა წამყვანებს გაეკეთებინათ ამ ტიპის სატელევიზიო შოუებიც (Signes, 2000:9).

სხვადასხვა ქვეყანაში თოქ-შოუს შექმნისა და განვითარების ისტორია სხვადასხვაგვარად წარიმართა. ამერიკა, როგორც ზემოთ შევნიშნეთ, იყო პირველი ქვეყანა, სადაც ეს ჟანრი აღმოცენდა. შემდგომ მოხდა მისი სხვა ქვეყნებში გადაცემაც. თანდათანობით დაიწყო ამერიკული მოდელის მიხედვით ადგილობრივი შოუების შექმნაც. ბუნებრივია, ყოველივე ეს იწვევდა ამერიკული გავლენის არსებობას.

ქართულ ტელესივრცეში პირველი თოქ-შოუ (პოლიტიკური ინტერაქტიული „დამის კურიერი“) 1998 წელს გაჩნდა. ამ დროიდან მოყოლებული გაჩნდა ათეულობით თოქ-

შოუ. ახალი ტიპის გადაცემები ძალიან პოპულარული გახდა, ვინაიდან მკვეთრად შეიცვალა ტელეაუდიტორიასთან ურთიერთობის სტილი.

1960-ან წლებში ბრიტანეთის სატელევიზიო მაუწყებლობამ იცვალა სახე და ავტორიტარულიდან უფრო პოპულისტური და დემოკრატიული გახდა(Scannell 1998:251-267). თოქ-შოუმაც იგივე განვითარება ჰპოვა. მარტინესი აღნიშნავს, რომ თოქ-შოუ გადაიზარდა წამყვანსა და ვარსკვლავს შორის საუბრიდან ისეთ შოუმდე, რომელშიც მეტი ასპარეზი ეთმობა აუდიტორიის მსჯელობებს (Martínez, 2003: 283).

1980-ან წლებში თოქ-შოუმ რიგი ცვლილებები განიცადა, წამყვანებმა უფრო მეტად გაითვითცნობიერეს თოქ-შოუს საუბრების მრავალმხრივი შესაძლებლობები, როგორც ბრიტანეთში, ასევე ამერიკის შეერთებულ შტატებშიც (Tolson,1991:181). ასეთი განვითარებით, თოქ-შოუს პოპულარობა ბევრად გაიზარდა. ტოლსონს თავის სტატიაში მოყავს შატუკის მოსაზრება,რომ 1990-ან წლებში თოქ-შოუ წარმოადგენდა ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ ჟანრს ამერიკის ტელევიზიაში (Tolson 1997: 1).

1.3.ტოკშოუს ძირითადი ქვეჟანრები/ტიპები

მკვლევრები ტოკშოუს სახეთა სხვადასხვაგვარ კლასიფიკაციას იძლევიან. ქვემოთ წარმოვადგენთ რამდენიმე ცნობილი მკვლევრის კლასიფიკაციას.

ბერნარდ თიმბერგი ტოკშოუს განვითარების მანძილზე ძირითად სამ ქვეჟანრს გამოყოფს. მისი კლასიფიკაცია ემყარება დროის ასპექტს, თუ როდის გადის გადაცემა ეთერში. ბ. თიმბერგის თანახმად ტოკშოუს სამი ძირითადი ქვეჟანრი არსებობს, ესენია:

1. **გვიან-ღამის გასართობი ტოკშოუ (The Late-Night Entertainment Talk Show)** - ეს ქვეჟანრი ყველაზე მეტად გავრცელებულია და თოქშოუს ხსენებაზე სწორედ ამ ტიპის შოუ წარმოუდგება თვალწინ ბევრს. ამ ტიპის თოქშოუსთვის დამახასიათებელია ახალი ამბების, გასართობისა და კომედიური ჟანრის მონოლოგების ერთმანეთში შერწყმა.

2. **დღის აუდიტორიის მონაწილეობით შექმნილი შოუ (The Daytime Audience Participation Show)**–ყველაზე მეტი შინაარსობრივი და სტრუქტურული მოდიფიკაცია

ამ ქვეყანაში განიცადა. იგი სათავეს იღებს ამერიკიდან, სწორედ მისგან იშვა ტოკშოუ როგორც სატელევიზიო ჟანრი. ამ ტიპის შოუებში აუდიტორია პირდაპირ ჩართული იყო. ისინი საუბრობდნენ წამყვანებთან და მოწვეულ სტუმრებთან და ცნობილ ადამიანებთან ერთად. ეს ქვეყანრი ორიენტირებული იყო ძირითადად მდედრობითი სქესის, უმუშევარ მაცურებელზე და როგორც სიგნესი ამბობს, იგი გახდა ყველაზე საყვარელი სატელევიზიო გადაცემა ქალებისათვის, რომელმაც სერიალებიც კი ჩააანცვლა ამერიკაში (Signes, 2000:9-11). 90-იან წლებში მათი ჩანაცვლება მოხდა ტაბლოიდური შოუებით, ანუ სკანდალურ ისტორიებზე ორიენტირებული შოუებით.

3. დილის ახალი ამბების ჟურნალის ფორმატის შოუ (The Early-Morning News TalkMagazine Show)– ნაზავია ახალი ამბებისა და გასართობი შოუსი.1940-იან წლებში რადიოს ჰქონდა სხვადასხვა ტოკშოუს ფორმატის შოუები დილით, თუმცა ტელევიზია მხოლოდ მაშინ იწყებდა ამ ჟანრის ექსპერიმენტირებას და სხვადასხვა არხზე გამოჩნდნენ დილის შოუები. ისინი ეთერში გადიოდნენ ძირითადად დღის თორმეტ საათამდე. ამ ტიპის თოქ-შოუსათვის დამახასიათებელია რამდენიმე სხვადასხვა პროფესიის წამყვანი, რომლებიც მოწვეულ სტუმართან ერთად განიხილავენ რაიმე თემას. (Timberg, 2002: 6-9) .

კრაუზე და გერინგი განასხვავებენ სამი კატეგორიის ტოკშოუს: **ინფორმაციულ-პოლიტიკური ტოკშოუ (Meet the Press), გასართობი ტოკშოუ (The Tonight Show) და სოციალურ საკითხებზე დაფუძნებული თოქ-შოუ (Sally Jesse Raphael, Oprah),** (Krause and Goering, 1995). კრაუზესა და გერინგის კლასიფიკაციასთან ახლოსაა რუსი მკვლევრის გ. კუზნეცოვის კლასიფიკაცია, რომლის თანახმადაც თოქ-შოუთა შემდეგი სახეები არსებობს: **გასართობი ტოკშოუ, პოლიტიკურ-ანალიტიკური ტოკშოუ** (მიმართულია პოლიტიკურ საკითხებზე, მიზნად ისახავს სერიოზული სახელმწიფო და საზოგადოებრივი პრობლემების განხილვას), **დეტექტიური ტოკშოუ**(ეძღვნება უცნაური, დახლართული და კურიოზული სიტუაციების გამოძიებას); **ინტელექტუალური ტოკშოუ; პაროდული ტოკშოუ** (განიხილება, როგორც პაროდია ზემოთ აღნიშნულ თოქშოუს სახეობებზე) (Кузнецов,1998:58).

ჰარმანი კი განასხვავებს თოქ-შოუს სამ კატეგორიას: საღამოს ვარსკვლავური ფორმატის შოუ(Jay Leno's Tonight); საზოგადოებრივ საკითხებზე ორიენტირებულ ფორმატის შოუ (Oprah) ;აუდიტორიის დისკუსიის ფორმატისშოუ(Kilroy), (Haarman, 1999)

ჩვენ კრაუზესა და გერინგის და მეტნაკლებად კუზნეცოვის კლასიფიკაცია მიგვაჩნია ყველაზე მართებულად. დაკვირვებამ გვიჩვენა, რომ თიმბერგის კლასიფიკაცია, რომელიც თავის დროზე პოპულარობით სარგებლობდა და დროზე იყო ორიენტირებული, აღარ მიესადაგება სინამდვილეს. შეუძლებელია დროის მონაკვეთის მიხედვით თოქ-შოუების დაყოფა. სხვადასხვა ქვეყანაში ადგილობრივი სინამდვილიდან გამომდინარე ერთი და იმავე ქვეყანის თოქ-შოუები სხვადასხვა დროს გადიან.

თოქ-შოუთა ჩვენეული კლასიფიკაცია ასეთია. ჩვენ ამოვდივართ კრაუზესა და გერინგის კლასიფიკაციიდან, რომლებიც თოქ-შოუთა ორ ძირითად სახეს: პოლიტიკურ-ანალიტიკური/ ინფორმაციულ-პოლიტიკური ტოკშოუ („ანალიტიკური თოქ-შოუ 2030“, „არჩევანი“, „ბარიერი“, „პირისპირ“, „ღია ეთერი“) და გასართობი - სოციალურ საკითხებზე დაფუძნებული ტოკშოუ(„პრაიმ შოუ“) ასახელებენ, მაგრამ იმთავითვე ვამატებთ გასართობი ტოკშოუების ქვეტიპებს: ტაბლოიდური/სკანდალურ ისტორიებზე ორიენტირებული ტოკშოუ („სხვა რაკურსი“ „ფარული კონვერტი“).

1.4.გასართობი ტოკშოუს თავისებურებები

მკვლევარი გ. კუზნეცოვი თოქ-შოუს განმარტავს, როგოც დინამიურ სპექტაკლს და ასახელებს ამ ჟანრისთვის დამახასიათებელ ნიშნებს: საუბრის სიმსუბუქე, წამყვანის არტისტულობა და აუდიტორიის აუცილებელი თანდასწრება. იგი დასძენს, რომ ეს ნიშნები დამახასიათებელია, უპირველესად, მსუბუქი ჟანრისთვის-გასართობი ტოკშოუსთვის, რომლის მიზანია ტელეაუდიტორიის გართობა, მის მიერ ცხოვრებისეული გამოცდილების შექმნა.

მედია მყურებლის წინაშე ობიექტური რეალობა უნდა ასახოს. ეს გასართობ შოუებსაც ეხება, ისინი ქმნიან სანახაობას, ემოციურ მუხტს, რომლებსაც გადამდები ეფექტი აქვს. მყურებელი ეკრანიდან წამოსულ ინფრომაციას ზოგჯერ კრიტიკული დამოკიდებულების გარეშე აღიქვამს, მაგრამ, ზოგჯერ არცერთ დეტალს არ პატიობს ჟურნალისტს და ჩასაფრებული თვალთ აკვირდება მას. ჟურნალისტურ კრიტიკას თავს გართობის მიზნით შექმნილი შოუებიც კი ვერ აღწევენ. სტანდარტი სტანდარტია, რომლის დაცვა ნებისმიერ დროს მოეთხოვება ჟურნალისტს, რა სახის პროდუქტსაც არ უნდა ქმნიდეს ის, მაინც უნდა მოახერხოს ყველაფერი ეთიკის ნორმებს მოარგოს და ხარისხიანი მასალა შესთავაზოს მყურებელს. თანამედროვე თოქ-შოუების უმეტესობა გათვლილია აუდიტორიაზე რომელთა ასაკობრივი ჯგუფი მერყეობს 18-35 წლამდე. ასეთი ტიპის გასართობი თოქ-შოუები ხშირ შემთხვევაში გაჯერებულია იუმორისტული გამონათქვამებით (კუბლაშვილი, 2015).

1.4.1. პოლიტიკური ტოკშოუს თავისებურებები.

ტელევიზია ეს ის ადგილია, სადაც იქმნება საზოგადოებრივი აზრი და იკვეთება პოლიტიკური სიმპათიები და ანტიპათიები. იგი (ტელევიზია) საკმაოდ ეფექტური ფორმებით ახერხებს საზოგადოების მანიპულირებას(კუბლაშვილი, 2015)

პოლიტიკური თოქ-შოუს მიზანია ფართო აუდიტორიის ჩართვით ასახოს და წარმოაჩინოს ქვეყნის მოსახლეობის პოლიტიკური ინტერესები, სადაც განხილულია ქვეყნის პოლიტიკური საკითხები, სერიოზული სახელმწიფო და საზოგადოებრივი პრობლემები (Кузнецов,1998:58).

პოლიტიკური ტოკშოუები გამოირჩევიან სიმპაფრით, დაძაბულობით და ვნებათაღელვით. თანაც კარგად წარმოაჩენენ საზოგადოების განწყობას, მის ინტერესს და მისწრაფებებს. გადაცემის მსვლელობისას განიხილება აქტუალური თემები, სადაც სამიზნე აუდიტორია მკვეთრად სეგმენტირებულია. ასეთ შოუებს უყურებენ და მასში

მონაწილეობას ღებულობენ არა მხოლოდ რიგითი ადამიანები, არამედ მაღალი რანგის მოხელეებიც. შესაბამისად, მათი ხანგრძლივობაც არ არის მცირე, რადგან მასში ბევრი ადამიანი მონაწილეობს და უმეტესობას უნდა მიეცეს აზრის დაფიქსირების საშუალება. პოლიტიკური ტოკშოუს წამყვანი ძალიან ფრთხილი უნდა იყოს. ანალიტიკური გონების, ავტორიტეტული და სწორად უნდა დასვას აქცენტები და შეინარჩუნოს ობიექტურობა და ბალანსი. ტოკშოუს წამყვანს გაცნობიერებული უნდა ჰქონდეს, რომ ყველზე მნიშვნელოვანია ე.წ. „დიალოგური ერთიანობის“ გამოხატვა. საუბარი ვერ შედგება, თუ მონაწილეებს არ აინტერესებთ საერთო პრობლემა და, შესაძლებელია, მისი გადაწყვეტის გზებზე განსხვავებული შეხედულებები ჰქონდეთ. დიალოგი არ არის რეკლიკების მექანიკური ჯამი, იგი ერთიანი, მთლიანი სტრუქტურაა და ამიტომ, აუცილებელია საუბრის მონაწილეთა სწორად შერჩევა, მათ კომპეტენციასა და ერუდიციასთან ერთად იმპროვიზაციის, საჯაროდ აზროვნების უნარის გათვალისწინება. ასეთი ტოკშოუს აუცილებელი კომპონენტია პოლემიკა, ხოლო პოლემიკის მთავარი მიზანია კონფლიქტი-ურთიერთსაწინააღმდეგო თვალსაზრისების შეჯახება, აზრის განვითარება და ბოლოს, ყველაზე დამაჯერებელი არგუმენტებით კონფლიქტის მოხსნა(ტალახაძე, 2013: 58).

დისკუსიის, პოლემიკის კულტურა მოითხოვს იმის ცოდნას, რომ „ბრძოლა“ მიმდინარეობს არა პიროვნებების, არამედ იდეების წინააღმდეგ, რომლებსაც ოპონენტები იცავენ. მკვეთრი და მწვავე გამონათქვამები ჩვეულებრივ ახასიათებს პოლემიკას, მაგრამ იგი უნდა იყოს დასაბუთებული და გამართლებული და არავითარ შემთხვევაში არ უნდა შეურაცხყოფდეს მოწინააღმდეგის პიროვნულ თვისებებს, არ უნდა აღვივებდეს კონფლიქტს და მტრობას მოკამათებებს შორის. თავად წამყვანი უნდა იყოს ნეიტრალური, მიუკერძოებელი და იგი, როგორც მოდერატორი, კამათში არ უნდა მონაწილეობდეს, არ უნდა გამოთქვამდეს თავის შეხედულებებს რომელიმე მხარის სასარგებლოდ, მისი მიზანია ყველა მონაწილეს თანაბრად მისცეს აზრის გამოხატვის საშუალება (ტალახაძე, 2013: 59).

ლარინა თავის ნაშრომში პოლიტიკურ ტოკშოუს მონაწილეებად ასახელებს, ერთი მხრივ, ტოკშოუსწამყვანს, იგივე წამყვან-მოდერატორს და ტელემაცურებლებს.

წამყვანი-მოდერატორის მიზანია კითხვების დასმა ტოკშოუს მონაწილეებზე, რომლებიც, როგორც წესი იზიარებენ ურთიერთსაწინააღმდეგო აზრებს, აღნიშნავს პრობლემის დაყენებას, მაგრამ, არ გამოთქვამს საკუთარ აზრს. გარდა ამისა, მოდერატორი, თვალს ადევნებს დროის სამართლიან განაწილებას, რომელსაც იყენებენ მსჯელობის მონაწილეები თავისი აზრების გამოთქმაზე (Ларина 2004).

მოცემული ტოკშოუს წარმოდგენს მეტად პერსონიფიცირებულ ეკრანულ ფორმას. გ.ვ. კუზნეცოვი აღნიშნავს, რომ კლასიკური ტოკშოუ წარმოდგენს სამკუთხედს: წამყვანი - მოწვეული სტუმრები (ექსპერტები) - მაცურებელი სტუდიაში. ტოკშოუ აერთიანებს ჟურნალისტიკისა და სცენის მიდგომებს. თოქ შოუს ყოველი მონაწილე - როგორც არ უნდა იყოს მისი სამუშაო ფუნქცია პროგრამის შიგნით - ერთდროულად არის პერსონაჟიც იმ როლით, რომელიც მას ტოკშოუს ავტორებმა მიანიჭეს (Кузнецов, 1998: 59).

ტოკშოუ ბოლო დროს ინტეგრირებულია ტელერეპორტაჟები მოვლენათა ადგილებიდან, ორგანიზებულია ტელეხიდეები.

მაშასადამე, პოლიტიკური ტოკშოუ - ეს არის მოვლენათა ჟანრი, რომელსაც გააჩნია ერთი სასაუბრო თემა, რომელიც შეთავაზებულია წამყვანის მიერ და გულისხმობს დისკუსიის გამართვას. ტოკშოუში წარმოდგენილია შემდეგი ელემენტები: მოსაზრება, საწინააღმდეგო აზრი, კრიტიკა, კამათი, წინადადების შთავაზება.

თავი II. სამეტყველო ეტიკეტის რაობა და მისი ფუნქციები

2.1. სამეტყველო ეტიკეტის რაობა

სიტყვა „ეტიკეტი“ [ფრან. *étiquette*] ფრანგული ენის მეშვეობით მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში გავრცელდა და დამკვიდრდა. ერთ-ერთი წყაროს თანახმად, სიტყვა „ეტიკეტი“ მომდინარეობს ბერძნული სიტყვიდან *ethos*-ეთიკა, რომელიც ითარგმნება როგორც ჩვეულება, ხასიათი და წარმოადგენს სწავლებას მორალის შესახებ, ზნეობრივი ქცევის ნორმებსა და წესებს.

სამეცნიერო ლიტერატურაში ცნება „ეტიკეტს“ არაერთი განმარტება მოეძებნება. უცხო სიტყვათა განმარტებით ლექსიკონში ეტიკეტის ცნება შემდეგნაირად არის წარმოდგენილი: „ეტიკეტი - 1) მეფის კარზე, დიპლომატიურ წრეებში და ა.შ. თავის დაჭერის, ურთიერთობის წესების კრებული; 2) თავის დაჭერისა და თავაზიანი მოპყრობის წესები, რაც მიღებულია რომელიმე საზოგადოებაში“ (უცხო სიტყვათა ლექსიკონი, 1973:136).

ენციკლოპედია „ბრიტანიკა“ ეტიკეტის ცნებას შემდეგნაირად ხსნის: „ცერემონიულ ჩვეულებებთან დაკავშირებული ტერმინი, რომელიც აღნიშნავს საზოგადოებაში არსებულ მოქცევის წესებს, უმეტესად ოფიციალურ საცერემონიო წესებს, რომლებსაც ვხვდებით საკარო დღესასწაულებზე, ზეიმებზე და სხვა; პროცედურა, რომელიც სამსახურეობრივ დაწინაურებას, დანიშვნას ეხება გარკვეულ ორგანიზაციაში ან საზოგადოებაში. ხოლო ვებსტერის ლექსიკონის მიხედვით ეტიკეტი არის: „ნორმები, წესები, რომლებსაც მოითხოვს კარგი აღზრდა, ან დაწესებულია ავტორიტეტების მიერ სოციალური ან ოფიციალური ყოფაცხოვრებისთვის“ (ბოჭორიშვილი, გოქსაძე, 2005:47).

ეთიკის ლექსიკონის მიხედვით ეტიკეტი არის: „ქცევის წესების ერთობლიობა, რომელიც აწესრიგებს ადამიანურ ურთიერთობებს (გარშემო მყოფდამი მოპყრობა, მიმართვისა და მისალმების ფორმები, ქცევა საზოგადოებრივ ადგილებში, მანერები,

სამოსი). ეტიკეტი არის ადამიანისა და საზოგადოების შინაგანი კულტურის შემადგენელი ნაწილი. მასში შედის ის მოთხოვნები, რომლებიც იძენენ ცერემონიალის ასე თუ ისე მკაცრად რეგლამენტირებულ ხასიათს და რომელთა დაცვას აქვს განსაკუთრებული მნიშვნელობა ქცევის ფორმის განსაზღვრისათვის(ბოჭორიშვილი, გოქსაძე, 2005:48).

რუსი მკვლევარი გოლდინი ეტიკეტს ადამიანთა შორის ჰარმონიულ ურთიერთდამოკიდებულებას უწოდებს, რომელიც ამყარებს კონკრეტულ სოციუმში არსებული ღირებულებების სისტემას (Гольдин, 1983)

ქართველი მკვლევრის სართანას(სართანია, 2002) აზრით :

1. ეტიკეტი არის ნორმებად ჩამოყალიბებული გარკვეული ქმედება;
2. ეტიკეტი შედგება ცალკეული ასეთი ნორმებისაგან;
3. თითოეული ეს ნორმა ზედმიწევნით კონკრეტულია და დეტალიზებული;
4. ეტიკეტის შემადგენელ ამ ნორმებს ახასიათებთ თანმიმდევრულობა. ისინი ზუსტად განსაზღვრულ ადგილას და სიტუაციაში უნდა იქნან გამოყენებული.

აქედან გამომდინარე, სართანია ეტიკეტის ცნებას შემდეგნაირად განსაზღვრავს: „ეტიკეტი არის ქმედება ან ქმედებათა ერთობლიობა, რომელიც მხოლოდ ადამიანთა ყოფით ურთიერთობაში ფიქსირდება, არის უაღრესად დეტალიზებული, აქვს შესრულების სავალდებულო ხასიათი და მის შემადგენელ ელემენტებს ახასიათებთ ზუსტი თანმიმდევრულობა დროსა და სივრცეში”(სართანია, 2002:13) .

მოკლედ რომ ვთქვათ, სამეტყველო ეტიკეტის ფორმები არ წარმოიქმნება მოლაპარაკის მიერ მეტყველების პროცესში, არამედ გახმოვანებულია მის მიერ როგორც მზა შტამპები (Формановская,1982:31). ამიტომ ლინგვისტურ ლიტერატურაში სამეტყველო ეტიკეტის ფორმები ნახსენებია როგორც „შეკრული გამოთქმები“, „შაბლონური ფრაზები“, „სამეტყველო კლიშეები“ და ა.შ. (Акишина, 1983:3).

გამომდინარე ზემოთქმულიდან, სამეტყველო ეტიკეტად შეიძლება ჩაითვალოს სოციალურად განპირობებული და ისტორიულად ცვლადი ქვესისტემა, რომელიც

შედგება : ა) კონკრეტული ჯგუფებისაგან; ბ) მათ მიერ გამოყენებული წესებისაგან, რომელიც არეგულირებს სამეტყველო ქცევას ნაციონალური სპეციფიკის შესაბამისად.

2.2. სატელევიზიო სამეტყველო ეტიკეტის თავისებურებები

ფილოლოგიის მეცნიერებათა დოქტორი ვ. გოლდინი თვლის, რომ სატელევიზიო სამეტყველო ეტიკეტი დიდად არ განსხვავდება ზოგადი სამეტყველო ეტიკეტიდან. სატელევიზიო ეტიკეტის ნორმები გულისხმობს მისალმების და დამშვიდობების ოფიციალური ფორმულების გამოყენებას ეთერში და კრძალავს უცენზურო და ნეგატიურ ლექსიკის. როგორც ვ.ე. გოლდინი ამბობს, ბევრი რამაა დამოკიდებული ტელეწამყვანის მიერ სწორად არჩეულ ურთიერთობის ტონზე, რომელიც უზრუნველყოფს ემოციურ კომფორტს და ეხმარება წამყვანს სტუმრებთან და აუდიტორიასთან ურთიერთობის წარმართვაში (Гольдин, 1983).

პოლიტიკოსების მიერ სამეტყველო ეტიკეტის ნორმების დაუცველობა (არაკორექტული გამონათქვამები) ითვლება დაუშვებლად, პოლიტიკური ურთიერთობის თვალსაზრისით. სამეტყველო ეტიკეტი ასევე გამოიყენება, როგორც პოლიტიკური ბრძოლის ელემენტი და დაშვებულია აუდიტორიაზე მაქსიმალური ზეგავლენის მოსახდენად. პოლიტიკოსების სამეტყველო კულტურა, ბოლო დროს, გახდა მასმედიის აქტიური განხილვის მიზეზი, რაც მიგვითითებს პოლიტიკის ენის განვითარების თანამედროვე ტენდენციებზე. ბოლო დროს, ყველაზე მაღალი დონის პოლიტიკოსებიც კი თავს უფლებას აძლევენ არაკორექტულად მიმართონ თავიანთ ოპონენტებს არა მარტო შიდა, არამედ მსოფლიო ასპარეზზეც. ასეთი ქცევა შეიძლება ჩაითვალოს სამეტყველო აგრესიად ნეგატიური გრძნობების, ემოციების, განზრახვების სიტყვიერ გაჟღერებად მისთვის შეუფერებელ სიტუაციაში(Щербинина 2008: 15).

იგივე შეიძლება ითქვას ჟურნალისტების მეტყველებაზეც, რადგანაც მათ საუბარში არა ერთი შეცდომა „იპარება“ როგორც გრამატიკული, ასევე სტილისტური. ბევრ მათგანს მაყურებელი უკვე შეეჩვია და ვეღარც კი ამჩნევს, მაგრამ ზოგიერთი აშკარად ჭრის ყურს.

ყოველივე ზემოთქმული ადასტურებს, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია სამეტყველო ნორმების დაცვა ურთიერთობისას, რომელიც ეხმარება ადრესანტსა და ადრესატს წარმატებული კომუნიკაციის განხორციელებაში.

მეოცე საუკუნის დასაწყისში სამაუწყებლო მედიის წარმოშობამ, და მასთან ერთად ენის, როგორც შუამავლის გამოჩენამ, თავდაპირველად მხოლოდ აუდიო საშუალებების მეშვეობით (ფონოგრაფი და შემდგომ რადიო), შემდეგ კინოს აუდიო-ვიზუალური მედიუმის და ბოლოს ტელევიზიის გზითხელი შეუწყო ენობრივ ურთიერთკავშირთან ერთადსასაუბრო ენის ცვლილებას(Bushman & Huesmann 2001).

ტელევიზია მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებს შორის ყველაზე დიდი პოპულარობით სარგებლობს. მას დიდი როლი მიუძღვის საზოგადოების აზრის ჩამოყალიბებაზე, რადგანაც ტელევიზიით გამოყენებული სიტყვები და ფრაზები პირდაპირ მზა სახით შედის მაყურებლის ცნობიერებაში.

ცენზურის გაუქმებამ ტელევიზიაში გამოიწვია სპონტანური მეტყველება, დემოკრატიზაციამ კი ადამიანებს შორის გულახდილი ურთიერთობა, რომელიც ასახავს სხვადასხვა სამეტყველო კულტურას და განათლებას.

საბჭოთა პერიოდში არსებობდა მკაცრი ცენზურა და კორექტურა. ასეთი ცენზურა ბევრ ევროპულ სახელმწიფოშიც არსებობდა და არსებობს, განსაკუთრებით სახელმწიფოს მიერ დაფინანსებულ ტელევიზიებში, მაგ ბიბისი, სიენენი და სხვა. დიქტორები ხშირად იშველიებდნენ ლექსიკონებს სალიტერატურო ენასთან დაკავშირებულ სხვადასხვა სირთულის წარმოშობისას. რასაც ვერ ვიტყვით ახლანდელ ტელეწამყვანებზე, რადგან ისინი ხშირად უხეშად არღვევენ სალიტერატურო ნორმებს. ხანდახან ჟღერდება მოსაზრება, რომ თითქოს ენა არის თვით ორგანიზებადი სისტემა, რომელიც, საბოლოოდ, თვითონ გაუმკლავდება

ნორმების დარღვევას, მოიშორებს ყველაფერს ზედმეტს. სხვები ამტკიცებენ რომ ენის განვითარება არის სტიქიური პროცესი, რომელიც არ საჭიროებს რეგულაციას, რადგანაც ენა, მათი აზრით, თვითონ აირჩევს ყველაფერს საუკეთესოს და უგულებელყოფს ზედმეტს და არა შესაბამისს. სამწუხაროდ, ენის მდგომარეობის შეფასება ხშირად პოლიტიზირებული და ზედმეტად ემოციურია (Караулов 2000).

განსაკუთრებით დიდი მნიშვნელობა ენის სიწმინდის დაცვის საკითხებში ეკისრებათ პოლიტიკოსებსა და ჟურნალისტებს, რადგანაც სწორედ მათ მეტყველებას აქვს უნებლიედ მიზაძვის ძალა.

პოლიტიკოსების მიერ სამეტყველო ეტიკეტის ნორმების დაუცველობა (არაკორექტული გამონათქვამები) ითვლება დაუშვებლად, პოლიტიკური ურთიერთობის თვალსაზრისით. სამეტყველო ეტიკეტი ასევე გამოიყენება, როგორც პოლიტიკური ბრძოლის ელემენტი და დაშვებულია აუდიტორიაზე მაქსიმალური ზეგავლენის მოსახდენად. პოლიტიკოსების სამეტყველო კულტურა, ბოლო დროს, გახდა მასმედიის აქტიური განხილვის მიზეზი, რაც მიგვითითებს პოლიტიკის ენის განვითარების თანამედროვე ტენდენციებზე. ბოლო დროს, ყველაზე მაღალი დონის პოლიტიკოსებიც კი თავს უფლებას აძლევენ არაკორექტულად მიმართონ თავიანთ ოპონენტებს არა მარტო შიდა, არამედ მსოფლიო ასპარეზზეც. ასეთი ქცევა შეიძლება ჩაითვალოს სამეტყველო აგრესიად ნეგატიური გრძნობების, ემოციების, განზრახვების სიტყვიერ გაჟღერებად მისთვის შეუფერებელ სიტუაციაში (Щербинина 2008: 15).

ტელევიზია ითხოვს ელემენტარული კანონების დაცვას. ეს იმას ნიშნავს, რომ გაჟღერებული მეტყველების ტექნიკის, დიქციის, სწორი წარმოთქმის, მახვილის, მშობლიური ენის უბადლო ცოდნის გარდა ყველაფრის საწყისი არის უნარი ლოგიკურად, ზუსტად გამოხატო შენი აზრი ტელემაცურებელსა და გადაცემის აუდიტორიასთან ურთიერთობისას.

ტელევიზიისათვის მნიშვნელოვანია სამეტყველო ეტიკეტის დაცვა. ეს პირველ რიგში, უნდა იყოს პროფესიონალური, მეორე რიგში, სისტემატური, მესამეც,

მრავალფეროვანი ფორმითა და შინაარსით, და მეოთხეც, საინტერესო არასპეციალისტებისათვის. არ უნდა დავივიწყოთ, რომ ჟურნალისტი და მშობლიური ენა რადიოსა თუ ტელევიზიაში - ესაა კულტურის ერთ - ერთი შემადგენელი ნაწილი.

2.3. თავაზიანობის კატეგორია როგორც სამეტყველო ეტიკეტის ძირითადი

ლინგვისტური კატეგორია

თავაზიანობა უნივერსალური კომუნიკაციური კატეგორიაა, ის წარმოადგენს ნაციონალურ-სპეციფიკური სტრატეგიების რთულ სისტემას, რომელიც მიმართულია ჰარმონიული, უკონფლიქტო, პარტნიორის მოლოდინის შესაბამისი ურთიერთობის წარსამართად: თავაზიანობა ესაა ოპტიმალური ბალანსის შენარჩუნება, წონასწორობა დისტანციასა და სიახლოვეს, ფორმალობასა და არაფორმალობას შორის. ამ წონასწორობის წერტილი ცვლადია არა მხოლოდ კომუნიკაციური კონტექსტიდან გამომდინარე, არამედ ზოგადად კულტურის ტიპისაგან. კომუნიკანტების მიზანია თავაზიანობის ოპტიმალური სტრატეგიების პოვნა და კულტურული ნორმების, პარტნიორის მოლოდინის გამართლება, არ უნდა იყო ზედმეტად ფამილარული ან ფორმალური. ამიტომაც თავაზიანობა არის სტრატეგიების მოქნილი სისტემა (Карасик, 2003).

სამეტყველო ეტიკეტის ძირითადი ლინგვისტური კატეგორია გახლავთ თავაზიანობა, რომელიც გადმოცემულია სხვადასხვა ენობრივი საშუალებით: ფონეტიკური, ლექსიკური, გრამატიკული, სინტაქსური, და მათი სხვადასხვა შეთანხმებებით. პრაგმატიკული თვალსაზრისით, სამეტყველო ეტიკეტი აღნიშნავს ისეთ აქტივობას, რომელშიც ეტიკეტური ქმედებები განპირობებულია კონკრეტული მიზნებით, ასევე ხშირ, ჩვეულ ქცევას, რომელიც ავტომატიზირებულია (Агаркова 2013:186).

თავაზიანობის საკითხის შესწავლით იყვნენ დაინტერესებულნი პ.ბრაუნი და ს.ლევინსონი. ისინი გვთავაზობენ განვიხილოთ თავაზიანობა როგორც იერსახის

შენარჩუნება. იერსახის, როგორც სოციალური ღირებულების შენარჩუნება პირველად ე.გოფმანმა შემოიტანა (Goffman 1967). პ. ბრაუნი და ს.ლევინსონი ავითარებდნენ ამ შეხედულებას თავაზიანობაზე, უწოდებენ სახეს უნივერსალურ ცნებას, რომელიც წარმოადგენს სოციალურ იმიჯს, რომლის შენარჩუნებაშიც ყველაა დაინტერესებული. ეს ცნება, ავტორების აზრით, უნივერსალურია. ურთიერთობისას თანამოსაუბრეებს უნდათ როგორც თავისი, ისე პარტნიორის იერსახის შენარჩუნება. მისი შენარჩუნება კომუნიკაციის არა მიზანი, არამედ აუცილებელი კომპონენტია, რადგან მის გარეშე ნორმალური საუბარი ვერ შედგება. ეს პირობა საზოგადოების ყველა წევრმა უნდა დაიცვას.

პ. ბრაუნი და ს.ლევინსონი გვთავაზობენ გავარჩიოთ „ნეგატიური სახე“ და „პოზიტიური სახე“ (Brown, Levinson 1978; 1987). ნეგატიური სახე გულისხმობს ყველა ზრდასრულ ადამიანს, ვისაც სურს ქცევის თავისუფლება, არ სურს სხვა ადამიანების ჩარევა. ანუ სურვილი იყო დამოუკიდებელი და პოზიტიური გულისხმობს სურვილს იყო სასურველი ყველასათვის.

ჯ. ლიჩმა (Leech, 1983) ჩამოაყალიბა თავაზიანობის პრინციპი, როგორც მაქსიმუმის რიგის ერთობლიობა და გაითვალისწინა შემდეგი:

- **ტაქტის მაქსიმა.** ეს არის პირადი სივრცის მაქსიმა. ნებისმიერი საკომუნიკაციო აქტი გულისხმობს განსაზღვრულ დისტანციას მონაწილეებს შორის. საჭიროა წესის დაცვა: მოსაუბრის საკომუნიკაციო მიზნის განხილვის საგნად გადაქცევა დასაშვებია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ეს მიზანი ღიად არის განსაზღვრული მის მიერ. ტაქტის მაქსიმა გულისხმობს მოსაუბრის პირადი სფეროს საზღვრების დაცვას.
- **სულგრძელობის მაქსიმა.** ეს არის მოსაუბრის სიმსუბუქის მაქსიმა, ის იცავს მას დომინირებისგან საკომუნიკაციო აქტის მსვლელობისას. მაგალითად, ვარაუდი ისე უნდა იყოს ჩამოყალიბებული, რომ შეიძლებოდეს მისი გადადება, არ უნდა შებოჭოთ პარტნიორი პირობით ან ფიცით. კარგი საკომუნიკაციო აქტი არ უნდა წარმოადგენდეს დისკომფორტს ურთიერთობის მონაწილეებისთვის.

- **მოწონების მაქსიმა.** ეს არის სხვის შეფასებაში პოზიტიურობის მაქსიმა („ნუ განსჯით, რათა არ განისაჯოთ“, „არ განსაჯო სხვა“). გარემო, რომელშიც მიმდინარეობს სამეტყველო ურთიერთქმედება, განისაზღვრება მოსაუბრეთა პოზიციებით ერთმანეთის მიმართ.
- **მოკრძალებულობის მაქსიმა.** ეს არის საკუთარი მისამართით ქების მიუღებლობის მაქსიმა. კომუნიკაციური აქტის გაშლის ერთ-ერთ პირობას წარმოადგენს რეალისტური, შეძლებისდაგვარად, ობიექტური თვითშეფასება. ძალიან მომატებულ ან დაქვეითებულ თვითშეფასებას შეუძლია უარყოფითი გავლენა მოახდინოს კონტაქტის დამყარებაზე.
- **თანხმობის მაქსიმა.** ეს მაქსიმა გულისხმობს კონფლიქტურ სიტუაციაზე უარის თქმას უფრო სერიოზული ამოცანის გადაწყვეტის მიზნით, კერძოდ, ურთიერთქმედების საგნის შენარჩუნებას, „კონფლიქტის მოხსნას“ მოსაუბრეთა საკომუნიკაციო ტაქტიკების ურთიერთ კორექციის გზით.
- **სიმპათიის მაქსიმა.** ეს არის კეთილგანწყობის მაქსიმა, რომელიც წარმოქმნის ხელსაყრელ ფონს პერსპექტიული საგნობრივი საუბრისთვის. კეთილგანწყობის გარეშე სამეტყველო აქტი შეუძლებელი ხდება. (Leech, 1983:83)

2.4. მედიის გავლენა მეტყველების კულტურაზე

მეოცე საუკუნის დასაწყისში სამაუწყებლო მედიის წარმოშობამ, და მასთან ერთად ენის, როგორც შუამავლის გამოჩენამ, თავდაპირველად მხოლოდ აუდიო საშუალებების მეშვეობით (ფონოგრაფი და შემდგომ რადიო), შემდეგ კინოს აუდიო-ვიზუალური მედიუმის და ბოლოს ტელევიზიის გზითხელი შეუწყო ენობრივ ურთიერთკავშირთან ერთადსასაუბრო ენის ცვლილებას (Bushman & Huesmann 2001). ტელევიზია მასობრივი კომუნიკაციის საშუალებებს შორის ყველაზე დიდი პოპულარობით სარგებლობს. მას დიდი როლი მიუძღვის საზოგადოების აზრის

ჩამოყალიბებაზე, რადგანაც ტელევიზიით გამოყენებული სიტყვები და ფრაზები პირდაპირ მზა სახით შედის მაყურებლის ცნობიერებაში.

ცენზურის გაუქმებამ ტელევიზიაში გამოიწვია სპონტანური მეტყველება, დემოკრატიზაციამ კი ადამიანებს შორის გულახდილი ურთიერთობა, რომელიც ასახავს სხვადასხვა სამეტყველო კულტურას და განათლებას.

საბჭოთა პერიოდში არსებობდა მკაცრი ცენზურა და კორექტურა. ასეთი ცენზურა ბევრ ევროპულ სახელმწიფოშიც არსებობდა და არსებობს, განსაკუთრებით სახელმწიფოს მიერ დაფინანსებულ ტელევიზიებში, მაგ ბიბისი, სიენენი და სხვა. დიქტორები ხშირად იშველიებდნენ ლექსიკონებს სალიტერატურო ენასთან დაკავშირებულ სხვადასხვა სირთულის წარმოშობისას. რასაც ვერ ვიტყვით ახლანდელ ტელეწამყვანებზე, რადგან ისინი ხშირადუხეშად არღვევენ სალიტერატურო ნორმებს. ხანდახან ჟღერდება მოსაზრება, რომ თითქოს ენა არის თვითორგანიზებადი სისტემა, რომელიც, საბოლოოდ, თვითონ გაუმკლავდება ნორმების დარღვევას, მოიშორებს ყველაფერს ზედმეტს. სხვები ამტკიცებენ რომ ენის განვითარება არის სტიქიური პროცესი, რომელიც არ საჭიროებს რეგულაციას, რადგანაც ენა, მათი აზრით, თვითონ აირჩევს ყველაფერს საუკეთესოს და უგულებელყოფს ზედმეტს და არაშესაბამისს. სამწუხაროდ, ენის მდგომარეობის შეფასება ხშირად პოლიტიზირებული და ზედმეტად ემოციურია.

განსაკუთრებით დიდი მნიშვნელობა ენის სიწმინდის დაცვის საკითხებში ეკისრებათ პოლიტიკოსებსა და ჟურნალისტებს, რადგანაც სწორედ მათ მეტყველებას აქვს უნებლიედ მიბადვის ძალა.

პოლიტიკოსების მიერ სამეტყველო ეტიკეტის ნორმების დაუცველობა (არაკორექტული გამოხატუვამები) ითვლება დაუშვებლად, პოლიტიკური ურთიერთობის თვალსაზრისით. სამეტყველო ეტიკეტი ასევე გამოიყენება, როგორც პოლიტიკური ბრძოლის ელემენტი და დაშვებულია აუდიტორიაზე მაქსიმალური ზეგავლენის მოსახდენად. პოლიტიკოსების სამეტყველო კულტურა, ბოლო დროს, გახდა მასმედიის აქტიური განხილვის მიზეზი, რაც მიგვითითებს პოლიტიკის ენის

განვითარების თანამედროვე ტენდეციებზე. ბოლო დროს, ყველაზე მაღალი დონის პოლიტიკოსებიც კი თავს უფლებას აძლევენ არაკორექტულად მიმართონ თავიანთ ოპონენტებს არა მარტო შიდა, არამედ მსოფლიო ასპარეზზეც. ასეთი ქცევა შეიძლება ჩაითვალოს სამეტყველო აგრესიად ნეგატიური გრძნობების, ემოციების, განზრახვების სიტყვიერ გაჟღერებად მისთვის შეუფერებელ სიტუაციაში(Щербинина 2008: 15).

ტელევიზია ითხოვს ელემენტარული კანონების დაცვას. ეს იმას ნიშნავს, რომ გაჟღერებული მეტყველების ტექნიკის, დიქციის, სწორი წარმოთქმის, მახვილის, მშობლიური ენის უბადლო ცოდნის გარდა ყველაფრის საწყისი არის უნარი ლოგიკურად, ზუსტად გამოხატო შენი აზრი ტელემაცურებელსა და გადაცემის აუდიტორიასთან ურთიერთობისას.

ტელევიზიისათვის მნიშვნელოვანია სამეტყველო ეტიკეტის დაცვა. ეს პირველ რიგში, უნდა იყოს პროფესიონალური, მეორე რიგში, სისტემატური, მესამეც, მრავალფეროვანი ფორმითა და შინაარსით, და მეოთხეც, საინტერესო არასპეციალისტებისათვის. არ უნდა დავივიწყოთ, რომ ჟურნალისტი და მშობლიური ენა რადიოსა თუ ტელევიზიაში - ესაა კულტურის ერთ - ერთი შემადგენელი ნაწილი.

თავი III.

ამერიკული და ქართული პოლიტიკური ტოკშოუს ლინგვისტური თავისებურებები ეტიკეტის თვალთახედვიდან - შეპირისპირებითი ანალიზი

3.1. მისაღმების, დამშვიდობების, სამადლობელო და მიმართვის ფორმულების ერთგვაროვნება.

სამეტყველო ეტიკეტის განუყრელ ნაწილს წარმოადგენს მეტყველების ფორმულები, რომელთა გამოყენება დამოკიდებულია კომუნიკაციის თავისებურებაზე. ნებისმიერ კომუნიკაციის აქტს გააჩნია თავისი დასაწყისი, ძირითადი ნაწილი და დასასრული, სადაც სამეტყველო ეტიკეტი იცვლება სიტუაციის მიხედვით. თუკი ეს არის ოფიციალური გარემო, ხდება ფორმალური, თავაზიანი სამეტყველო ფორმულების გამოყენება, რომლებიც უკვე ერთგვარად ჩამოყალიბებული ფორმებია.

თავაზიანობის გამოხატვის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს ელემენტს მისაღმება წარმოადგენს. სხვადასხვა სოციალურ კონტექსტში მისაღმების დიფერენცირებული ფორმებია გავრცელებული და მათ მნიშვნელოვანი ადგილი უჭრავთ ინტერპერსონალური კომუნიკაციის პროცესში.

მიუხედავად იმისა, რომ ეტიკეტი წარმოადგენს სამეტყველო რეგლამენტირებულ ნორმებს, იგი მკაცრად არ საზღვრავს მისაღმებას, მიმართვას ან დამშვიდობებას.

თუმცა, განხილული მასალა ცხადყოფს, რომ პოლიტიკურ გადაცემებში დროთა განმავლობაში ტრადიციული მისაღმების ფორმები ჩამოყალიბდა, რომლებსაც გააჩნიათ ერთგვაროვანი ლექსიკა და შაბლონური მისაღმების სტრუქტურა:

ა) მისაღმება

ბ) საკუთარი თავის წარდგენა

გ) გადაცემის მთავარი თემა

ძირითადად ამერიკული და ქართული თოქ-შოუების მაგალითებიდან ჩანს, რომ მისაღმება პოლიტიკურ შოუებში მკაცრად დაცულ სტილშია. მისაღმებისას წამყვანები თითქმის ყველგან ერთი და იგივე ფრაზებს იყენებენ, თუმცა უმეტესი

მათგანი სანამ მიესალმებოდეს მაყურებელს, გადაცემის მთავარ თემას წარმოადგენს. რიგ პოლიტიკურ თოქ-შოუებში ჯერ თემაა და შემდეგ მისალმება:

- ა) გადაცემის მთავარი თემა
- ბ) საკუთარი თავის წარდგენა
- გ) მისალმება

Moderator Steve Hilton: *Breaking tonight as democrats face a growing scandal over racism and hypocrisy. President Trump puts the finishing touches to his state of the union address and in case it's not too late we have a few suggestions. Evening everyone and welcome to the next revolution, I am Steve Hilton and this is the home of positive populism. (The Next Revolution, February 3, 2019)*

ჟურნალისტ სტივ ჰილტონის მისალმება ძალიან გავს რობერტ კოსტას სტილს, ჯერ ის მაყურებელს სთავაზობს მთავარ, საინტერესო და დამაინტრიგებელ პოლიტიკურ თემას და შემდეგ ესალმება მაყურებელს. მისალმებისას წარმოდგენილია წინადადების ინვერსიული წყობა, ელიპტიკური წინადადება და საკუთარი პროგრამის პოზიტიური შეფასება ოგზიმორონული სიტყვათშეთანხმებით: “positive populism”, რომელიც გარკვეულწილად ექსპრესიულობის რეპრეზენტაციის ერთ-ერთი საშუალებაა.

მისალმების წარმოდგენილი ფორმულები სტილისტურად ფორმალურია. მათი უმეტესი ნაწილი შეიცავს მიმართვას - ვოკატივებს.

მეცნიერების თვალსაზრისით, მიმართვის ტრადიციული ეტიკეტური ფორმებია ბატონო \ ქალბატონო-ს (Mr, Mrs) გამოყენება, თუმცა დემოკრატიზაციის გავლენის შედეგად ეს მანძილი მცირდება და ოფიციალურ სიტუაციებში ანთროპონიმული და ემოციური ვოკატივების გამოყენება ხდება.

ქართულ პოლიტიკურ თოქ შოუებში მიმართვის ფორმები ფორმალურ სახეს იღებენ, სადაც დაცულია სამეტყველო ეტიკეტის ნორმები. ხშირად სტუმრის

წარდგენას და მიმართვას თან სდევს სამადლობელო ფორმები, რაც თავაზიანი მეტყველების ერთ-ერთი თვალსაჩინო გამოხატულებაა.

ძალიან დიდი მადლობა რომ ხართ ჩვენი სტუმარი, მადლობა ბატონო ირაკლი რეაქცია, 5 მარტი 2019)

სალამო მშვიდობის, ქალბატონო ირმა მადლობა რომ ჩვენთან ერთდ ხართ. (პირისპირ 15 მაისი 2018)

თქვენ რას ფიქრობთ ბატონო გიორგი მონარქიაზე? (არჩევანი 20 ივნისი 2017)

ამერიკული პოლიტიკური თოქ შოუებისათვის ძირითადად დამახასიათებელია არაფორმალურობა მიმართვის დროს. გადაცემის წამყვანები და თოქშოუს სხვა მონაწილე პირები ერთმანეთს უმეტესად მიმართავენ სახელებით. სწორედ, მიმართვის ფორმების სახელობით გამოყენება კრძალავს სტატუსურ დისტანციას და ქმნის კომფორტულ კლიმატს ურთიერთობის ინტერაქციულ პროცესში. წარმოდგენილ მაგალითებში მკაფიოდ ჩანს, რომ მაღალი რანგის პოლიტიკოსების მიმართ წამყვანები იყენებენ მიმართვის ფამილიარულ ფორმებს, თითქოსდა მეგობარს მიმართავდნენ. ამერიკელებისთვის, მათი ხასიათიდან გამომდინარე, ფამილიარული მიმართვა ცუდ ტონად არ ითვლება, პირიქით ბადებს სიახლოვის განცდას. ასევე, სამადლობელო ფორმების გამოხატვაც ამერიკულ პოლიტიკურ თოქ შოუებში ხდება მეტად არაოფიციალური ფორმით:

მეტყველების ეტიკეტის წესები ავალდებულებს ტოკშოუს მონაწილეებს საუბრის სათანადო სახით დასრულებაში. წამყვანის არჩევით ხდება ერთ-ერთი გადაცემის ფორმატთან რელევანტური დამშვიდობების ფორმულის გამოყენება. მართებულად შერჩეული დამშვიდობების ფორმულა წარმოადგენს მნიშვნელოვან დამამთავრებელ ჯაჭვს მეტყველების ეტიკეტური ჩარჩოს შექმნაში.

ამერიკულ პოლიტიკურ ტოკშოუებში ყოველთვის დამშვიდობების ტრაფარეტული ფორმები გვხვდება. დამშვიდობების ასეთი ფიქსირებული ფორმები

თავაზიანობის ოფიციალურ სახეს იღებს, სადაც სამეტყველო ეტიკეტის ნორმების დაცვა აუცილებელია.

პოლიტიკურ ტოკშოუებში მისაღმების ფორმულებთან ერთად, ყოველთვის ისმის ტრადიციული დამშვიდობების ფორმულები. თითქმის არასდროს არ ხდება ისე, რომ დამშვიდობების ფორმულა თანამოსაუბრისთვის უეცრად და მოულოდნელად გაისმას. გადაცემის დასრულებას თითქმის ყოველთვის წინ უსწრებს დაშვიდობების წინმსწრები ფრაზები ან მაყურებლის გაფრთხილება თვალი ადევნონ თუ როგორ განვითარდება მოვლენები. გადაცემის დასრულების მომდევნო ეტაპია მადლიერების გამოხატვა სტუმრის ან აუდიტორიის მიმართ, რომლის შემდეგაც წამყვანი ხელახლა წარადგენს საკუთარ თავს.

ტოკშოუს წამყვანები დამშვიდობების წინმსწრებ ფრაზებში ხშირად იყენებენ იდიომატურ გამოთქმებს, რისი მეშვეობითაც ისინი მომავალ თემას ხდიან უფრო საინტერესოსა და დამაინტრიგებელს: “keep eyes on”, “deep dive”. ორივე შემთხვევაში წამყვანი იზიდავს მაყურებელს და ყურადღებას ამახვილებს იმ ფაქტზე, რომ მათთვის საინტერესო თემები იქნება დაწვრილებით განხილული.

ქართული პოლიტიკური ტოკშოუების დამშვიდობების ფორმულები ამერიკულის მსგავსად აქაც სტანდარტულია. დამშვიდობების თითქმის იგივე ფორმულას იყენებენ ქართველი წამყვანები, თუმცა გადაცემის დასასრულის გამომხატველი ფრაზები უფრო ლაკონურად არის წარმოთქმული, ვიდრე ამერიკულ თოქ-შოუებში:

- ა) მადლობის გადახდა სტუმრებს და მაყურებლებს
- ბ) შემდეგი გადაცემის დაანონსება
- გ) წარმატების სურვილი.

ამერიკელი თოქ შოუების წამყვანებისაგან განსხვავებით, დამშვიდობებისას ქართველი წამყვანები უმეტესწილად ახდენენ ნეიტრალური და ოფიციალური რეგისტრის ლექსიკის აღრევას. ოფიციალური დამშვიდობების ფორმულებთან ერთად იყენებენ დამშვიდობების ნეიტრალურ ფორმებს, რომლებიც წააგავს ყოველდღიური დამშვიდობების ფრაზებს.

ზემოთ აღნიშნულ მაგალითებზე დაყრდნობით შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ტოკშოუს ყოველთვის იწყებს და ასრულებს მისი წამყვანი და არა რესპოდენტები, ისინი ხშირ შემთხვევაში არც კი ემშვიდობებიან მაყურებელსა თუ წამყვანს. პოლიტიკური ტოკშოუები, რომლის მიზანია მოსახლეობის ფართო ფენების ინფორმირება, მკაცრად მიყვება დანერგილ ეტიკეტურ ნორმებს. თანამედროვე ტოკშოუებში ხდება მისალმების, დამშვიდობების, მიმართვის, მაღლობის გამომხატველი კლასიკური ფორმულების გამოყენება, რომლებიც მყარად და მტკიცედ ჩამოყალიბებული ნორმებია, დღესდღეობით მას არ შეხებია ის გარდაქმნები, რაც საუბრის ძირითად ეტაპზე შეინიშნება მეტყველების თვალსაზრისით.

3.2. სუბიექტურობის გამოვლინების სხვადასხვა ხერხი პოლიტიკურ ტოკშოუებში.

დღესდღეობით, ტელევიზიის როლი საქართველოში უდიდესია, რადგან სხვა მასმედიის საშუალებები მას კონკურენციას ვერ უწევენ. სწორედ ტელევიზიას აქვს ყველაზე დიდი გავლენა ადამიანების ღირებულებების, პოლიტიკის, ეკონომიკის, კულტურის სისტემაზე. არხების უმრავლესობისათვის პოლიტიკური გადაცემები არის ცენტრალური, ისინი აგროვებენ მაყურებელთა ყველაზე დიდ კონტინენტს და აქვთ მაქსიმალური ზეგავლენა მათზე.

პოლიტიკურ ტოკშოუს ძირითადად გააჩნია ერთი სასაუბრო თემა, რომელიც შეთავაზებულია წამყვანის მიერ და გულისხმობს დისკუსიის გამართვას. პოლიტიკური გადაცემების ცენტრალური ფიგურები არიან წამყვანები და კორესპონდენტები, მათი ამოცანაა მიაწოდონ ინფორმაცია ისე, რომ მის ჭეშმარიტებაში ეჭვი არავის შეეპაროს. ამ ამოცანის შესრულების ერთ-ერთი ინსტრუმენტი არის სამეტყველო ეტიკეტის ნორმებისა და წესების უშუალო დაცვა.

პოლიტიკოსების მიერ სამეტყველო ეტიკეტის ნორმების დაუცველობა (არაკორექტული გამონათქვამები ოპონენტის მიმართ, იარლიყების მიცემა, ყოფილი გამონათქვამების გამოყენება და ა.შ) ითვლება დაუშვებლად პოლიტიკური ურთიერთობის თვალსაზრისით.

პოლიტიკური ტოკშოუს წამყვანების სამეტყველო კულტურა, ბოლო დროს, გახდა მასმედიის განხილვის მიზეზი, რაც მიგვითითებს სატელევიზიო მეტყველების განვითარების თანამედროვე ტენდენციებზე. აშკარად შესამჩნევი გახდა ის ფაქტი, რომ ტოკშოუს წამყვანების მიერ ხდება სუბიექტურობის გამოვლინება.

ამერიკული პოლიტიკური ტოკშოუს წამყვანები, ხშირად დაუფარავად ახდენენ საკუთარი აზრის დემონსტრირებას ამა თუ იმ პოლიტიკოსზე და სხვადასხვა პოლიტიკურ ვითარებაზე.

Moderator Jeanine Pirro: I've known a man for almost three decades and that is not how this man responds to anything like: "oh, it's over, you know the walls are closing in. That's not Donald Trump. This is a guy who pokes the eye of the tiger, he walks into the cave and he pokes the eye of the tiger.

Corney Lewandowsky (former Trump campaign manager) : look! This guy's a winner, whether it's real estate, best-selling book, television, politics. He is a winner in everything he does. (The Next revolution April 5, 2019)

წამყვანი ტრამპის მხარდამჭერია და ვერ მალავს თავის პოზიციას. მეტაფორულად ორჯერ წარმოთქმული ეს წინადადება- „*This is a guy who pokes the eye of the tiger, he walks into the cave and he pokes the eye of the tiger*“ - ტრამპის სიძლიერეზე მიგვითითებს. ამ წინადადებით ,იგი თავის ემოციურ გამოსვლაში აქებს ტრამპს და ზემოქმედებას ახდენს მაყურებელზე, უცვლის მათ პოლიტიკურ ხედვას. რესპოდენტიც, საპასუხოდ საკუთარ პოლიტიკურ სიმპათიებს ავლენს ასევე ტრამპი^რ მიმართ და იყენებს გაზვიადებას „გამარჯვებული“, გამარჯვებული გამოდის ყველაფრიდან, რასაც აკეთებს.

საჯარო სიმპატიის გამოხატვა ახასიათებთ აგრეთვე ქართველ ტელეჟურნალისტებს, მაგრამ არა ისე გულლიად, როგორც ამერიკელ წამყვანებს. ჟურნალისტები არ ერიდებიან საკუთარი სუბიექტური აზრის წარმოჩენას, არადა ობიექტურები უნდა იყვნენ. ყოველივე ეს დამოკიდებულია იმაზე, თუ რომელ ტელევიზიაზე მუშაობენ ისინი და ვისი მხარდამჭერია ესა თუ ის ტელევიზია.

წამყვანი ირაკლი ჩიხლაძე: (...) მე აქვე უნდა აღნიშნო, რომ მსგავს ფორმატში უმაღლესი თანამდებობის პირების მონაწილეობა ადასტურებს, რომ განათლება დღევანდელი მთავრობის რეალური პრიორიტეტია. (..) ზოგადად არ უყვართ პრემიერებს საზოგადოებასთან ერთად ამა თუ იმ საკითხზე მსჯელობა, ამისთვის განსაკუთრებული მადლობა თქვენ (პირისპირ, 19 მარტი 2019).

აღნიშნული მაგალითიდან ნათლად ჩანს, რომ წამყვანი აქებს მთავრობას და გამოხატავს პატივისცემას სტუდიაში მოწვეული პრემიერ მინისტრისა და მთავრობის სხვა წარმომადგენლებისადმი. ამ შემთხვევაში, წამყვანი იყენებს იმპლიციტური შექების ტაქტიკას, რომელიც რეალიზდება სიმპატიის გამოხატვით და მიზანმიმართულია რესპოდენტის კეთილგანწყობის მოსაპოვებლად.

პოლიტიკოსების მიერ სამეტყველო ეტიკეტის ნორმების დაცვა გახდა მსჯელობის საგანი, რადგან ბოლო დროს ყველაზე მაღალი დონის პოლიტიკოსებიც, კი თავს უფლებას აძლევენ არაკორექტულად მიმართონ თავიანთ ოპონენტებს არა მარტო შიდა, არამედ მსოფლიო ასპარეზზეც. ასეთი ქცევა შეიძლება ჩაითვალოს სამეტყველო აგრესიად (ნეგატიური გრძნობების, ემოციების, განზრახვების სიტყვიერი გაჟღერებაა მისთვის შეუფერებელ სიტუაციაში).

თამარ მახარობლიძე თავის ნაშრომში აღნიშნავს, რომ ინვექტივები და ობსენიტური ლექსიკა - სიტყვიერი აგრესიაა (მახარობლიძე 2012:7) და ასეთი სახის გამოსვლები პოლიტიკურ თოქ შოუებში არა მხოლოდ მიუღებელია წარმატებული კომუნიკაციისთვის, არამედ იწვევს სამეტყველო ეტიკეტის ნორმების უხეშ

დარღვევას. როგორც უკვე ავლინებთ, ინვექტივები შეიძლება წარმოადგენილი იყოს პირდაპირ - ობიექტისკენ მიმართული ან პირიქით ირიბი, როცა ობიექტი შეურაცხყოფელ კონტექსტში მოიხსენიება. ამერიკული ტოკშოუს წამყვანები მკვეთრად განსხვავდებიან ქართული ტოკშოუს წამყვანებისაგან, რომლებიც რამდენად გასაკვირიც არ უნდა იყოს ჭარბად გამოიყენებენ რესპოდენტთა მიმართ აგრესიულ ლექსიკას პირდაპირი ფორმით.

წამყვანი აშკარად არ ეთანხმება რესპოდენტს და იმის გამო, რომ სტუმარს განსხვავებული აზრი აქვს, შეურაცხყოფს კიდევ. პირდაპირი შეურაცხყოფის ძირითად მახასიათებელს წარმოადგენს სტრუქტურების “You are Something”, ენობრივი რეალიზაცია, რომლებშიც “something” წარმოადგენს მკვეთრად უარყოფითი მნიშვნელობებით დატვირთულ ლექსიკურ ერთეულს. შეურაცხყოფის ეს ტიპი, როგორც დადანაშაულება, მიმართულია ოპონენტის დისკრედიტაციაზე და მისი არგუმენტების უარყოფაზე. აღნიშნულ შემთხვევაში ხდება საპასუხო სამეტყველო აგრესიული რეაქცია, რასაც მივყავართ კონფლიქტის ესკალაციისაკენ. შეურაცხყოფელ რეაქციაზე საპასუხოდ ხდება შეურაცხყოფა „you're morally obtuse“, თავდამსხმელი მხარე და მსხვერპლი ადგილებს იცვლიან, თუმცა წამყვანი არ იხევს უკან და ხდება კონფლიქტის გაღრმავება.

*The woman is even **dumber than I thought**; it must be because she has nothing else to do. This week, my favourite ex-politician Hillary Clinton (Justice , March 23, 2019).*

პოლიტიკურ ტოკშოუებს მაყურებელი ფორმალური თვალსაზრისით ხედავს და გაკვირვებას იწვევს ის ფაქტი, რომ პოლიტიკურ გადაცემებში ძირითადად სამეტყველო ეტიკეტის ნორმების რღვევა ხდება, როცა მაღალი რანგის პოლიტიკოსი იყენებს შეურაცხყოფელ სიტყვებს. ქართველ და ამერიკელ წამყვანებთან დაკავშირებით სრულიად კონტრასტული ვითარება გამოიკვეთა. ქართველი ჟურნალისტები ხასითდებიან უფრო მეტი თავშეკავებულობით, გადაცემებს უძღვებიან საკმაოდ აქტიური და პოზიტიური მუხტით. გადაცემის მსვლელობისას ჟურნალისტები ხშირად იყენებენ საწინააღმდეგო პოზიციის გამომხატველ

მოსაზრებებს და ოპონირებასაც აქტიურად უწევენ გადაცემაში მოწვეულ სხვადასხვა პარტიის წარმომადგენლებს, თუმცა არასდროს აფიქსირებენ თავის პოზიციას. სიძულვილის ენა ან შეურაცხყოფელი ფრაზები წამყვანების მხრიდან არასდროს ისმის.

ირმა ინაშვილი: ვიდრე დავიწყებდე შენიშვნა მინდა მოგცეთ, როცა ფორმატზე შევთანხმდებით ის ფორმატი დაიცვას თქვენმა ტელეკომპანიამ, თუმცა მე არა ვარ წინააღმდეგი ამ ფორმატშიც დავაფიქსირო ჩემი აზრი. თქვენი ტელევიზია მე მიმაჩნია ერთ-ერთ მიკერძოებულ ტელევიზიად, მხარედ, რომელიც იყენებს არასწორ და ბინძურ მეთოდებს ოპონენტების გასანადგურებლად და ცალკე დამპატიჟეთ ამ ეთერში ამ თემაზე სასაუბროდ. (პირისპირ, 15 მაისი 2018)

წამყვანი ირაკლი ჩიხლაძე: (...) მე ვფიქრობ, რომ თქვენ ხართ ერთ-ერთი სასურველი სტუმარი და გადავიდეთ მთავარ საკითხზე თუ შეიძლება.

აშკარაა, რომ რესპოდენტის მიერ ხდება მიზანმიმართული შურაცხყოფა და კონფლიქტის გამწვავება, თუმცა წამყვანი თავს არიდებს, ის არა თუ აყენებს შეურაცხყოფას, არამედ პირიქით პოლემიკაშიც კი არ შედის პოლიტიკოსთან და კომპლიმენტის საშუალებით ცდილობს ყურადღების გადატანას და სთავაზობს სხვა თემაზე გადასვლას სიტუაციის განმუხტვის მიზნით.

პოლიტიკოსის პოპულარობა ყოველთვის არ არის პირდაპირ დაკავშირებული მისი საკუთარი აზრის წიგნიერად და ლიტერატურულად გამოხატვის უნართან. ზოგჯერ ეს დამოკიდებულება უკუპროპორციულია: რაც უფრო დიდია მეტყველების წესების დარღვევა, რაც უფრო ღრმავა შეცდომები, მით უფრო მაღლაა პოლიტიკური მოღვაწის ცნობადობა, მით უკეთესად ახსოვთ ის. მაგრამ ასეთი თანაფარდობა არ უნდა აღვიქვათ როგორც მოქმედებისაკენ მოწოდება.

ზემოაღნიშნულ მაგალითებზე დაკვირვებით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ქართულ ტოკშოუებში სიძულვილის ენის გამოყენებასთან მიმართებაში განსხვავებული

ვითარება გამოიკვეთა. სიძულვილის ენის რეალიზება ძირითადად პოლიტიკური დისფემიზმების გამოყენებით ხდება, რომლებიც მიმართულია უმთავრესად მოქმედი მთავრობის ან საპარლამენტო უმრავლესობის წინააღმდეგ და თითქმის არ კეთდება მკვეთრი შეურაცხყოფელი განცხადებები კონკრეტული პიროვნებების მიმართ.

თავი IV.

ამერიკული და ქართული გასართობი ტოკშოუს ლინგვისტური თავისებურებები ეტიკეტის თვალსაზრისით

4.1. მისალმების, დამშვიდობების, მიმართვისა და სამადლობელი ფორმულების არაერთგვაროვნება

ტოკშოუ მნიშვნელოვან სატელევიზიო ფორმატს წარმოადგენს. ტელევიზიის არც თუ ისე ხანგრძლივი ისტორიის გათვალისწინებით, ტოკშოუს არსებობის დრო არ არის მცირე. ბოლო წლებში საქართველოში და არა მარტო საქართველოში მედია განსაკუთრებული დაჟინებით პროპაგანდას უწევს საჯარო გულახდილობას. თავიდან გასართობი ტოკშოუ მოიცავდა მხოლოდ ცნობილი ადამიანების ისტორიებსდაპირადიციხოვრებისამსახველფაქტებს, თუმცა დროთა განმავლობაში მაყურებელი მობეზრდა ვარსკვლავური ისტორიები და თვითონ მოისურვა გამხდარიყო სიუჟეტის გმირი. თუმცა აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ ორივე ქვეყანაში წმინდა სოციალური თემატიკის ტოკშოუები თითქმის აღარ არსებობს. გაჩნდა ტოკშოუები, რომლებიც გასართობ თემებთან ერთად გვთავაზობს სოციალური, საზოგადოებრივი თემების განხილვას, რაც უფრო ახლო და საინტერესოა ფართო აუდიტორიისთვის.

ტოკშოუებში გადაცემა ჩვეულებრივ მისალმებით იწყება, თუმცა ჩვენს მიერ განხილული, ისევე როგორც უმეტესი ამერიკული გასართობი ტოკშოუები, ამ შემთხვევაში გამონაკლისია. წამყვანებს ყოველთვის წარადგენს გამომცხადებელი.

ელენის შოუში წამყვანს გადაცემაში შემოსვლისას აუდიტორია ემოციურად ხვდება, სწორედ ასეთ ფონზე მას უწევს პირველ რიგში აუდიტორიის დამშვიდება და მადლობის გადახდა სტუდიაში მოსვლისთვის.

Ellen DeGeneres: Thank you very much, thank you very much, Have a sit everybody, have a sit. I wanna make sure you're done, I don't wanna cut you off. Thanks for being here everybody. (The Ellen Show February 20, 2015)

Ellen DeGeneres: Thank you for being here and I appreciate you came in today. As you know I'm not just a talk show host, I'm a cover girl. (The Ellen Show, December 20, 2013)

აღნიშნული მაგალითებიდან ნათლად ჩანს, რომ ტოკშოუში ხდება არაოფიციალური რეგისტრის გამოყენება. წამყვანი იყენებს სასაუბრო ლექსიკას: I wanna, I don't wanna, thanks. ასევე, იქებს საკუთარ თავს I'm a cover girl რასაც კომიკური ელფერიც დასდევს. ფამილიარული ლექსიკის გამოყენებით წამყვანი ქმნის კეთილგანწყობას და იწვევს აუდიტორიის დადებით ემოციებს.

მისაღმება ანალოგიურად ხდება სტივ ჰარვის შოუშიც. იგი ყოველთვის გულთბილი, ლალი ტონით ესაღმება მაყურებელს. წამყვანი იყენებს ყოველდღიური, სალაპარაკო ენისთვის დამახასიათებელ მისაღმებას ,რაც სტუმარს უქმნის კომფორტულ გარემოს იმისთვის, რომ საუბარი ორივე მხარისთვის სასიამოვნო კომუნიკაციაში გადაიზარდოს. მისაღმებისას იგი ხშირად იყენებს ფამილარულ მისაღმების ფორმას hey, რომელიც უფრო ყურადღების მიქცევის მიზნით არის წარმოთქმული, როცა ის ხვდება ხმაურიან აუდიტორიას.

Steve Harvey: Hey, welcome everybody, okay now how far would you go to find love.

Steve Harvey: Hi everybody, thank you. How are you feeling? (Steve Harvey Show, April 4, 2019)

ამერიკული შოუებისაგან განსხვავებით, ქართულ ტოკშოუებში მისაღმების ძირითადად ერთგვაროვანი სტრუქტურაა. აქ წარმოდგენილი მისაღმების ფრაზები უმეტესწილად ეტიკეტურ ჩარჩოშია მოქცეული. გადაცემაში მისაღმება ხდება ნეიტრალური ფრაზებით: *სალამო მშვიდობის, მოგესალმებით.*

ნანუკა ჟორჟოლიანი: სალამო მშვიდობისა, დღეს არის ოთხშაბათი ათი საათი, რაც იმას ნიშნავს რომ თქვენ უყურებთ ნანუკას შოუს. (ნანუკა ჟორჟოლიანის შოუ 5 დეკემბერი, 2018)

ია ფარულავა: მოგესალმებით , ეთერშია ფარული კონვერტი.(ფარული კონვერტი, 15 აპრილი 2019)

მისაღმების ფორმები ყველგან ერთნაირი და ტრაფარეტულია, მხოლოდ უმნიშვნელო სახეცვლილებით:

ა) მისაღმება

ბ) გადაცემის წარდგენა

გ) მთავარი თემის წარდგენა

მისაღმება - ტოკშოუში თითქმის ყოველთვის მოიცავს მიმართვის ფორმებსაც.

მიმართვა - სამეტყველო ეტიკეტის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი და აუცილებელი კომპონენტია. ისინი კომუნიკაციის პროცესში დიდ დატვირთვას ატარებენ, რადგანაც სწორად შერჩეული მიმართვის ფორმები ახდენენ პატივისცემის დემონსტრირებას მოსაუბრის მიმართ, თუმცა მოსაუბრის მიერ მიმართვის ფორმების სწორი გამოყენება დამოკიდებულია სხვადასხვა ფაქტორზე, ეს შეიძლება იყოს ასაკი, სოციალური სტატუსი ან რამდენად ახლო ურთიერთობაში არიან კომუნიკანტები.

ქართულ გასართობ შოუში წამყვანები რიგ შემთხვევებში იყენებენ ტრადიციულ ეტიკეტურ მიმართვის ფორმებს, რაც განპირობებულია ასაკით ან იერარქიულობით.

ირაკლი მაქაცარია: მე პირველ რიგში ქალბატონ მაიასთან გადავიდოდი შეკითხვით.(პრაიმ შოუ, 27 მარტი 2019)

წამყვანები ამერიკულ გასართობ ტოკშოუებში და პირიქით რესპოდენტები ყოველთვის მიმართვის არაფორმალურ, მეგობრულ მოდელს იყენებენ იმისთვის, რომ ორივე განეწყოს პოზიტიურად ან ისაუბრონ უფრო ლაღად და გულლიად სხვადასხვა საკითხთან დაკავშირებით ეტიკეტის ნორმების დარღვევის გარეშე.

Steve: Ariadna, thank you for coming.

Ariadna: No, Thank you for having me here (Steve Harvey show, January 19, 2016).

Ellen: Jay, you are incredible! I know you've mentioned me before and it's an honor.

Jay: I have, and you're in so many of my videos (The Ellen Show 19, 2019).

მაგალითებიდან ჩანს, რომ ამერიკულ გასართობ შოუებში ძირითადად გამოიყენება ანთროპონიმული ვოკატივები, სახელით მიმართავენ კომუნიკანტს, ან ხდება ემოციურად დატვირთული ვოკატივების გამოყენება oh, my god Cheryl. მიმართვის აღნიშნული ფორმები ამცირებენ მოსაუბრეთა შორის არსებულ დისტანციას, რათა უფრო ეფექტური კომუნიკაცია შედგეს.

ამერიკულ შოუებში, ძირითადად გვხვდება ნეიტრალური და ფამილარული დამშვიდობების ფორმები.

Guest: Thank you, Ellen, for having me.

Host: Thank you for being here, Jason. And thank all of you for being here. Thanks for driving or flying from wherever you came from. I know a lot of people fly from very, very far away. So, thanks for going through the hassle of whatever you did to get here. Thanks for feeling the room with a lot of love and joy. Thank you so much everybody. Bye-bye (The Ellen Show, March 24, 2014).

ამერიკული ტოკშოუს წამყვანები გადაცემის დასრულების წინმსწრებ ფრაზებში ყოველთვის უხდიან მადლობას აუდიტორიას, სტუმრებს და ტელემყურებელს. მადლობის გადახდისას ხშირად იყენებენ არაფორმალური რეგისტრის ლექსიკას y'all, folks, gonna, ნეიტრალური რეგისტრის ლექსიკის გამოყენება გვხვდება სამადლობელო ფორმებში. სთავაზობენ მყურებელს თვალი ადევნონ შოუს ფეისბუქ გვერდს და

მხოლოდ ამის შემდეგ წარმოთქვამენ დამშვიდობების ნეიტრალურ ან ფამილარულ ფრაზებს: We'll see you tomorrow everybody/ See you next time, Bye-bye.

ქართველი წამყვანები ტოკშოუს ყოველთვის ასრულებენ ოფიციალური ან ნეიტრალური ლექსიკის გამოყენებით, რაც უფრო ჰგავს გადაცემის ფორმატს და არ წააგავს ყოველდღიურ ცხოვრებაში არსებულ დამშვიდობების ფრაზებს. დამშვიდობებაც ქართულ შოუებში შაბლონური ფორმით ხორციელდება, ისევე როგორც მისაღმება, ჯერ მადლობის გადახდაა და შემდეგ დამშვიდობების ფრაზები.

ია ფარულავა: ეს იყო ერეკლე დეისაძე, უნიჭიერესი ადამიანი. ჩვენ ზუსტად ერთი კვირით გემშვიდობებით, ნახვამდის(ფარული კონვერტი, 4 თებერვალი, 2019).

ზემოთ მოყვანილი დამშვიდობების ფრაზები სტანდარტულია და თითქმის ყოველთვის უცვლელი, თუმცა სამადლობელო ფორმების გამოყენებისას ნაწყობად ხშირად ახდენს კოლოკვიალური ლექსიკის (ძაან, საალოლ) და ფორმალური რეგისტრის აღრევას რაც უმართებულოა.

მიუხედავად განსხვავებული კულტურისა განხილული მასალა ცხადყოფს, რომ ქართულსა და ამერიკულ ტელე შოუებში ხშირად ხდება მისაღმების, მიმართვის, დამშვიდობების ფორმულების თანხვედრა, რადგანაც ისინი მიიჩნევიან სტანდარტულ, ფიქსირებულ ფრაზებად, რაც განაპირობა გლობალურმა საკომუნიკაციო სივრცემ.

4.2. ენობრივი ნორმებიდან გადახვევის ხერხები: სლეგიზმების და ჟარგონების, ვულგარიზმების, ბარბარიზმების ხშირი გამოყენება.

ლინგვისტები, რომელთა ყურადღების ობიექტს წარმოადგენს მასმედიის ენა, შეჯერდნენ იმ აზრზე, რომ სატელევიზიო მეტყველება ხდება უფრო და უფრო იმპროვიზირებული, თავისუფალი, ემოციური და ამ პროცესში დიდ როლს ამჟამად პოპულარული ტოკშოუს ჟანრი თამაშობს.

ქართული ჟარგონის ლექსიკონის შემდგენელი ლევან ბრეგაძე აღნიშნავს, რომ ჟარგონის და სლენგის ზუსტი განსაზღვრება არ არსებობს და მათ ხშირად ერთსა და იმავე კონტექსტში იყენებენ. მისი განმარტებით ფრანგული წარმომავლობის „ჟარგონს“ და ინგლისური წარმომავლობის „სლენგს“ ერთი და იგივე მნიშვნელობა აქვთ, ისინი წარმოადგენენ მეტყველების ნაირსახეობას, რომელსაც ძირითადად ზეპირი ურთიერთობისას იყენებენ (ბრეგაძე 2016).

ქართულ სოციალურ-გასართობ შოუებში ხშირად გვესმის ჟარგონის გამოყენება ჟურნალისტების მიერ.

წამყვანი: მე მივხვდი რა ხდება, ე.ი. ცხოვრებაში თუ ხარ პოზიტიური, თუ ყველაფერს უყურებ კარგი კუთხით, თუ ყველაფერში ხედავ ბედნიერებას და კარგს მაშინ არ ბერდები რა, მაშინ არ გერხევა რა.(...)მე მინდა თქვენნაირი სიბერე მქონდეს, თქვენნაირი გაზი მქონდეს, ცეცხლი მქონდეს. (7 თებერვალი 2019, ნანუკას შოუ)

ტელეწამყვანები ჟარგონს იყენებენ თავისუფლებისაკენ სწრაფვის მიზნით. მშრალი, ოფიციალური, დაშტამპული მეტყველება ასეთი ტიპის შოუებში არ არის საინტერესო და გათვლილი მასებზე, ხოლო ჟარგონების გამოყენება დადებით კონტექსტში არ აღიზიანებს მაყურებელს, პირიქით მათი გამიზნული გამოყენებით კონტაქტის დამყარება უფრო იოლად ხდება გადაცემაში მოსულ სტუმრებთან და კომუნიკაცია უფრო სასიამოვნო ხდება ორივე მხარისთვის.

ჟარგონის გამოყენება, ასევე ხდება ნეგატიურ კონტექსტშიც, რომელიც არა მარტო იწვევს აუდიტორიის გაღიზიანებას, არამედ ძალიან ხშირად კონფლიქტსაც კი.

ნინა კუზანოვა: რეალურად გარეთ რომ გადიხართ, ცოლი სხვაგან დაგულაობს, ქმარი ცალკე დაგულაობს და ეკრანზე ყველა უმანკოები ხართ. (22 ივლისი 2017, პრაიმ შოუ)

რუსული წარმოშობის ჟარგონმა „დაგულაობს“ უარყოფითი ეფექტი გამოიწვია გადაცემაში, რადგანაც იგი გამოყენებული იყო გამიზნულად ირონიული შეფერილობით თანაწამყვანების დამცირებისა და საკუთარი თავის ამაღლების მიზნით.

განხილულ მასალაზე დაყრდნობით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ტოკშოუებში მრავლად გვხვდება რუსული წარმოშობის ჟარგონული ლექსიკური ერთეულები. ზოგი მათგანი ერთი შეხედვით ბარბარიზმებია, თუმცა მათი გამოყენების სპეციფიკის მიხედვით ჟარგონს წარმოადგენს.

ია: ქალი და კაცი მიდიან მანქანასთან, ვის ხედავ საჭესთან?

ნუცა შანშიაშვილი: კაცს. მოაცილე ქალი საჭეს!

ია: რატომ? მე ძაან კაი რული ვარ. (ფარული კონვერტი, 2 ივლისი 2018)

დასავლურ ფასეულობებზე დაფუძნებულ სატელევიზიო ტელეშოუებში, უფრო მეტად ნეგატიური ემოციების გამოხატვა წარმოჩინდა. ჟარგონულ ლექსიკასთან ერთად ტენდენციური გახდა ვულგარიზმების გამოყენება. ქართველი და უცხოელი მეცნიერების თვალსაზრისით, ვულგარიზმები უხეში და უწმაწური სიტყვებია, რომლებიც გამოიყენება ზეპირ მეტყველებაში და მას უკულტურო, გაუნათლებელი ადამიანები იყენებენ. (ხახუტაიშვილი, ცეცხლაძე, გალპერინი).

გაკვირვებას იწვევს ის ფაქტი, რომ ტოკშოუებში არა მხოლოდ წამყვანები ბილწისიტყვაობენ მწვავე პოლემიკის დროს, არამედ ცნობილი ადამიანებიც სხვადასხვა სფეროდან.

(...) ტიცთან ტაბიძე დედას აგინებდა აუდიტორიას, (...) ცისფერყანწელები თქვენი დედაო პირდაპირ ეუბნებოდა (...) (პრაიმ შოუ, 27 მარტი 2019)

საზოგადოება არა, შენ ეხლა უძვრები მანდ ხალხს, ზუსტად ვიცი პირად საუბრებში სხვა რამეს ამბობ და ახლა სხვას. (პრაიმ შოუ, 17 ოქტომბერი 2018)

თავისუფალი აზროვნების გამოხატვა ღირსების შემლახველი სიტყვებით და ფრაზებით მიმართულია მაყურებლების ყურადღების მიქცევისათვის, ოპონენტების უარყოფისთვის, საკუთარი აზრის თავზე მოხვევისათვის. კომუნიკანტები სცილდებიან ეტიკეტის წესების ფარგლებს თუ შეკამათება ემოციურია ხშირად წყდება, რაც ყოვლად მიუღებელია ეტიკეტის ნორმებიდან გამომდინარე.

ტელევიზია წარმოადგენს სლენგიზმის გავრცელების ძლიერ ინსტრუმენტს, რომლითაც ის გავლენას ახდენს როგორც ადრესატის, ისე მთელი ერის კულტურაზე,

რომლის განუყოფელ ელემენტად შემდგომ ყალიბდება. მასმედიაში სლენგიზმის გამოყენების ტენდენცია უმეტესწილად განპირობებულია სურვილით თავიდან იქნეს არიდებული სტერეოტიპიზებული, სტანდარტული და შაბლონური ლექსიკა.

თანამედროვე ამერიკულ გასართობ ტოკშოუებში წამყვანები და რესპოდენტები თავისუფლები არიან ლექსიკური საშუალებების არჩევაში. სწორედ შერჩეული და ადეკვატური სლენგიზმების გამოყენებით ჟურნალისტები მარტივად, ლაკონურად და გარკვევით გადასცემენ ინფორმაციას.

ტელევიზია და მასმედია ზოგადად არის სლენგიზმების პოპულარიზაციის ძლიერი ინსტრუმენტი. თანამედროვე გასართობ შოუებში მათი გამოყენება ორიენტირებულია მრავალრიცხოვანი აუდიტორიის მიზიდვაზე, რათა გახდნენ პოპულარულები და იყვნენ მოთხოვნადი.

ტელევიზია და მასმედია ზოგადად არის სლენგის პოპულარიზაციის ძლიერი ინსტრუმენტი. თანამედროვე გასართობ შოუებში მათი გამოყენება ორიენტირებულია მრავალრიცხოვანი აუდიტორიის მიზიდვაზე, რათა გახდნენ პოპულარული და იყვნენ მოთხოვნადი.

მეცნიერთა თვალსაზრისით სლენგი იყოფა შემდეგნაირად:

Informal – არაფორმალური სლენგი;

Spoken – სალაპარაკო, კოლოკვიალური;

Taboo (vulgar slang)-ტაბუირებული სლენგი, ვულგარიზმები (Gramley, 2009);

informal – არაფორმალური სლენგი, რომელიც გამოიყენება ჩვეულებრივ დიალოგში, მაგრამ არ შეიძლება გამოყენებოდეს ოფიციალურ საუბარში; არაფორმალური სლენგის გამოყენება თანამედროვე ამერიკულ გასართობ შოუებში საკმაოდ გავრცელებულია და გადაცემას სძენს ემოციურ-ექსპრესიულ ელფერს.

(...)He didn't get this place for you, the place is for him. The **sugar shack ain't for you, the sugar shack is for sugar daddy.** (Steve Harvey Show. December 4, 2012)

Host: When you met her, how long did it take for you to go, I'm actually gonna marry her?

Guest: I think six months until I actually thought I might **pop the question.** The Ellen Show, February 04, 2016)

როგორც ვხედავთ არაფორმალური სლენგი გასართობ გადაცემებში ძალზედ აქტუალურია. მათი გამოყენება ტოკშოუებში ძირითადად ხდება არაფორმალური მყარი შესიტყვებების, ფრაზული ზმნებისა ან იდიომების დახმარებით, რაც ხშირად მოსაუბრის ემოციური ელფერის გასაძლიერებლად გამოიყენება.

spoken – სალაპარაკო/კოლოკვიალური სლენგი - ძირითადად სალაპარაკო მეტყველებაში გამოყენებადი ენის ერთეულია, რომელიც არ იწვევს აუდიტორიის ან მაყურებლის გაღიზიანებას, პირიქით თავს არიდებს ტავტოლოგიას და ხშირად ქმნის იუმორისტულ ეფექტს.

Woopi: Joe has just told me, because my first album from my show, well I said: "I used to be cute, and he said: "you are still **cute just chubbier**(laughing)". (The View, April 25, 2019)

აღნიშნული კატეგორიის სლენგი უფრო მოსაუბრის პოზიტიურ განწყობას გამოხატავს და როგორც უკვე ავღნიშნეთ, ისინი ხშირად იუმორის შემცველი და სახალისოა.

Taboo (vulgar slang) –ტაბუირებული სლენგი, ვულგარიზმები - შეურაცხმყოფელი და ხშირად უხამსი ლექსიკაა. ემოციების მკვეთრად გამოხატვა ძირითადად განაპირობებს აგრესიის წარმოშობასა და სიტყვიერ უხეშობას.

I 100% disagree, I've spent 32 years in **crappy** comedy clubs okay, and they've done nothing, they really 88/do, all they do is taking selfies. They don't contribute anything to the world. (Steve Harvey Show, September 17, 2015)

(..) but it's the same people that are bringing girls around and teenage girls and hiding up for all his **crap.** (The View, June 3, 2019)

ეს სიტყვები და ფრაზები ძალიან შეზღუდულნი არიან თავის გამოყენებაში. მათ შეიძლება შევხვდეთ უპირატესად სოციალური ფორმატის გასართობ შოუებში. სწორედ ასეთ შოუებში ხდება პრობლემატური საზოგადოებრივი თემების განხილვა, რაც ხშირ შემთხვევაში იწვევს სპონტანურ, გაუაზრებელ, ნეგატიურ შეფასებებს მოსაუბრის მხრიდან. ასეთი გაუბრალოებული, უცენზურო და მეტად ფამილიარული შესიტყვებების გამოყენება ნებისმიერი ტიპის ტელეგადაცემისთვის შეუსაბამო და გაუმართლებელია.

ამგვარად, ტელევიზიას დიდი როლი მიუძღვის საზოგადოების აზრის ჩამოყალიბებაში, რადგანაც ტელევიზიით გამოყენებული სიტყვები და ფრაზები პირდაპირ მზა სახით შედის მაყურებლის ცნობიერებაში და ხდება მიბადვისა და მაგალითის საბაზი. სწორედ ამიტომ მართებს ტელევიზიას გამოიჩინოს განსაკუთრებული სიფრთხილე, რადგანაც ის წარმოადგენს ამა თუ იმ ერის კულტურის შემადგენელ ნაწილს.

ამერიკული გასართობი ტოკშოუების მაგალითებზე დაკვირვება გვიჩვენებს, რომ წამყვანები იშვიათად იყენებენ კოლოკვიალურ სლენგს რასაც ვერ ვიტყვით მათ რესპოდენტებზე, რომლებიც იყენებენ არამხოლოდ არაფორმალურ, არამედ დიდი რაოდენობით ვულგარულ სლენგსაც.

4.3. გადაჭარბებული კომპლიმენტირება და თვითკომპლიმენტირება (ტრაზახი)

წმინდა რიტუალური სამეტყველო ტაქტიკისგან (მსგავსი მისალმებისა, დამშვიდობების, მიმართვის, მადლობის გადახდის) განსხვავებით, კომპლიმენტი გულისხმობს მოსაუბრის შემოქმედობითობას. ისერსი აღნიშნავს, რომ დახვეწილი კომპლიმენტები, სადა შაბლონურ ფრაზებზე ყოველთვის უკეთესად ფასდება (Исчерп 2002: 188).

ე. ჰაჩის და ნ. უოლფსონის თახმად, კომპლიმენტი საუბრის ერთ-ერთი ფორმაა, რომელიც განისაზღვრება ფიქსირებული შესიტყვებებით და მოიცავს ადრესანტის

დადებით შეფასებას, ამჟღავნებს კეთილგანწყობას მის მიმართ, ზრდის სოლიდარობას ადრესანტსა და ადრესატს შორის (Hatch, 1994; Wolfson, 1983).

კომპლიმენტის გამიჯვნა ქებისაგან საკმაოდ რთულია (Иссерс 2002; Федосюк 1997 და სხვა). ფედოსუკის აზრით, კომპლიმენტის განსხვავება ქებისაგან შესაძლებელია, მხოლოდ საუბრის სიტუაციის, კომუნიკანტების პიროვნულობის, მათი სქესის და ერთმანეთს შორის ურთიერთობების გათვალისწინებით (Федосюк 1997:113). ისერსი კომპლიმენტს და ქებას განიხილავს, როგორც მეტყველების ტაქტიკებს. მათ შორის განსხვავებას ხედავს პირველ რიგში, მოსაუბრის მიზანდასახულობაში - ქებისათვის დადებითი შეფასება, წარმოადგენს მთავარ მიზანს, ხოლო კომ/პლიმენტისათვის - კეთილი გრძნობების გადმოცემის საშუალებას; მეორეს მხრივ, კი ქება მიღწევების შეფასებაა, ხოლო კომპლიმენტი შინაარსის კუთხით არ არის შეზღუდული (Иссерс 2002: 178-180). ასეთი განმარტებების არსებობისას პრაქტიკაში შეუძლებელია ყოველთვის განასხვავო კომპლიმენტი ქებისაგან.

კომპლიმენტი - არის გამონათქვამი, სადაც ქება წარმოადგენს ძირითად და ერთადერთ მეტყველებით ტაქტიკას; მოწოდებულია სტრატეგიული კომუნიკაციური მიზნის რეალიზებისთვის და მიმართულია პოზიტიური ურთიერთობის შენარჩუნებისათვის. კომპლიმენტი ემსახურება: „განწყობის ამაღლებას, კეთილგანწყობის და საუბრის დამატებითი სტიმულების შექმნას, ამდენად, ხელს უწყობს კომუნიკაციური და გარეკომუნიკაციური საუბრის მიზნის მიღწევას“ (Формановская 1989:193).

ჰაჩი გამოჰყოფს კომპლიმენტების ოთხ მნიშვნელოვან ფუნქციას:

1. ამყარებს ურთიერთგაგებას და გადაჰყავს მისალმება საუბრის თემაზე.
2. მხარს უჭერს და აძლიერებს დადებით შედეგამდე მიყავს ქმედება, მაგ: მწვრთნელის კომპლიმენტი სპორტსმენს.

3. გამოიყენება მაღლიერების გამოსახატავად, მაგ: ჟურნალისტის მაღლიერება რესპოდენტისადმი, ძალიან საინტერესო საუბრისთვის;

4. კრიტიკის შერბილება.

მაინსის და უოლფსონის კლასიფიკაციაზე დაფუძნებით, კომპლიმენტების ძირითადი თემების სამი კატეგორია არსებობს (Manes and Wolfson 1981):

გარეგნობა - კომპლიმენტი გარეგნობაზე, წარმოადგენს კომპლიმენტების ყველაზე გავრცელებულ ტიპს და თითქმის ერთნაირი სიხშირით არის წარმოდგენილი ქართულ და ამერიკულ გასართობ ტოკშოუებში.

You do look great, and thank you for being here, because I know you are very busy, and we called you last minute. (The Ellen Show, October 18, 2018)

მშვენივრად გამოიყურები ზალიკო. (ფარული კონვერტი, 25 მარტი 2019)

კომპლიმენტი უნარებსა და შესაძლებლობებზე - „თქვენ კარგად იმუშავეთ!“ „თქვენ შესანიშნავი მწერალი ბრძანდებით“. *Jay, you are amazing! And I know a lot of people know about you and follow your messages, but I am happy to give you another platform to reach people because it's incredible what you're saying and what you're doing. (The Ellen Show, March 19, 2019)*

პიროვნული მახასიათებლები - ისეთი კომენტარები, როგორც არის „კარგი ბიჭი“, „როგორი საყვარელი ხარ“, წარმოადგენს პიროვნული მახასიათებლების კომპლიმენტებს. კომპლიმენტების ეს კატეგორია უფრო ხშირად გვხვდება ქართულ და ამერიკულ სოციალურ-გასართობ ტოკშოუებში ვიდრე, კომპლიმენტები გარეგნობაზე, უნარებსა და შესაძლებლობებზე (Manes and Wolfson 1981).

This is just a testimony of your love, your devotion and being an awesome father to us. (Steve Harvey Show, January 16, 2015)

ეს ნიჭიერი კაცია. ნიჭიერია, რა საკვირველია. (ნანუკას შოუ, 13 მარტი 2019)

ჩვენს მიერ განხილული მაგალითების საფუძველზე, კომპლიმენტები შეგვიძლია დავყოთ ისხერსის კლასიფიკაციის მიხედვით (Исчерп, 2008: 187):

პირდაპირი კომპლიმენტი, რომელიც პირდაპირ მიმართულია უშუალოდ ადრესატისაკენ.

წამყვანი: შენ ხარ მშვენიერი სინთეზი მოქეიფისა და ინტელექტუალი კაცის. (ფარული კონვერტი, 25 მარტი 2019)

Host: I like you very much. You know that. I think you are a terrific gal. (The Ellen Show, May 17, 2017)

პირდაპირი კომპლიმენტირება, ძირითადად მიმართულია ადრესატისაკენ გადაცემის დასაწყისში. წამყვანი სტუმართან მისალმების შემდეგ საუბარს იწყებს რესპოდენტის შექებით, რაც ადრესატს მოტივირებულს ხდის შეიქმნას და შინარჩუნოს პოზიტიური განწყობა. ამერიკულ და ქართულ შოუებში მათი რეალიზება ერთნაირად ხდება. წამყვანები ხშირად მიმართავენ არაფორმალური რეგისტრის ლექსიკის გამოყენებას, რაც არ განასხვავებს სატელევიზიო ტოკშოუს ყოველდღიური ფამილიარული კომუნიკაციისაგან.

ირიბი კომპლიმენტი - მიმართულია ადრესატისაკენ, რომელიც არ იღებს მონაწილეობას საუბარში. ამ შემთხვევაში, როგორც ინგლისურში, ასევე ქართულში დამახასიათებელია სლენგის, ჟარგონის და ანგლიციზმების ხშირი გამოყენება.

წამყვანი: მუდამ მხიარული და ქარიზმატული ზალიკო ბერგერი. (ფარული კონვერტი, 25 მარტი 2019)

სტუმარი: ჰაი კლასის ბიჭი იყო და ეხლაც ჰაი კლასის ბიჭია. (ფარული კონვერტი)

*Guest: I think that they are talented as businesswomen and they are **extremely savvy**. They are rich for a reason, they know what they are doing. (Steve Harvey Show, January 13, 2016)*

Host: The only thing I don't like about next guest is that he isn't here every day, please welcome the ridiculously talented Justin Timberlake. (The Ellen Show, November 5, 2016)

*Host: I was in Vegas last weekend, I still smell on my clothes, I did fun stuff, I did stuff I never do, I ate a donut. It was soooo good! I can't remember last time I had a donut. I had to see JLO perform. She is incredible, she is so good, she's like **three donuts**. (The Ellen show, September 18, 2017)*

ირიბი კომპლიმენტის სტრუქტურას, ასევე ახასიათებს შედარების ელემენტის გამოყენება- “She’s so good like three donuts”; ოქსიმორონული სიტყვათშეთანხმება- „ridiculously talented”, რომელიც მეტყველებას უფრო მრავალფეროვანს, საინტერესოსა და სასიამოვნოს ხდის.

ორმხრივი კომპლიმენტი, სადაც კომუნიკაციაში მონაწილე ორი სუბიექტი ერთმანეთს ამკობს კომპლიმენტებით და მცირედი ირონიით, იყენებენ ბარბარიზმებს, მაგ. ვსიო

ნანუკა: არაჩვეულებრივად გამოიყურები ხინკლით, ხინკლის გარეშე, ძალიან კარგი სხეული გაქვს.

თამო ვაშალომიძე: შენც ძალიან კარგად გამოიყურები. ბოლოს ამ სტუდიაში რომ გნახე, იმასთან შედარებით გამხდარხარ ,თმის ეს ფერიც გიხდება.

ნანუკა: ვსიო, გავგიჟდი ... (ნანუკა ჟორჯოლიანის შოუ)

Host: Please, welcome my friend Wanda Sykes our next guest is here. You look great, you look great! I've not seen you in a little while.

Guest: you too, you too. (The Ellen Show, February 22, 2019)

ამერიკულ შოუებში ორმხრივი კომპლიმენტის რეალიზება სამეტყველო ეტიკეტურ ჩარჩოშია მოქცეული. მოწვეული სტუმრები წამყვანის მხრიდან შექებას ყოველთვის პასუხობენ მაღლობის გადახდით, რასაც ხშირად მოსდევს ლაკონური და მარტივი საპასუხო კომპლიმენტი.

თვითკომპლიმენტირება - ადრესატის მიერ თავის შექება, ტრაბახი.

წამყვანი: მამაჩემი იყო ერთადერთი მამაკაცი, ვინც ჩემთვის იყო მამაკაცის იდეალი. მან იმხელა თამასა დამიძღო , როგორი უნდა იყოს კაცი, რაღაცა ვერავინ ვერ აქაჩა ამ

თამასამდე. ის იყო ჩემთვის ვაჟკაცობის, ნიჭიერების, გონიერების, პრინციპულობის, თავისუფლების მოყვარულობის იდეალი და ძალიან ვგავარ მას ხასიათებში. იყო ძალიან უცნაური, მძიმე ხასიათის მათემატიკოსი, რომელიც აღმერთებდა თავის შვილებს. (პრაიმ შოუ, 24 აპრილი 2019)

მოსაუბრის შექება ან კომპლიმენტი სამეტყველო ეტიკეტის განუყრელი ნაწილია, თუმცა საკუთარი თავის ქება ლიჩის მოკრძალების მაქსიმის მიხედვით უნდა იყოს მინიმალურიზირებული კომუნიკაციის პროცესში. ტრაბახი ქართულ ტოკშოუებში, ინგლისურისაგან განსხვავებით არც თუ ისეთი იშვიათი მოვლენაა, რომელიც იწვევს თავაზიანობის პრინციპის დარღვევასკომუნიკაციური თვალსაზრისით.

ზემოთ მოცემულ მაგალითში, წამყვანი ირიბად ახდენს საკუთარი თავის შექებას და არაერთხელ იყენებს ჟარგონულ ლექსიკას „თამასა დამილო, გერავინ ვერ აქაჩა“.

როგორც უკვე ავღნიშნეთ, ქართულ შოუებში წამყვანებსა და გადაცემაში მოწვეულ სტუმრებს ახასიათებთ თავის ქება, რაც ხშირად უარყოფით გავლენას ახდენს მოსაუბრეთა შორის კომუნიკაციაზე.

წამყვანი: ეკა კვალიაშვილი აცხადებს, რომ ის არის ბრილიანტი და ყველა დანარჩენი შუშის თვალი.

სტუმარი: ხო, არა?

წამყვანი: აუუუ, ამ განაცხადის მერე გიკვირს რომ ბევრს არ უყვარხარ?

სტუმარი: თუ ვინმეს არ ვუყვარვარ რა ვქნა, ეს მისი პრობლემაა. ჩათვალოს ყველამ საკუთარი თავი ბრილიანტად.

წამყვანი: სხვათაშორის, როცა შენ გადაცემაში მოდიოდი, ყველა მეუბნებოდა რომ ფრთხილად იყავი, კონფლიქტურიაო. (ფარული კონვერტი, 26 ივნისი 2018)

თვითკომპლიმენტირება ამერიკულ გასართობ შოუებში, ქართულისგან განსხვავებით გასართობ-იუმორისტულ ხასიათს ატარებს.

Guest : Caitlyn Jenner who talks about what it is like to be a woman, okay, I've been a woman for over 50 years, I know I look fantastic. (Steve Harvey Show, January 13, 2016)

Host: you look beautiful andChristmassy.

K: Thank you. You look very dapper.

E: oh, thank you very much.

K: We make quite the pair.

E: we do. We are both cover girls now.

K: oh my gosh, we are. (The Ellen Show, December 20, 2013)

Guest: you know, I've gotten too pretty. I just found out on the cover of people magazine's most beautiful issue. I thought I was too pretty and people were going to freak out in her. (The Ellen show, April 18, 2018)

მაგალითებიდან ცხადად ჩანს, რომ ამერიკელები თვითკომპლიმენტირებას ერიდებიან და უფრო სახალისო ელფერით და მოკრძალებულად ცდილობენ საკუთარი თავის შექებას, რაც ამაღლებს განწყობას სატელევიზიო გადაცემაში.

ფამილიარული ლექსიკის გამოყენება, რომლის სიჭარბე კომპლიმენტირებისას ხშირად ფიქსირდება, არ იწვევს ეტიკეტის დარღვევას, რადგანაც ეტიკეტის ფუნქცია ასეთ გადაცემებში პოზიტიური ურთიერთობის დამყარება და შენარჩუნებაა.

ქართული და ამერიკული გასართობი ტოკშოუების კომპლიმენტირების მაგალითების შედარებამ აჩვენა, რომ სტრუქტურული თვალსაზრისით ისინი თითქმის ერთგვაროვანია და მიუხედავად განსხვავებული კულტურისა ხშირად ხდება მათი თანხვედრა.

ზოგადი დასკვნები

ამრიგად, ჩვენ მიერ ჩატარებული კვლევის საფუძველზე შეგვიძლია გავაკეთოთ შემდეგი დასკვნები:

- ტოკშოუ არის სატელევიზიო დისკურსის ჟანრი; ტელეკომუნიკატორსა და ტელეაუდიტორიას შორის ცოცხალი, სპონტანური ინტერაქტიული პროცესი,

სადაც საუბრის მიზანი არა მხოლოდ პიროვნებების წარდგენა და წარმოჩენაა, არამედ ინფორმაციის, ფაქტების რაც შეიძლება ეფექტურად გადაცემა მსმენლისა და ტელემაყურებლისთვის;

- ეტიკეტი არის ზნეობრივი ნორმებისა და პრინციპების, ცივილიზებული ქცევისა და კომუნიკაციის კულტურის მაჩვენებელი, რომელიც წარმოადგენს საზოგადოების სულიერი და კულტურული ცხოვრების უმნიშვნელოვანეს ნაწილს;
- სამეტყველო ეტიკეტი წარმოადგენს ვერბალური ერთეულების მიკროსისტემას, რომელიც საზოგადოების მიერ მიღებულია ეფექტური კომუნიკაციის დასამყარებლად, სამეტყველო ქცევის წესების შესაბამისად წარმართვისათვის. სამეტყველო ფორმა მყარია, ნაციონალურ-სპეციფიკური, ამავდროულად ისტორიულად ცვალებადია;
- სამეტყველო ეტიკეტი რეალიზდება მრავალ სამეტყველო ჟანრში: მისალმების, დამშვიდობების, მობოდიშების, მადლიერების, თხოვნის, თანხმობის, უარის, კომპლიმენტის დროს;
- ქართულ პოლიტიკურ გადაცემებში ტრადიციული მისალმების ფორმები ჩამოყალიბდა, რომლებსაც აქვს ერთგვაროვანი ლექსიკა და მისალმების შაბლონური სტრუქტურა;
- ქართული პოლიტიკური ტოკშოუებისაგან განსხვავებით ამერიკულ შოუებში მისალმების მრავალფეროვანი ფორმები გვხვდება, სადაც გამოყენებულია ოქსიმორონული სიტყვათშეთანხმებები და იდიომები.
- მიმართვის ძირითადი ფორმა ამერიკულ პოლიტიკურ ტოკშოუებში არაფორმალური სტილია. როგორც წამყვანები, ისე ტოკშოუს სტუმრები, ერთმანეთს სახელებით მიმართავენ. მიმართვის აღნიშნული ფორმა

ამცირებს დისტანციას მოწვეულ სტუმარსა და ჟურნალისტს შორის, რაც ხელს უქმნის კომფორტული გარემოს ჩამოყალიბებას ურთიერთობის პროცესში.

- ამერიკული პოლიტიკური ტოკშოუებისაგან განსხვავებით ქართულ პოლიტიკურ ტოკშოუებში ვხვდებით მიმართვის ფორმალურ სტილს, რომელშიც სამეტყველო ეტიკეტის ნორმები დაცულია. სტუმრის წარდგენასა და მიმართვას ხშირად მოჰყვება სამადლობელი სიტყვები, რაც თავაზიანი მეტყველებაა.
- დამშვიდობებისას ამერიკულ პოლიტიკურ ტოკშოუებში წამყვანები იყენებენ სტანდარტულ, ფიქსირებულ ფორმებს, რომლებიც უფრო თავაზიანი და ოფიციალურია და სამეტყველო ეტიკეტის ნორმები დაცულია;
- ქართველი წამყვანების მეტყველებაში დამშვიდობებისას უფრო ხშირია ნეიტრალური და ოფიციალური რეგისტრის ლექსიკის ერთმანეთში აღრევა;
- გამოყენებული ნეიტრალური ფორმები ხშირად დამშვიდობების ყოველდღიური ფრაზების იდენტურია.
- თანამედროვე ტოკშოუებში მისალმების, დამშვიდობების, მიმართვის, მადლობის გამომხატველი კლასიკური, მყარი ფორმულები გამოიყენება;
- ქართულ პოლიტიკურ ტოკშოუში საუბრის ძირითად ეტაპზე ჭარბობს სიმულვილის ენა, ხშირია შეურაცხმყოფელი ლექსიკის, დისფემიზმების, ირონიისა და მდაბიო სტილის სიტყვების გამოყენება, რაც სამეტყველო ეტიკეტის ნორმების უხეში დარღვევაა;
- როგორც წესი, პოლიტიკურ ტოკშოუებს მაყურებელი ფორმალური კუთხით აღიქვამს და სწორედ ამიტომ თვალში საცემია მაღალი რანგის

პოლიტიკოსების მხრიდან არანორმატიული ლექსიკის გამოყენება და სამეტყველო ეტიკეტის ნორმების დარღვევა;

- გადაცემის ძირითად ეტაპზე ქართველი და ამერიკელი წამყვანების საუბრის შედარებამ კონტრასტული შედეგები გვიჩვენა. ქართველ ჟურნალისტებთან გვხვდება უფრო მეტი თავშეკავებულობა და პოზიტიური დამოკიდებულება. გადაცემის მსვლელობისას ჟურნალისტები აქტიური არიან, აჟღერებენ საწინააღმდეგო მოსაზრებებს და აქტიურ ოპონირებას უწევენ მოწვეულ სტუმრებს, თუმცა ერიდებიან საკუთარი მოქალაქეობრივი პოზიციის დაფიქსირებას. წამყვანები თითქმის არასდროს მიმართავენ სიმულვილის ენისა და შეურაცხმყოფელი ფრაზების გამოყენებას;
- ამერიკელი წამყვანები ხშირად იყენებენ უწმაწურ სიტყვებსა და შეურაცხმყოფელ ეპითეტებს პოლიტიკოსების მიმართ;
- ამერიკულ გასართობ ტოკშოუებში წამყვანები მისაღმების დროს უმეტესად მიმართავენ არაფორმალური რეგისტრის ლექსიკის გამოყენებას;
- ქართულ ტოკშოუებში მისაღმება ერთგვაროვანი სტრუქტურისაა და ეტიკეტის ჩარჩოშია მოქცეული;
- მიუხედავად ორი განსხვავებული კულტურისა, ქართულსა და ამერიკულ გასართობ ტელეშოუებში მიმართვისა და დამშვიდობების ფორმები ერთმანეთს ემთხვევა. ეს გამოწვეულია კულტურათმორისი კომუნიკაციის გაფართოებით და ეტიკეტის სტანდარტული და ფიქსირებული ფორმულების ჩამოყალიბებით;
- გასართობი ტოკშოუს ძირითად ეტაპზე ორივე საკვლევ ენაში ჭარბად გამოიყენება სლენგი, ჟარგონი და ვულგარიზმები, რაც სამეტყველო ეტიკეტის ნორმებიდან გადახვევად შეიძლება ჩაითვალოს;

- ქართულ ტოკშოუებში მრავლად გვხვდება რუსული წარმოშობის ჟარგონები; მათ ხშირად დასდევს ირონიული ელფერი;
- ამერიკულ გასართობ ტოკშოუებში ხშირად გამოიყენება კოლოკვიალური სლენგი და დიდი რაოდენობით ვულგარიზმი;
- ქართულ ტოკშოუებში, ინგლისურისაგან განსხვავებით ვხვდებით თვითკომპლიმენტებს და/ან ტრაბახს, რაც კომუნიკაციური თვალსაზრისით თავაზიანობის პრინციპის დარღვევაა;
- ამერიკელები თავს არიდებენ თვითკომპლიმენტირებას, ცდილობენ, უფრო სახალისო ელფერით და მოკრძალებულად შეაქონ საკუთარი თავი. აღნიშნული ხერხის გამოყენება სატელევიზიო გადაცემაში განწყობას ამადლებს;
- კომპლიმენტის წარმოთქმის დროს ორივე საკვლევ ენაში ყველაზე ხშირად გამოიყენება ფამილიარული ლექსიკა. ამ შემთხვევაში არ ირღვევა ეტიკეტი, რადგან მის ფუნქციას ასეთ გადაცემებში პოზიტიური ურთიერთობის დამყარება და შენარჩუნება წარმოადგენს.

სადისერტაციო ნაშრომის ძირითადი დებულებები აისახა შემდეგ
პუბლიკაციებში:

1. ამერიკული და ქართული პოლიტიკური ტოკშოუს ლინგვისტური თავისებურებები ეტიკეტის თვალთახედვიდან - შეპირისპირებითი ანალიზი.
Journal of Narrative and Language Studies, 2020, ISSN: 2148-4066;
2. სატელევიზიო დისკურსის თავისებურებები. საერთაშორისო რეცენზირებადი მულტილინგვური სამეცნიერო ჟურნალი „Scripta manent“, 2017, №4, გვ.14. ISSN 1987-7390;
3. სამეტყველო ეტიკეტის რაობა და მისი ფუნქციები. საერთაშორისო სამეცნიერო ჟურნალი „ინტელექტი“, 2018, №2(61), გვ. 77, ISSN 1512-0333;
4. თოქ-შოუ როგორც სატელევიზიო დისკურსის ჟანრი. საერთაშორისო სამეცნიერო პერიოდული გამოცემა „კულტურათაშორისი კომუნიკაციები“, №31, გვ. 55, ISSN 1512-4363.