

ЖУРНАЛИСТИКАЖУРНАЛИСТИКАJOURNALISM*Мамырова М.К.***ЭЛЕКТРОНДУК БАСМА СӨЗДҮН ОРДУ ЖАНА БӨЛҮКТӨРҮ***Мамырова М.К.***МЕСТО А И ДЕТАЛИ ЭЛЕКТРОННОЙ ПРЕССЫ***М.К. Мамырова***PLACE AND DETAILS OF THE ELECTRONIC PRESS**

УДК: 070.(575.2)

Журналистиканын бөлүктөрү мезгилге жараша пайда болгон, а дегенде пресса, анан радио, андан кийин телевидение. Азыркы учурда интернет (сайттар) калыптанды. Журналистиканын бөлүктөрүн (муну формалары, түрлөрү же жанрлары деп да аташат), бөлүк дегенибиз тагыраак болот. Электрондук журналистиканын спецификасы прессадан (басма сөз) айырмаланып турат – булар бир бутактын эки дарагы, XXI кылымда үчүнчүсү (интернет-журналистика) пайда болду, эртең төртүнчүсү пайда болушу мүмкүн. Макалада публицистикалык стилге тиешелүү макала жана анын жанрдык бөлүнүшү, макаланын коштогон мазмуну тууралуу сөз болот. Электрондук каражаттар (радио менен телевидениеде) – эң чоң жүктү көтөрүп турган техникалык жана чыгармачылык ишмердик. Бүгүнкү күндөгү кайсы ишканалы албайлы, кайсы уюмду айтпайлы, чоңунан кичинесине чейин, ал тургай жеке адамдан үй-бүлөгө чейинки адам буту басып, колу тийген бардык тармактарды электрондук байланышсыз элестетүү мүмкүн эмес. Биз илимдин жана техниканын өсүп жеткен Интернет заманына, бүткүл жер шаарындагы болуп жаткан маалыматты бир түйүнгө бириктирип, абсолюттуу түрдөгү байланыштын мүмкүндүгүн берген глобалдуу технологиянын дооруна жеттик. Электрондук заманда басма сөзүн (прессанын) салмагы төмөндөдү. Интернетте «жарандык журналистика», «сайт», «блоггер» деген нерселер пайда болду, каалаган ойлор электен өтпөй, түздөлбөй, редакцияланбай таратылууда. Адамдар маалымат алуу үчүн «Google» системасына кирип, чексиз маалымат булактары менен таанышып, блогдорду окуп же аларга жазуу менен өздөрү редактор, өздөрү иликтөөчү, өздөрү кабарчы боло алышат, буларга кесиптик билимдин

маселелери.

**Негизги сөздөр:** массалык маалымат каражаттары, электрондук гезиттер, макала, аналитикалык макала, идея, фактылар, журналистик иликтөө, универсалдуу журналист.

Со временем появились отдельные элементы журналистики, по крайней мере, пресса, затем радио, затем телевидение. В настоящее время Интернет (сайты) сформированы. Части журналистики (также называемые формами, типами или жанрами) более точно называются частями. Специфика электронной журналистики отличается от прессы - это два дерева одной ветви, в XXI веке есть третья (онлайн-журналистика), а завтра может быть четвертое. В статье рассматривается публицистический стиль статьи и ее жанровое разделение, сопутствующее содержание статьи. Электронные СМИ (радио и телевидение) – это техническая и творческая деятельность, на которую ложится наибольшая нагрузка. Сегодня невозможно представить себе все отрасли, от самых крупных до самых маленьких, от самых крупных до самых маленьких, от отдельных лиц до семей. Мы вступили в эпоху Интернета, эпоху науки и технологий и эпоху глобальных технологий, которые объединяют информацию со всего мира в одну сеть и обеспечивают абсолютную коммуникацию. В эпоху электроники вес прессы уменьшился. В Интернете есть такие вещи, как «гражданская журналистика», «веб-сайт», «блоггер», и любые идеи распространяются без предварительной сортировки, редактирования и редактирования. Люди могут заходить в систему «GOOGLE» для получения информации, доступа к неограниченным источникам информации, чтения или записи блогов, стать редакторами, исследователями, репортерами и т.д.

**Ключевые слова:** средства массовой информации,

*электронные газеты, статья, аналитическая статья, идея, факты, журналистское расследование, универсальный журналист.*

*Over time, separate elements of journalism appeared, at least the press, then radio, then television. Currently, the Internet (sites) are formed. Parts of journalism (also called forms, types, or genres) are more accurately called parts. The specificity of electronic journalism differs from the press - these are two trees of one branch, in the 21st century there is a third (online journalism), and tomorrow there may be a fourth. The article examines the journalistic style of the article and its genre division, the accompanying content of the article. Electronic media (radio and television) is the technical and creative activity that bears the greatest burden. Today it is impossible to imagine all industries, from the largest to the smallest, from the largest to the smallest, from individuals to families. We have entered the era of the Internet, the era of science and technology and the era of global technologies that combine information from all over the world into one network and provide absolute communication. In the era of electronics, the weight of the press has decreased. There are things like "citizen journalism", "website", "blogger" on the Internet, and any ideas are spread without first sorting, editing and editing. People can log into Google to get information, access unlimited sources of information, read or write blogs, become editors, researchers, reporters, etc.*

**Key words:** mass media, electronic newspapers, article, analytical article, idea, facts, journalistic investigation, universal journalist.

Журналистиканын бөлүктөрү мезгилге жараша пайда болгон, а дегенде пресса, анан радио, андан кийин телевидение. Азыркы учурда интернет (сайттар) калыптанды. Журналистиканын бөлүктөрүн (муну формалары, түрлөрү же жанрлары деп да аташат), бөлүк дегенибиз тагыраак болот. Электрондук журналистиканын спецификасы прессадан (басма сөз) айырмаланып турат – булар бир бутактын эки дарагы, XXI кылымда үчүнчүсү (интернет-журналистика) пайда болду, эртең төртүнчүсү пайда болушу мүмкүн. «Жанр» деген термин катары XVI кылымдан бери колдонулганына карабастан, алигиче так илимий аныктама ала элек [1]. Бул түшүнүк адабият, журналистика, искусство тармактарында да колдонулат. Журналистиканын теориясында «жанр» искусстводогу жана адабияттагы аныктамаларына таянат. Жанрга бөлүштүрүү искусствонун бардык түрлөрүндө кездешет. Айталы, сүрөт искусствосунда айрыкча живописисте жанрдык өзгөчөлүктөр ачык байкалат жана предметти чагылдыруу боюнча бөлүнөт, мисалы, жаратылыштын сүрөтү – пейзаж, буюмдардын сү-

рөтү – натюрморт, адамдын сүрөтү – портрет [2]. Окумуштуулар «жанр» деген терминди контекстке ылайык колдонот, мисалы, «басма сөз» өзү жанр катары каралат, анын басма сөздүн ичиндеги түрлөрүн (аналитикалык, публицистикалык, информациялык) да жанр дешет, бул түрлөрдүн ичиндеги варианттарын (макала, очерк, репортаж, интервью, заметка) деле жанр деп аныкташат.

Мындай универсалдуулук көнүмүш болуп калган, эми ушуну эске алып «бөлүктөр» (части), «түрлөр» (виды), «жанрлар» (жанры) деп деталдаштырсак туура болот. Анда эмесе, «бөлүктөрдөн» баштайлы. Азыркы учурда эки бөлүк классикалык түрдө калыпка түшүп калды, электрондук жана басма сөздүк. Ушул жерден дагы бир нерсени тактап кетели. Тарыхый жактан алып караганда жанр тынымсыз өзгөрүп, модификацияланып, белгилүү бир этапта жаралып жана жок болуп турушу мүмкүн. Окумуштуу Ю.Бараневич айткандай, журналистикадагы жанрлардын эволюциясы тарыхый жактан коомдук турмуш менен тыгыз байланыштуу, анткени жанр коомдук турмушту чагылдыруунун каражаты катарында өнүгөт [3, 173-6].

Журналистика коомдогу болуп жаткан ар кандай окуяларга түздөн-түз катышуу менен коомдук пикир жаратат. Ошону менен бирге журналист башка атуулдардын көз карашынан келип чыккан билдирүүлөрдү жыйынтыктап, өзүнүн жеке көз карашын билдирет. Гезиттин беттеринде ар кандай темадагы макалаларды, интервьюларды, баяндамаларды жарыялап, анын жыйынтыгын чыгарат. Анын Радиодо, телекөрсөтүүдө өзүнүн активдүү жанры бар. Мисалы, гезитте «макала» - коомдо болуп жаткан олуттуу окуяны, прогрессти чагылдырган жанр жана анын тарыхы 1708-жылы М. Ломоносов «Ведомость» газетасына редактор болуп иштеген учурдан башталган [3]. Гезит-журналга жарыяланган материалдар үч түргө бөлүнөт: саясий макала, экономикалык макала, маданий макала. Негизинен макалалар - аналитикалык жана публицистикалык болуп эки багытта жазылат.

Улуттук радионун тарыхынын призмасы аркылуу радиожурналистикадан жанрлардын калыптануусун жана өнүгүшүнүн татаал жана көп фактордук процессин көрүүгө болот. Радионун өнүгүшүнүн тарыхый этаптарын изилдөө менен окумуштуулар бул тармактагы жанрлар жана формалар оозеки пропаганданын,

эстраданын, газеталык тексттердин, баарлашуу кебинин ыкмаларынын негизинде жана радиотехника менен технологиянын өсүп өркүндөшүнүн натыйжасында өзүнүн ички резервдерине таянуу аркылуу эволюциялык процесстерге дуушар болгондугун белгилешет. Айталы, оозеки пропаганданын бай тажрыйбасына таянуу менен радиожурналистика өз учурунда радио-аңгемелешүү, радио-лекция, радио-доклад жанрларын активдүү пайдаланган [4].

Ал эми 30-жылдары үн жазуучу тасманын пайда болушу радио-очерк, радио-сүрөттөмө, радио-фельетон жанрларынын өнүгүшүнө алып келген.

Радиожурналистикада көп түрдүү окуялар угуучуларга журналисттик чыгармалардын ар кандай жанрлары аркылуу жеткирилет. Жанрды тандап автор угуучуларга багытталган чыгармасын публицистиканын эрежелерине ылайык кылып жаратат жана жасалгалайт. Жанрлардын учурдагы системасы радиоуктуруунун жаңы эффективдүү формаларын жана методдорун издөө процессинин натыйжасында калыптанган. Азыркы журналистика боюнча сөздүктөрдө негизги жанр түзүүчүлүк факторлор катарында чагылдыруунун предмети, чагылдыруунун функциясы, чагылдыруунун методу белгиленген. Мунун негизинде журналисттик материалдардын түрлөрүнүн үч тобу (информациялык, аналитикалык, публицистикалык) аныкталат. Анан өз кезегинде журналисттик материалдардын топтошкон түрлөрү жанрларга бөлүнөт – *кабар, репортаж, интервью, корреспонденция, очерк* ж.б. Өзгөчө маанилүү жана туруктуу белги катарында конкреттүү турмуштук материалга жетишүүнүн деңгээлине карата типтештирүү каралат [5].

Информациялык жанрлар, маселен, фактыларды чагылдырат, аналитикалык публицистика фактыларды талдайт, көркөм чыгармачылык фактыларды типтештирет.

Электрондук каражаттар (радио менен телевидениеде) – эң чоң жүктү көтөрүп турган техникалык жана чыгармачылык ишмердик. Бүгүнкү күндөгү кайсы ишкананы албайлы, кайсы уюмду айтпайлы, чоңунан кичинесине чейин, ал тургай жеке адамдан үйбүлөгө чейинки адам буту басып, колу тийген бардык тармактарды электрондук байланышсыз элестетүү мүмкүн эмес. Биз илимдин жана техниканын өсүп жеткен Интернет заманына, бүткүл жер шаарындагы болуп жаткан маалыматты бир түйүнгө бириктирип,

абсолюттуу түрдөгү байланыштын мүмкүндүгүн берген глобалдуу технологиянын дооруна жеттик [6].

Эми бүгүнкү муундарга, массалык маалыматтык кабар менен иш алып барган жаштарга, маалымат каражатынын кызматкерлерине кабар таркатуудагы кыймылдаткыч күч болуп берген **интернетке** чейин өсүп жетүүнүн тарыхый узак жолу бар экенин, ал өткөн муундардын илимий практикалык эмгегинин үзүрү экенин, акыл менен ойду ишке ашырган инсандардын тажрыйбасы экенин болочок журналисттерге айттып беришибиз зарыл. Радиоберүүнүн алгачкы доорунан ретроспективдүү көз жүгүртөлү.

Алмустантан бери адам баласы бир жердеги кабарды экинчи жерге ар кандай жолдор менен жеткирүү ыгын ойлоп келген. Бул үчүн ар түрдүү унаа колдонулуп, ар кандай кыйынчылыктарды, тоскоолдуктарды басып өтүшкөн. Кабарчылар ат коштоп, кабарды тез жеткирүү аракетин жасашкан [7]. Чыгыш элинде эл топтолгон аянттарда, аш-тойлордо жана базарларда «жарчылар» жарыя кылышкан. Европа элдеринде мындайды керней же барабан уруу аркылуу “глашатайлар” билдиришкен. Ар түрдүү кабарлар бир элден экинчи элге орчундуу кабарлар болсо мындайга атайын тандалган адамдар (элчилер) аркылуу жеткирилип турган. Жөн-жай кабарлар, кызыктуу окуялар соодагерлер менен жүргүнчүлөр аркылуу бир айылдан экинчи айылга, шаардан шаарга, мамлекеттен мамлекетке тараган. Кабар таратуунун ушул жолдору бир топ убакытты алып, дароо бүткүл өлкөгө бир учурда кабар жеткен эмес, ошондуктан гезиттин пайда болушу маалыматтык кабар таратуудагы революциялык кадамга айланды, андан кийинки «революция» – бул А.Поповдун радиотүйүнүнүн жаралганы, мындай каражат адам баласынын колуна эбегейсиз мүмкүндүк берди.

Кыргызстанда алгачкы радио толкуну 20-жылдардын орто ченинде радио күйөрмандардын демилгеси менен пайда болгон. Областтык саясий агартуу бөлүмүнүн алдында детекторлор аркылуу лампасыз эптеп кураштырылып жасалган радио уктуругуч жасалганы тууралуу кабар 1926-жылдын 11-апрелиндеги «Крестьянский путь» гезитинде басылган [8]. Ошол эле гезитке чыккан «Радиону берели» аттуу макалада радиоаппаратуранын начар абалы жөнүндө, Фрунзе шаарында бир эле радио уктуругуч жана бир эле антенна бар экени тууралуу айтылган.

1927-жылдын 27-февралында күндүзгү саат 12де

саясий агартуу мекемесинин, жумушчулардын борбордук клубунун имаратынын жанында алыстан үн кабыл алуунун биринчи жолу сындан өткөрүүсү болду. Бул туурасында ошол окуянын катышуучуларынын бири С.Сталь мындай деп эскерет. «Бизге үн алгыдан «Алло, алло, алоо... Көңүл буруңуздар, көңүл буруңуздар, көңүл буруңуздар» деген сөздөр даана угулду. Муну уккан эл имараттын алдына утуру чогулуп, батпай кетти. Бир азконур, кооз үн катуу чыгып, баарына угулуп жаткандыктан, мурда мындайды көрбөгөн адамдардын бир тобу таңырकोо менен мамиле кылды. Кимдер бирөө түтүк аркылуу сүйлөп жатса керек дегендер да болушту. Таң калып, элендеп жогору үн чыккан тарапка эл тигилишти» [9].

Ошондон бери ар күнү саат 12де ушул жерден СССРдин көпчүлүк эле шаарларынын радиостанцияларынын берүүлөрү уктурулуп турду. Андан тышкары, өзүбүздүн калаадагы жанылыктар, маектер, спектаклдер, концерттер берилди. Мына, радио ушинтип башталган. Чет жакалардагы калкыбыз маданий борборлор менен көзгө көрүнбөгөн бир сыйкырдуу да, таасирдүү да радиотолкундун күчү менен байланышып калды. Кыргыз радиосунун көз жарган күнү – 1927-жылдын 7-марты.

ММКда бардык жанрлар окшош эле функцияларды аткарат, ошентсе да радиодо жанрлар телевидениенин жанрларынан айырмаланат, ал эми электрондук массалык каражаттардын (буга радио менен телевидение кирет) жанрлары басма сөздүн жанрларына салыштырса, өзгөчө касиеттерге ээ болот. Эстониялык окумуштуу И.Триксель репортаж жанры радиодо окуяга катышкан адамдардын үнүн, окуянын дабыштык картинасын элестүү бере алат деп белгилеген [10, 33-б.].

Радиодогу жанрларын анализдегенде ушул касиеттерге көңүл бөлүнүүгө тийиш. Окумуштуулар радиожанрлардын калыптанышынын эволюциясын уктуруунун өнүгүү процесси менен тыгыз байланыштырышат. В.Ружниковдун аныктамасына таянсак, уктуруунун «формасы» деген түшүнүк радионун программалык ишкердүүлүгүнө жана уктуруу программалардын түзүлүшүнө байланыштуу [11]. Ал эми журналистиканын жанры деген түшүнүк журналисттик чыгарманы жаратуу жана кабыл алуу процессине кирет.

Жанр – белгилүү бир журналисттик чыгарманын түрү. Формалар жанрларга караганда бир топ кыймыл-

дуу экендигин радионун тарыхы далилдей алат. Тарыхтын ар кандай этаптарында коюлган милдеттерге, уктуруунун сеткасына, материалдарды берүүнүн ыкмаларына жараша формалар өзгөрүп келген. Бир кезде «радиогазета», «радио-митинг», «радио-чогулуш», «радио-университет» сыяктуу формалар кеңири колдонулгандыгы да белгилүү. Уктуруунун бул формалары ошол учурдагы жаңы коомду курууга болгон советтик адамдардын чечкиндүү маанайын, өлкөнү жалпы индустриалаштыруу жана коллективдештирүү масштабдарын чагылдырып турган. Бүгүнкү күндө уктуруунун мындай формаларын кездештире албайсың. Бул өнүттөн караганда, казак радиожурналистикасын изилдеген Н.Омашевдин жанрлар боюнча изилтөөсү кызыктуу [12, 185-б.]. Автордун белгилөөсүнө караганда, радиожурналистикага «радиогазета» формасы менен келген жанрлар бул форманын жоголуп кетиши менен жоюлууга учураган жок, себеби басма сөз да өнүгүп кетти.

Бүгүнкү күндө гезиттин өнүгүү процесси жашоонун талабына ылайык экиге бөлүнөт – борбордук жана региондук. Гезитти таркатуу иши редакциянын аракети менен ишке ашат, себеби ал өз убагында жер-жерлерге жетпегендиктен жана кайдыгерлик мамиледен улам «Кыргыз почтасынын» кызматынан биротоло баш тартышкан [13]. Гезиттин койгон баасы 10 сом болсо, жарыяланган күнү региондордон келген ортомчулар сатып алып, андан ары өздөрү койгон баа менен сатылат. Бул жактан чек жок. Менеджерлер берген маалыматка таянсак, аймактарга, мисалы, мындай көлөм менен таркалат:

Бишкек шаарына - 1,5 мин даана  
 Чүй регионуна - 1,5 мин даана  
 Ош регионуна - 1,5 мин даана  
 Жалал-Абад регионуна - 800 даана  
 Ысык-Көлгө - 600 даана  
 Таласка - 200 даана  
 Нарынга - 150 даана  
 Баткенге - 50 даана.

Жалпылап алганда, 6000 даана менен гезит так ачага сатылат. Рекламаларды көпчүлүк учурда менеджерлер өздөрү издеп табууга аргасыз болушат. Мындай жол менен рекламадан түшкөн кирешенин 10 пайызы менеджердин айлык акысына чегерилет. Жааматтын айтуусуна таянсак, регионалдык гезитке реклама берүүчүлөрдүн саны өтө эле аз. Тажрыйбага көз каранды эмес, гезиттин нускасына жана чыгуунун тездигине жараша

болот. Жумасына бир жолу 5 миң тираж менен чыккан гезитке караганда, жумасына 20 миң тираж менен чыкканга реклама, албетте, алда канча көбүрөөк келет. Ушундай салмактуу гезиттер ишканалар менен жылдык келишимдин негизинде иш алып барышат. Мезгилдүү реклама берүүчүлөр үчүн атайын женилдиктер берилет жана дагы бир жагдай чет тилдеги рекламаларды кыргыз тилине да которуп жазуу мүмкүнчүлүгү керек болсо, редакция тейлөөнү сапаттуу түрдө колго алат [14]. Рекламанын өлчөмү гезиттин тиражынын өлчөмүнө байланыштуу болот.

Электрондук заманда басма сөзүн (прессанын) салмагы төмөндөдү. Интернетте «жарандык журналистика», «сайт», «блогер» деген нерселер пайда болду, каалаган ойлор электен өтпөй, түздөлбөй, редакцияланбай таратылууда. Адамдар маалымат алуу үчүн «Google» системасына кирип, чексиз маалымат булактары менен таанышып, блогдорду окуп же аларга жазуу менен өздөрү редактор, өздөрү иликтөөчү, өздөрү кабарчы боло алышат, буларга кесиптик билимдин кереги деле жок. Булар «жанр» дегенди билишпейт. Жыйырма биринчи кылымдын журналистикасы ушундай жагдайды моюнга алып, жаңы форманы, жаңы инструментти таап, коомчулук сапаттуу маалымат менен камсыз болушуна жардам берүүгө тийиш [15]. Журналисттин кесибин Интернет жокко чыгара албайт, себеби бул – калкты жаңылык менен камсыз кылуу үчүн жаралган

түбөлүктүү кесип. Журналистиканын негизги мааниси – адамзатка маалыматты эркин шартта, калыс түрдө, толук өлчөмдө жана өз убагында кечиктирбей жеткирүү процессин камсыз кылуу. Журналистикада «танапис» менен «дем алуу» деген нерселер болбойт.

#### Адабияттар:

1. Орунбеков Б. Жуналистиканын негиздери. - Бишкек, 2015.
2. Вестник Воронежского университета. - Воронеж, 2006.
3. Редалл Д. Универсалдуу журналистика. - Жалал-Абад, 2005. - 87-бет.
4. <http://www.bbc.co.uk/kyrgyz>. 10.05.2006.
5. [www.megacom.kg](http://www.megacom.kg) булак.
6. Усупов С. Керектүү жана керектүү кесип. - Бишкек, 2014. - 134 б.
7. Бараневич Ю. Жанры радиовещания: проблемы становления, формирования и развития. - Киев-Одесса, 1078.-183 с.
8. Тринкель И. Некоторые вопросы теории репортажа. Радиорепортаж. - М., 1967. - 233 с.
9. Омашев Н. Казак радиожурналистикасы... - Алматы, 1992. - 264 б.
10. Пельт В. Дифференциация жанров газетной публицистики. - М., 1998. - 231 с.
11. Сапаров Ж. Жаңылык - журналистиканын өзөгү. - Жалал-Абад, 2011. - 95.
12. «Кутбилим» гезити Интернет-булактар.
13. <http://www.rarebooks.net.kg>.
14. <http://bilim.journalist.kg/>
15. <http://akunovanarod.ru/>