



**ЖАҢЫЛЫК –  
ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ  
ӨЗӨГҮ**

**Жалил САПАРОВ**

*Жалал-Абад аймактык журналистика борбору*

*«Мастер-класс» сериясы*

**Жалил САПАРОВ**

**ЖАҢЫЛЫК –  
ЖУРНАЛИСТИКАНЫН  
ӨЗӨГҮ**

**Жалал-Абад 2011**

*Жаши журналисттердин муктаждыктарын туура түшүнүп, Кыргызстандагы жаңы журналистиканын ийгилигине тилектеш болгону, ушул китепченин чыгышына көмөк көрсөткөнү үчүн Жалал-Абад шаарынын мэри Адыл уулу Бакытка чын ниетимден ыраазычылыгымды билдиремин.*

*Автор.*

**САПАРОВ Ж. Ж.**

**Жаңылык – журналистиканын өзөгү  
Жалал-Абад, 2011, - 96 бет**

Аталган китепчеде журналистиканын өзөгү эсептелген жаңылык материалдарынын даярдалышы жана аларга коюлуучу талаптар тууралуу кеңири айтылат. Китепче жогорку окуу жайларынын журналистика факультеттеринин студенттери жана өз ишмердигин жаңыдан баштаган жаш журналисттер, ошондой эле журналистика факультетинде иштеген окутуучулар үчүн жардам катары эсептелет. Китепчеде автордун журналистика багытындагы макалалары орун алды.

## УРМАТТУУ ЖАШ КОЛЛЕГАЛАР!

«Жалал-Абад аймактык журналистика борбору» коомдук бирикмеси жаш журналисттерди кесиптик бийиктиктерге үндөө, алардын бийик максаттарынын ишке ашышына өзүнүн практикалык салымын кошуу үчүн «Мастер-класс» сериясы боюнча окуу китептерин чыгарууну баштады. Ушул колуңарга тийип турган китепче жалалабаддык журналист Жалил Сапаровдун эмгегинен жаралды. Буюрса, кийинки кездерде биз журналистиканын дүйнөлүк мыкты устаттарынын өз коллегаларына берген практикалык насааттарын, тажрыйбаларын басып чыгарууну, ошентип, жаштарга болушунча жардам көрсөтүүнү максат кылып турабыз.

Азыркы кезде журналистика тармагында окуп-билим алгысы келген жаштар кыргыз тилиндеги окуу китептеринин жетишпегендигинен, мыкты таалим алуунун башка булактарынын жоктугунан кыйналып жатканын эске алып, биздин журналистика борбору бир гана окуу китептерин чыгаруу менен чектелбестен, ошол эле мезгилде «Мастер-класс» долбоору менен жаш журналисттерди журналистиканын алдыңкы тажрыйбаларына үйрөтүү, такшалтуу жана дасыккан чеберлердин катарына кошуу аракеттерин көрүп келет. Бул багытта Жалал-Абад мамлекеттик университетинин журналистика кафедрасы жана кызыкдар эл аралык уюмдар, жеке жактар менен тыгыз байланышта мастер-класс сабактарын окутуу иши жүрүп жатат.

Максат – Кыргызстандагы журналистикада өкүм сүрүп жаткан кризиси, артта калуучулукту жана баалуулуктар деградациясын артка таштап, жаңы, заманбап журналистиканы калыптандыруу, ошого жараша кадрларды даярдоо. Бул үчүн жаңы программалар, жаңы аракеттер керек. Биздин журналистика борбору бул багытта ишин уланта бермекчи.

Бул – биринчи кадам, биринчи аракет, буюрса жакшы саамалыктар, жыйынтыктар али алдыда.

*«Жалал-Абад аймактык журналистика борбору»  
коомдук бирикмесинин администрациясы.*



## АВТОРДОН

Журналистика коомдун тездик менен өзгөрүүсүнөн улам өзү да тездик менен өзгөрүүлөргө учурап жатат. Ага карата улам жаңы талаптар коюлуп, массалык маалымат каражаттары өз ишмердигинде жаңы стандарттарды пайдала башташты. Акыркы он беш жыл ичинде Кыргызстандагы журналистикага журналистиканын эл аралык жаңы стандарттарын сиңирүү аракеттери көрүлүп келет, бирок ар кайсы себептерден улам ал ийгиликтүү түрдө ишке ашып кеткени жок. Бирок, Кыргызстандагы журналистиканы жаңы стандарттарда, улам жаңы бийиктиктерде улантуу зарылдыгы турат.

Ошого байланыштуу журналистиканын ушул кезге чейин келген пропагандалык эмес, чыныгы журналистиканын миссиясына ылайык маңызын жайылтуу, аны жаш журналисттерге сиңирүү жагы алдыбызда көлдөлөң турганы турган. Бул жаатта эң кемчил көрүнүштөрдүн бири – кыргыз тилиндеги тийиштүү окуу китептеринин жоктугу. Деген менен, эгемендик жылдарында жер-жерлерде орус тилин окутуу артка кетип, жаштар дүйнөлүк жаңы көрүнүштөргө өз тилинде колу жетпей келет.

Биз ушул өксүктү бир аз толтуруу максатында жана жаштарга журналистиканын өзөгү болгон жаңылыктарды жаңы стандартка ылайык жазууну үйрөтүү үчүн ушул чакан эмгекти тартуулап отурабыз. Жаңылыктарды жазуу тууралуу айта турган, окута турган нерселер көп, бир гана лид жазуу тууралуу эле кадыресе бир эмгекти жаратса болот. Себеби, журналистиканын өзөгү жаңылык болсо, жаңылыктын өзөгү лид эсептелет. Эми ал кийинки кадамдарыбыз болсун.

Бул чакан эмгек журналистика факультеттеринде окуп жаткан болочок журналисттерге, журналистика майданында астейил кадам таштап келаткан жаш журналисттерге, а мүмкүн журналисттик жамааттарга жана журналистикага кызыккан атуулдарга жакшы жардам болуп калар деген ишенимдемин.

Ийгилик каалайм!

*Жалил САПАРОВ*



---

## **МААЛЫМАТ ЖАНА АНЫН РОЛУ, ЖУРНАЛИСТИКАНЫН МААНИСИ**

Журналистика коомду андан ары жакшыртуу жана өнүктүрүү үчүн маалымат топтоо, аны иштеп чыгуу жана таркатуу милдетин аркалаган коомдук көрүнүш, атайын система. Ал жөн гана өнөрчүлүктөн илимге жана искусствого жеткен тарыхы бар өзүнчө тармак. Мурда да, азыркы кезде да коомдук бардык процесстер маалымат таркатуусуз жүрбөйт. Айрыкча азыркы кезде маалымат таркатуу менен коомдук-саясий бардык аспектилер терең байланышкан. Себеби, маалымат же идеологиялык процесстер таасир этпеген, же ошондой процесстерге муктаж болбогон бир дагы тармак, система же көрүнүштөр жок.

Мисалы, реклама жана жарыялар. Ансыз коомдогу экономиканын, кала берсе жеке адамдын да күндөлүк жана дайымкы керектөлөрү канааттандырылбайт. Ар бир адам ар күнү жаңы маалыматтарды алгысы келет, бул анын күндөлүк керектөөлөрүнө жана кийинки турмушун пландаштырууга, коомдук статусун ар тараптуу камсыз кылуу үчүн зарыл.

Эгерде ким бирөө үй алдындагы газонго ээ болгусу келсе, аны мыкты жана ыңгайлуу чечүүнүн жолдорун издейт. Аны үчүн ага маалымат керек. Демек ал тийиштүү журналдарды, интернет-булактарын же телеберүүлөрдү карап, максатынын натыйжалуу орундалышына умтулат. Демек, мында маалымат таркатууну аркалаган жуналистиканын орду жана ролу көрүнүп турат.



Журналистика – бул субъект, андагы негизги курал, объект – маалымат. Мисалы, калемсаптагы маанилүү объект же компонент сыя өңдүү эле журналистикада маалымат негизги орунда турат. Ал эми маалымат деген эмне? Анын цивилизациядагы, коомдогу ролу жана орду кандай?

Жогоруда айтып кеткендей, маалыматсыздык өнүгүүгө мүмкүндүк бербейт. Бир нерсени билген киши - бир нерсени жасай алат. Эч нерсе билбеген киши – эч нерсе жасай албайт. Маалыматтуу адам коомдогу активдүү субъект болуп саналат: ал бардык коомдук процесстерди билип турат жана ага активдүү катыша алат, түзүүчү иштерди жасай алат, ошентип дайыма өнүгүү үстүндө болот.

Эгер масштабдуу алсак, бүткүл ааламдын өзү маалыматтан турат. Бүткүл ааламдагы материалдык жана идеалдык нерселер – маалымат. Бак-дарактар, суулар, чаң жана баткактар жана башкалар өздөрүнүн бар болуп турушу менен эле маалымат берип турушат. Демек, бариктери бар, демек шылдырап агат, демек илээшкек жана булганыч дегендей. Ааламдагы бардык нерселер - маалымат алып жүрүүчүлөр.

Коомдук жашоодо маалымат таркатуу иреттелген жана максаттуу болушу зарыл. Ал коомдун жана жеке инсандын өсүп-өнүгүшүнө, анын жыргалчылыктарына, күндөлүк жана дайымкы керектөөлөрүнө, алдыга койгон максаттарынын ишке ашырылышына кызмат кылууга тийиш. Ушул жагынан алганда маалымат жалпы тарыхый цивилизациянын өнүгүшүнө эбегейсиз кызмат өтөдү.

Мисалы, басма сөздүн пайда болушу сооданын, коомдук-саясий, маданий алакалардын күчөшүнө, коомдун дүйнө таанымын арттырууга, коомдук процесстердин активдешүүсүнө түрткү берген. Басма сөздүн пайда болушу сабаттуулукту жоюуда да көп роль ойногон. Ал коомду жаңы керектөөлөр менен камсыз кылды.

Кийинки техникалык өсүп-өнүгүү радионун калыптанышына



---

алып келди. Радио жөн гана байланыш каражаты эмес, ал массалык маалымат таркатуу каражаты катары коомдун жашоосун дагы бир тепкичке жогорулатты. Атуулдар мурдагыдай гезит-журналды гана карап отурбай, эми радиону угуу менен алек болушту. Анын ыңгайлуулуктары атуулдарга жагып калды: аны башка иш менен алек болуп жаткан ар кайсы убакта уга берүүгө болот. Чынында, радио саясий, социалдык, маданий тармактардын өсүшүнө да зор салым кошту.

Андан кийин пайда болгон телевизор же телевидение, башкача айтканда, жандуу көрүнүштү толкун аркылуу таркатуу мүмкүндүгү коомдо чыныгы революция катары бааланат. Эгерде мурда биз радио аркылуу үндү гана угуп келсек, эми жандуу көрүнүштөрдү кабылдай алабыз. Бүгүнкү күнү телевидениенин коомдогу орду жана ролу тууралуу айтуунун кажети деле жок.

Акыркы кезде компьютердин жана интернет желесинин пайда болушу маалымат таркатуудагы дагы бир революцияны пайда кылды. Интернеттин жардамы менен ар кандай маалымат жер шарынын ар кайсы чекитине заматта жетип барат. Эгерде мурда жазуу же сүрөт түрүндөгү гана маалыматтар таркатылып келсе, азыр аудио жана видео-маалыматтар да кеңири таркатылып, ал бир мезгилде басма сөзгө, радиого жана телевидениеге атаандаштыкты жарыялады.

Бүгүнкү кездеги эң жаңы маалымат таркатуу ыкмасы кайсы? Эми бизде уюлдук телефондор пайда болуп, эсемескалар аркылуу массалык маалымат таркатуу мүмкүндүгү ачылды. Мисалы, 2010-жылдын июнь айындагы түштүктө болуп өткөн коогалаңда бийликтер калкка массалык түрдө эсемескалар аркылуу кабар жеткирүү жолунан пайдаланышты. Анын ыкчамдыгы жана массалуулугу чоң мааниге ээ болду. Азыркы кезде интернет маалыматтары ошол эле уюлдук телефон аркылуу эч бир тоскоолсуз таркатылып жатканын билебиз.

Маалымат – коомдук жана саясий, маданий, тарыхый эбегейсиз үлкөн баалуулук. Анын барлыгы же жоктугу коомдук про-





цесстердин тигил же бул нукта өнүгүшүн камсыз кылат, тарыхый нукту өзгөртөт. Бир коомду экинчи башка коомго трансформациялайт. Ал эми маалыматтын таркатылышы да ошондой эле мааниге ээ: эгерде маалымат бар туруп, аны эч ким билбесе, анда маалымат эч нерсеге жарабай калат.

Демек, журналистикасыз маалымат эч бир баалуулуктарга ээ боло албайт. Маалымат качан гана коомго таркатылганда гана кайсы бир мааниге ээ болуп, күчкө кирет. Мындан журналистиканын, массалык маалымат каражаттарынын, маалымат таркатуунун мааниси ачык көрүнүп турат.

Ошондуктан, массалык маалымат каражаттарын «төртүнчү бийлик» атагандар бүгүнкү күндө терең жаңылышат: азыркы коммуникация доорунда маалымат таркатуу, демек, журналистика коомдогу биринчи бийликке айланган.

## **ЖУРНАЛИСТИКА КАНДАЙ БОЛОТ ЖАНА ЭМНЕГЕ УМТУЛАТ?**

Англиялык устат журналист Дэвид Рэндалл минтип жазат: «Батыш журналистикасы деп аталган көрүнүш дегеле болбойт. Так ошондой эле орус журналистикасы, польша журналистикасы, болгар журналистикасы, француз, нигер, голланд, тай, фин, исланд, бирма, латыш журналистикасы же Саудия Арабстан журналистикасы деген нерсе болбойт. Жакшы журналистика жана жаман журналистика гана бар.

Ошондой эле либералдуу журналистика, республикалык журналистика, улутчул, атеисттик, реформачыл, сепараттык, федералдык, феминисттик же марксисттик журналистика да болбойт. Эгерде журналисттер өзүнүн ишинде тигил же бул максаттарга гана кызмат кылышса, анда алар дегеле журналисттер эмес, пропагандисттер гана. Жакшы журналистика жана жаман журналистика гана бар.



Дал ошол сыяктуу эле элитардык жана массалык журналистика, олуттуу басылмалар жана бульвардык гезиттер журналистикасы да болбойт. Коммерциялык журналистика же андерграунд журналистикасы, мамлекеттик же антимамамлекеттик журналистика деген жок. Жакшы журналистика жана жаман журналистика гана бар».

Дэвид Рендалдын ою боюнча, бүткүл дүйнөдөгү жакшы журналисттер өздөрүнүн ролун бирдей түшүнүшөт. Ал – баарыдан мурда, суроо берүү жана шектене билүү. Анан:

- Ушактардын жана ойдон чыгарылган нерселердин ордуна маалыматты издеп табуу жана жарыялоо.

- Өкмөттүн көзөмөлүнө каршы туруу же андан качуу.

- Шайлоочуларга маалымат берүү.

- Өкмөттүн, шайланган өкүлдөрдүн жана коомдук уюмдардын аракетсиздиктерин жана аракеттерин тыкандык менен иликтөө.

- Бизнес дүйнөсүн, жумушчуларга болгон мамилени, продукциянын сапатын иликтөө.

- Жабыр тарткандардын жашоосун жеңилдетүү жана үнүн эч ким укпай жаткандарга мүмкүндүк берип, жыргап жаткандардын тынчын алуу.

- Коомдун жүзүнө күзгүнү кармап туруу, анын татыктуу жана терс жактарын көрсөтүү, аны жалган түшүнөн ойготуу.

- Сот адилеттигинин салтанаты үчүн иштөө, анын жеңиштерин жана жеңилүүлөрүн иликтөө.

- Идеяларды, айрыкча үстөмдүк кылуучу идеология менен карама-каршы келгендерин, өз ара эркин алмашууга көмөк көрсөтүү.

Ушул максаттарга жетүүгө умтулуу менен жакшы журналисттер эң эле мээнеткеч чиновниктерге караганда коомго көбүрөөк кызмат кылып беришет, анткени алар өкмөт үчүн эмес, атуулдар үчүн иштешет. Алар адамдарды маалымат менен куралдандырышат. Мына ошондуктан да өкмөттөр менен чиновниктер аларга тоскоолдук келтиргенге аракеттенишет, аларды унчукпоого



мажбурлап, «бузуку элементтер» деген жарлыкты илгенге шашышат. Алар, дегинкисинде, ошондой эле. Алардын иши коомду маалыматсыз калтырган бийликтерди түп-тамырынан бузат.

## ЖУРНАЛИСТИКАНЫН СИСТЕМАСЫ

Журналистика деген эмне? Журналистика деген бул:

**Биринчиден**, социалдык системанын бир бөлүгү катары эсептелет. Башкача айтканда, коомдун бир бөлүгү, ага гезит жана журналдардын, китеп басмаканаларынын редакциялары, теле жана радиоккомпаниялар кирет.

**Экинчиден**, бул ишмердүүлүктүн түрлөрүнүн системасы. Башкача айтканда, тармактар системасы десе да болот, анткени коомдук маанилүү маалыматтарды топтоо, иштеп чыгуу жана аны таркатуу өзүнчө тармактарды түзөт.

**Үчүнчүдөн**, бул кесиптердин жыйындысы. Мисалы, корректордон тартып редакторго чейин, оператордон тартып режиссерго чейинки кесиптер жыйыны.

**Төртүнчүдөн**, бул чыгармалар системасы. Журналисттер тарабынан ар кандай чыгармалар жазылат: кабардан тартып очеркке чейин.

**Бешинчиден**, коомдук маанилүү маалыматтардын таратуучу каналдар комплекси. Мисалы, гезиттер, журналдар, редио, телевидение, агентстволор, интернет.

Качан гана журналистика тууралуу кеп болгондо ММК (массалык маалымат каражаттары), МКК (массалык коммуникация каражаттары), басма, пресса (анын ичинен электрондук пресса), масс-медиа деген түшүнүктөр айтылат.

Журналистиканын чордонунда турган нерсе – массалык маалымат. Журналист ал маалыматтарды чогултат, иштеп чыгат жана таркатат. Маалыматтар бир ууч же кууш аудиторияга эмес, кайсы бир тармакка гана эмес, жалпы массалык аудиторияга,



калкка багытталат. Тигил же бул маселелер боюнча коомдо бирдей, акыйкат көз карашты жаратуу - негизги милдет болот.

Массалык маалыматтарды таркатуунун негизги өзгөчөлүктөрү: маалымат алуучу менен маалымат берүүчүнүн ортосундагы контакттын жоктугу (маалыматты кай жерден болсо да, гезиттин редакциясы же телерадиокомпаниядан канчалык алыс болсо да ала берет); маалыматтын жеткиликтүүлүгү (аны алуу жана өздөштүрүүдө кыйынчылык болбойт); маалыматты массалык бирдей алуу мүмкүнчүлүгү, анын үзгүлтүксүздүгү, туруктуулугу, чыгып туруу мезгилдүүлүгү, рубрикалардын, темалардын дайыма болуп турушу; маалымат органдары менен ачык иштеше берүү.

Массалык аудиторияга (калкка) багышталгандыгы, саясий-тарбиялоо максаты, коомдун бардык турмушун чагылдыруусу, таркатуунун бирдейлиги (одновременность), маалыматты таркатуунун тездиги, чыгып туруунун мезгилдүүлүгү жана туруктуулугу журналистиканын коомдогу ролун дайыма бийик көтөрүп турушат. Ал өзүнүн коомго тийгизген таасири менен бийликтин түзүлүшүн аныктайт. Коомду өзгөртөт, шайлоочуларга таасир этүү менен бийликти да өзгөртөт. Баарынан мурун, журналистика адамдардын жашоосун жакшыртууга кызмат кылат, жаңы нерселерге үндөйт, дем берет, кеңеш салып, оорчулугун жеңилдетет, проблемаларды чечүүнүн жолун таап берет.

Биз журналистиканын ордун жана ролун билип алганыбыздан кийин дегеле журналистика системасы, анын эмнелерден турушу тууралуу билип коюшубуз абзел. Деген менен, массалык маалымат таркатуунун баары эле журналистикабы же өзгөчөлөнөбү?

Чынында бир кезде чыгып жаткан гезиттер – журналистиканын биринчи субъекттери болушкан. Кийин ага журналдар кошулду. Ошол гезит-журналдар журналистика эсептелип, анда иштегендер журналисттер болду.

Кийин бул топко маалымат таркатуучу агенттиктер, радио жана телевидение келип кошулду. Ошентип, журналистиканын кадыресе бир катар тармактары же системасы түзүлдү.



Массалык маалымат таркатуучу каражаттарга: гезиттерге, журналдарга, радио менен телевидениеге жаңы, ыкчам темп менен алынган маалыматтарды берип туруу үчүн түзүлгөн маалымат агенттиктери кезинде өзгөчө ролду ойношту. Мисалы, АКШдагы Ассошиэйтед Пресс (АП) маалымат агенттиги ошол жактагы бир катар басылмалардын өздөрүнүн маалыматка болгон керектөөлөрүн канааттандыруу үчүн кооперативдик ыкмада түзүшкөн маалымат топтоо жана таркатуу субъекти саналат. Мындан башка да дүйнөдө Франс-пресс, Киодо Цисун, Синхуа, Рейтер, РИА-Новости сыяктуу үлкөн маалымат агенттиктери иштеп жатат.

Кийинки кездерде он-лайн журналистикасы, башкача айтканда, интернет журналистикасы пайда болду. Азыркы кезде биздин эле өлкөдө ондогон интернет-гезиттер, маалымат порталдары (сайттар), блогдор да коомду маалымат менен камсыздап турат.

Гезиттер, журналдар, радио, телевидение, маалымат агенттиктери, интернет-гезиттер жана сайттар баары чогулуп келип журналистиканын системасын түзүшөт. Буга дагы журналисттерди даярдоо жана кайра даярдоо тармагы кирет.

Журналистиканы азыркы кезде жарандык журналистика, саясий журналистика, социалдык журналистика, укук коргоо журналистикасы, экономикалык журналистика, балдар журналистикасы жана башкаларга бөлүп карашууда. Журналистиканы алган темасы же объекти боюнча башка багыттарда да дифференциялаштыра беришет.

## **БАСМА СӨЗ КАЙДАН КЕЛИП ЧЫКТЫ?**

Мындан дээрлик жети кылым мурда басма сөз пайда боло баштады. Германияда биринчи жолу басма тамгалар менен китеп чыгаруу пайда болгон. 1450-жылы Иоган Гутенберг оюп жазып, анан илип коюучу тактайдын ордуна терүүчү шрифттерди (там-



галарды) сунуш кылган. Ал эми гезиттин туулган жылы – 1609-жыл, анын аты соода жаңылыктары жазылган бюллетенди алуу үчүн төлөөчү монетанын атына («газетта») коюлган. Ошол жылы «Relation Adler» (Страсбургда) жана «Aviso-Relation oder Zeitung» (Аутебург) басылып чыккан. Россияда болсо, биринчи басылма жүз жыл кийин пайда болду – 1702-жылы Петр биринчинин буйругу менен «Ведомости» чыккан, андан кийинчерээк «Санкт-Петербургские ведомости» (1728-жылы) жана «Московские ведомости» (1756-жылы) чыкты.

Биздин Кыргызстанда тарыхчылардын пикирине караганда, биринчи басма сөз 1924-жылы 7-ноябрда жаралган. Ушул күнү «Эркин тоо» гезитинин биринчи саны жарык көргөн. Бул күн Кыргызстанда Басма сөз күнү катары майрамдалат.

Басма сөздүн, демек, журналистиканын келип чыгышынын үч себеби болгон.

Саясий себеп – коомду жана мамлекетти башкарып туруу үчүн; идеологиялык себеп – идеологиялык күрөштүн натыйжалуулугун арттыруу үчүн;

экономикалык себеп – коммерциялык маалыматтын булагына болгон керектөөнү канааттандыруу үчүн.

Тээ ошол 16-17-кылымдар капиталисттик мамилелердин өнүгүү доору болгон, эл аралык соода, илим жана маданият өнүккөн, сабатсыздыкты жоюу алга жылган, коммуникация тармагы арыш керип, почта борборлоштурулган.

Албетте, адамдардын ортосундагы маалымат алмашуу зарылдыгы мурда эле болуп келген. Ар кандай кол жазма түрүндөгү маалымат алмашуулар жүргөн. Бир канча нускадагы маалыматтар таркатылып да келген, бирок ал журналистика же басма сөз боло алган эмес.



## ЖУРНАЛИСТ ДЕГЕН КИМ?

Демек, журналист деген ким? Жогорудагы журналистика тууралуу айтылгандарды жалпылап келгенде журналист, биринчиден, кайсы бир массалык маалымат каражатында иштеген же өз алдынча эркин иш жүргүзүү менен маалыматтарды топтоп, аны иштеп чыгып, коомго таркаткан киши. Экинчиден, ал коомго андан ары өнүгүү үчүн керек болгон маалыматтарды таркатуу менен коомдун өзгөрүшүнө аракет кылган коомдук ишмер. Үчүнчүдөн жана эң башкысы, журналист коомдо акыйкатты издеп, аны элге жеткирген, бийликтер жана калк ортосундагы мамилелерде элдин кызыкчылыгын туу туткан киши.

Журналист өз аракеттеринде калк билүүгө тийиш болгон, калктан жашырылып жаткан, калктын мүдөөлөрүнө, укуктарына жана кызыкчылыктарына зарыл деп эсептелген маанилүү маалыматтарды топтоп, аны элдин шыбагасына коёт. Бийликтердин же жеке кызыкчылыктагы байлыгы барлардын кызыкчылыгына кызмат кылгандар журналист болуудан калышат.

Журналист өзүнүн тактыгы, чынчылдыгы, бейтараптыгы, принципалдуулугу, өжөрдүгү жана эң ириде тазалыгы менен бардык башка кызыкчылыктардан бийик турууга тийиш. Журналисттин маданияты, стандарттары тууралуу өз алдынча кеңири сөз кылуу зарылдыгы бар.

Кандай болгон күндө да журналисттин маданиятынан, максатка умтулуучулугунан, принциптүүлүгүнөн жана өз кесибин канчалык даражада кадырлагандыгынан коомго маалымат таркатуунун абалы, анын кесепеттери же жакшы натыйжалары көз каранды экенин унутууга болбойт. Демек, коомдун андан ары кандай өнүгүшү журналисттин ишмердүүлүгүнө да байланыштуу, себеби тарткатылган маалымат кандай болсо, коомдук баалуулуктар да ошого жараша калыптанат. Ал эми баалуулук бардык аракеттердин, процесстердин негизги жүйөсү (мотивациясы).



---

Коомдо эки түрдүү журналист жашайт: бири – журналистика-нын чыныгы миссиясы үчүн күрөшөт; экинчиси – журналистика-ны токоч таап жеш үчүн пайдаланат. Сиз өзүңүздү кайсынысына кошор элеңиз?

Журналисттин ким экени жана анын коомдогу ролу менен ордун жакшылап аныктоо үчүн адегенде, албетте, журналистиканын коомдук миссиясын билип алуу зарылдыгы бар. Жалпы эле журналистика деген эмне экени да анын миссиясынан улам аныкталат.

Демек, жогоруда айткандай, журналистика маалымат таркатуу менен элге маалым болбогон же коомдун андан ары өнүгүшү үчүн, демек, элдин жыргалчылыгы үчүн зарыл болгон маалыматтарды, акыры түбү акыйкатты таап, аны таркатуу милдетин аркалайт. Эгер маалымат процесси жакшы жана адекваттуу жүрсө эмне болот? Албетте, элдин түшүнүгү артат, албетте калктын социалдык жана башка активдүүлүгү жогорулайт, ошентип коомдо өзгөрүү жүрөт. Мындан чыкты, журналистиканын негизги аркалаган түпкү максаты же миссиясы – коомду андан ары өзгөртүү, жакшыртуу, адам жыргалчылыгына жетүүгө көмөк көрсөтүү. Бул миссияны аткаруу үчүн журналистика маалыматты табат, иштеп чыгат жана коомго таркатат.

Көрдүңүзбү, журналистиканын миссиясынан туруп караганда журналист дегенибиз бул – акыйкат издөөчү, аны элге тартуулоочу кесип ээси.

Тилекке каршы, журналистика маалымат процессин адекваттуу жүргүзүү менен пайдалуу, түзүүчү коомдук баалуулуктарды түзүүнүн ордуна, тескерисинче, терс коомдук баалуулуктарга алданып, өз миссиясына караманча каршы турган аракеттерди жасаган учурлар арбын. Ошонун кесепетинен журналистикадагы коммерциялашуу, пайданын артынан түшүп, акыйкатка көз жумуу фактылары жана көрүнүштөрү арбып баратат. Журналисттер буюртмаларды аткаруу, кайсы бир тарапка жан тартуу менен пайда көрүү, этикалык нормаларды тебелеп-тепсеп, журналис-





тиканын аброюн түшүрүү аракеттерин көрүшүүдө. Бул акыры барып жалпы коомдун ыдырап бузулушуна, артка кайткыс кесепеттерге кептелишине алып келет. Журналисттин жана журналистиканын тазалыгынан жана принциптеринин сакталышынан жалпы коомдун, керек болсо цивилизациянын тагдыры көз каранды.

Жыйырманчы кылымдагы «кансыз согушту» алып көрөлүчү. Эки лагерде – бүткүл дүйнөдөгү мамлекеттердин капиталисттик жана социалисттик лагеринде, эң башкысы АКШ менен СССРдин ортосунда айыгышкан идеологиялык согуш жүрүп турду. Ар кимиси дүйнөгө өзүнүн баалуулуктарын таңуулашты, адам укуктары жана эркиндиктери, жашоонун сапаты сыяктуу баалуулуктар эки ортодогу идеологиялык күрөштүн негизги куралына айланышкан. Ар бир лагерь өзүнүн көз карашын, критерийлерин, позициясын бекем карманышты. Ошондо өз ара «согуштун» негизги куралы маалымат, маалымат таркатуу каражаттары, журналистика жана журналисттер болушту. Айыгышкан күрөштүн натыйжасында СССР жарандарынын арасында советтик, социалисттик системанын жарактуулугуна болгон ишеним азайып, сын көз караштар арткан, акыры барып эң ири социалисттик лагерь кулады. Дүйнө саясий, социалдык жана экономикалык жактан өзгөрдү, башка дүйнө келип чыкты, тарыхый цивилизациянын нугу да өзгөрүп кетти.

Ушундан эле маалыматтын, маалымат таркатуунун, азыркы коомдогу негизги каармандардын бири болгон журналисттин мааниси кандай экени көрүнүп турат.

## **ЖУРНАЛИСТИКАДАГЫ ЖАНРЛАР**

Маалымат таркатуу технологиясы убакыт өткөн сайын өнүгүп, калыптанып келе берди. Азыркы кезде журналистикадагы контент негизинен жаңылыктардан, репортаждардан жана атайын репортаждардан, комментарийлерден, отчеттордон, интервью-



---

лардан жана башкалардан турат. Теледе ток-шоулар көбөйдү, ал эми басылмаларда жөн гана «материал» деген нерселер арбыды. Бирок, алар кайсы жанрга таандык экени айтылбайт да, эч ким буга кызыкпайт. Ошентип, журналистикадагы жанрлар да революциялык процестерди башынан өткөрүп, ич ара иргелип жатат.

Мурдагы советтик-партиялык журналистикада бүтүндөй бир жанрлар системасы турган. Бардык жанрларды экиге бөлүп, маалымат жана аналитикалык деп карашчу. Ал эми аналитиканын өзү публицистикалык жана көркөм-публицистикалык болуп бөлүнчү. Маалымат жанрларына заметка, отклик, реплика, хроника, майда репортаждар, корреспонденциялар, отчеттор киришчү. Аналитикалык жанрлардын катарын репортаж, интервью, сүрөттөмө, очерк, көлөмдүү корреспонденциялар, отчеттор, обзорлор, комментарийлер, очерктер, фельетондор, макалалар, рецензиялар жана башкалар толуктап турушчу. Мындан репортаж, очерк, сүрөттөмө жанрлары синтетикалык мүнөзгө ээ эле. Себеби, алар өзүндө бир эле убакта бир нече жанрлардын белгилерин алып жүрүшчү. Ал эми очерк, сүрөттөмө, публицистикалык макала көркөм-публицистикалык деп эсептелип, адабий жанрларга жакындыгы менен айырмаланчу.

Бир эле макаланын бир канча түрлөрү бар эле: баш макала, илимий макала, проблемалык макала, публицистикалык макала жана башкалар. Репортаж кээде отчеттук мүнөздө болуп, ал репортаж-отчет катары таанылчу. Мындай синтетика маалымдоонун натыйжалуулугу үчүн пайдаланылчу.

А бүгүн эмне бар? Теледе маалымат блогу, анда жаңылыктар жана аларга комментарийлер, обзорлор берилет. Репортаждарды көрүп турабыз, интервью алынат. Көбүнесе ток-шоулар, атайын репортаждар, иликтөөлөр, автордук программа делген аналитикалык көрсөтүүлөр берилет. Анан, албетте, көңүл ачуу жана реклама.

Басылмаларда болсо, жаңылыктар, отчеттор, репортаждар, интервьюлар, корреспонденциялар, обзорлор, иликтөөлөр жана реклама бар.



Радиодо жаңылыктар, интервьюлар, обзорлор, репортаждар, иликтөөлөр, реклама учурайт.

Мурдагыдай очерк, фельетон деген маанилүү, таасирдүү жанрлар азыркы журналисттер тарабынан колдонулбай жатат. Себеби, журналисттер аларды билишпейт жана ал жанрлар менен алек болууга дараметтери жетишпейт.

Жанрлык өзгөрүүлөр, журналистиканын батыш үлгүсү биздин маалымат мейкиндигибизге активдүү кирип келгени жана ээлеп алганы менен түшүндүрүлөт. Деген менен, батыштан бизге келген иликтөө журналистикасы бир кезде советтик журналисттердин колдонгон очерк жанрынын эле өзү. Кезинде эң мыкты советтик журналисттер коомдогу болуп жаткан терс көрүнүштөрдү очерк жанрында терең иликтеп, аны коомдун алдына жая салышчу. Ошол эле укук темасындагы эң мыкты очерктер азыркы иликтөөлөрдөн эч жеринен кем калышпайт, а мүмкүн тилдик жана стилдик жагынан өйдө турушат. Ошентип, жанр түшүнүгүндө трансформация процесси жүз берди да, мурдагы жанрлардын ордуна жаңы структуралык түшүнүктөр, принциптер пайда болду. Бул процесс коомдун өнүгүшү, коомдук мамилелердин өсүшү менен дагы да улана бериши турган кеп.

Бүгүнкү күндө Кыргызстандагы журналистикада жанрлар боюнча атайын кыргыз тилиндеги колдонмо чыгарылып, кеңири таркатыла элек. Деген менен, мындай колдонмо жаш журналисттердин калыптануусуна, өнүгүүсүнө, дегеле журналистика тармагынын өсүшүнө зор таасир тийгизер эле.

### **МАТЕРИАЛ КАНТИП ЖАЗЫЛАТ?**

Ишин жаңыдан баштап жаткан жаш журналист үчүн таза баракты алдына коюп алып же компьютерди ачып алып, башкалар суктанган, эч болбосо сындай албаган жакшы материалды жаза баштоо милдети турат. Жаш журналист эмнеден баштаарын,



кантип улантаарын, кантип аяктаарын билбей башы катат.

Деген менен, материал жазуу, аны калктын кызыгуусуна багыштоо, резонанс жаратуу оңой-олтоң иш эмес. Кайсы бир фактыларды ала коюп, арыдан-бери чүргөп, аны тарката коюунун өзү эле журналистикага жатпайт. Ишке киришкен кезде жаңылык материалын жазуу кыйын экенин жаш журналисттердин дээрлик баары эле өз жону менен сезишет.

**КЕҢЕШ:** антип кыйналбоо үчүн муну билип алуу керек. Ар кандай материал жазуу процессинин БЕШ ЭТАБЫ болот. Аны жакшы өздөштүргөн журналист чыгармачылыкта кыйналбайт, жакшы-накай материалдарды жазат. Ал этаптар кайсылар?

1. Материалдын идеясын тактап, түзүп алуу.
2. Фактыларды жыйноо.
3. Фактыларды анализдөө жана материалдын планын түзүү.
4. Биринчи аракет – биринчи черновик.
5. Кайра иштеп чыгуу жана текстти жакшыртуу.

Ушул беш этапты ар бир журналист куйрук улаш басып өтүшү керек. Этаптардын бирин эле аттап кеткен журналист материалды жаза албай, чайналып калат. Бул этаптарды пайдаланып, көп жазып көнүккөн журналист тапшырманы алар менен, же ишке киришер менен эле ушул этаптар боюнча аракет кыла берет. Эгерде журналист ушул этаптардын кайсы биринде начар иштеп койсо, кийинки этаптарга терс таасирин тийгизет. Кыйынчылык келип чыгат.

**МАТЕРИАЛДЫН ИДЕЯСЫ:** эгерде материал жазуунун так идеясы болбосо, журналист эмнени жазарын, кантип жазарын, эмнеге негизги көңүлдү бурарын алдын ала билбесе же максат кылбаса, анда жакшы жыйынтык чыкпайт. Көбүнесе жаш журналисттер жаңылык материалдарын же башка материалдарды жазганда



макаланын аталышын акырында жазышат. Себеби, аларда адегенде эле материал жазуунун так идеясы болгон эмес. Эгерде материалдагы идея, айталы, аялдар аз кандуулугунун негизги себептерин аныктоо болсо, анда аталышты дароо эле тыпыйта жазып койсо болот. Эгерде журналист баштаганда эле эмнени жазаарын жана жазгандарынан эмне келип чыгарын так билбесе, анда, албетте, алдын ала материалдын аталышын жаза албайт. Бул «Бара берсек, бир нерсе болор» же орусча айтканда «Война план покжет» деген сыяктуу эле кайдигерлик. Журналист кайсы бир теманы тандап алганда же окуя тууралуу жаза турган болгондо алдын ала так идеяга ээ болуусу абзел, ансыз кесипкөйлүк тууралуу айтуунун кереги жок.

**ФАКТЫЛАРДЫ ЖЫЙНОО** – чыгармачылык процесстеги маанилүү этап. Эгерде сенде алдын ала идея так болсо, анда ошол идеянын ишке ашырылышы үчүн фактыларды багыттуу топтой аласың, өзүңдүн изденүүңдү иреттүү, багыттуу жүргүзө аласың. Так идеяң болсо, ошондо гана сага кандай фактылар же комментарийлер керектигин аңдай аласың. Мисалы, жетекчи сага аялдар темасын козгоо тууралуу тапшырма берсе, сен аялдар темасы боюнча так идеяга ээ болууга тийишсиң. Чынында аялдар темасы боюнча ондогон мыкты макалаларды жазса болот, бул темада фокустар көп. А эгерде сен аз кандуулук же дагы бир так багыт боюнча гана сөз козгоону чечсең, анда идеяны тапкан болосуң. Демек, ошол багытта фактыларды жыйноо менен алектене бер. Фактыларды жыйнаганда кийин сага ошол теманы, фокусту жакшы ачып көрсөтүүгө жардам бере алгандарын калтырбаганга аракет кыл. Ашыкча факты болбойт, эгер тийиштүү мыкты комментарий берсең, бардык фактылар олуттуу жана актуалдуу болуп чыга келет. Бирок, фактыларды жыйноодо бир багыттуу, жыйнактуу, иреттүү болбосо, фактылардын башаламан көптүгү баштагы аныктаган идеядан адаштырып коюшу мүмкүн. Айрым бир фактылар өзүнчө бир идеяны пайда кылып, азгырып кетиши



---

ыктымал. Андай учурда ал сыяктуу фактыларды резерв катары өзүнчө жыйнаган туура.

**ФАКТЫЛАРДЫ АНАЛИЗДӨӨ ЖАНА МАТЕРИАЛДЫН ПЛАНЫН ТҮЗҮҮ** гана журналисттин идеясы боюнча фактыларды иреттеп жазып, окурмандын жеңил жана кызыктуу кабылдашын камсыз кылат. Топтолгон фактыларды эл аралык стандарттар боюнча кабыл алынган структура боюнча материал жазуу үчүн иргеп чыгуу зарылдыгы туулат. Мисалы, лид же негизги окуя, окуянын таржымалы же тактама материал сыяктуу компоненттери боюнча фактыларды иргөө менен анын окурман үчүн иреттүү жазылышына жетишебиз. Фактылар олуттуулугуна, актуалдуулугуна, идеяны ишке ашыруудагы зарылдыгына, тактыгына жана башка сапаттарына карап иргелет. Ошол эле кезде материалдын планын түзүү менен мыкты материал жазып алса болот. Мисалы, «көңтөрүлгөн пирамида» принциби боюнча план түзүлсө, демек анын компоненттерин карап чыгыш керек: а мүмкүн материалдын баалуулугу менен уникалдуулугу бирге берилет же тактама материал эң акыры берилип калат. Аны материалдын кызыктуу жазылышы үчүн алмаштырып караса боло берет. Эч качан материалдын маанилүүлүгүн, актуалдуулугун же уникалдуулугун арттырбай турган фактыларды колдонбош керек. Материалдын кызыктуулугун же маанилүүлүгүн күчөтпөгөн, тескерисинче аны начарлаткан фактылардан арылуу зарыл. Эң башкысы, зарыл жана зарыл эмес фактыларды ажырата билүү керек: муну материал жазуунун баштапкы идеясы аныктайт.

**БИРИНЧИ АРАКЕТ – БИРИНЧИ ЧЕРНОВИК** – ал биринчи кадам. Жаш журналисттер чү деген жерден эле мыкты материал жаза коюшу кыйын. Тажрыйба деген тажрыйба, муну туура түшүнүү абзел. Албетте, материалдын планы боюнча иргелип алынган фактыларды иреттүү жайгаштырып, аны лексикалык жана стилдик жактан мыктылап, этикалык стандарттар менен коргоп, ар



бир сүйлөмдүн жана ар бир абзацтын ортосундагы маанилик байланыштарды, толуктоолорду кынтыксыз камсыз кылып, материалдын аягын кооз аяктап бүткөн соң, жаш журналист үн чыгара өзүнүн материалын сын кулак менен уга окуп чыгышы керек. Бир кезде Эрнест Хемингуэй өзүнүн жазгандарын үн чыгара окуп чыгарын, анткени кулактан ашкан сынчы жоктугун жазып калтырган эле. Анын сыңарындай ар бир жаш журналист дасыккан кесипкөйгө айлангыча ушул усулду пайдаланып, өзүнүн жазгандарына кулагы менен сын бериши абзел. Эгерде кайсы бир жеринде кулака жакпаган, же тил сындырган же стилдик дисгармонияга жол коюлган жери болсо, аны дароо оңдогонго болот. Дайыма черновикти окуганда ойдун же окуянын берилишинин гармониялык, мончоктой тизмектелишине, сөздөрдүн жазылышынын эластикалык сылыктыгына, жуурулушуна маани берүү зарыл. Материал бир бүтүн буюмдай турганы жакшы, бири-бирине анчалык коошпогон бир нече бөлүктүү материал – эң жаман материал. Өзүңөрдүн черновикке атаандаштын жазган материалына сын көз караш менен карагандай мамиле жасагыла жана мындан уткула. Ким өзүнүн жеке чыгармачылык дымагын, текебердигин жеңе алса, ошол киши мыкты журналист боло алат. Өзүңөрдү жеңгиле.

**КАЙРА ИШТЕП ЧЫГУУ ЖАНА ТЕКСТТИ ЖАКШЫРТУУ** – бул мүмкүн материалды жазып чыккан биринчи этаптан да оор нерседир. Өзүңө жаккандай кылып жазып чыккан нерсенин үстүнөн иштеп, аны жакшыртуу, албетте, түйшүктүү иш. Бирок, өтө зарыл иш. Ошентип, черновикти үн чыгар окуган соң, дароо эле андагы мандем жайларын аныктап, мүмкүн болсо сүйлөмдөрдү, а мүмкүн абзацтарды, а мүмкүн материалды башынан аягына чейин жаңылап жазып чыгуу керек. Материалдын сруктурасынын ар бир бөлүгүнүн ортосундагы маанилик жана лексикалык-стилдик гармонияга өзгөчө маани бергиле. Лексикалык тегиздөө, жылма-лоо (шлифовка) иши силердин ийгиликти камсыз кылуучу маанилүү процесс. Бүтүндөй материалдын лексикалык сыйкалы-



---

гын, жылмакайлыгын карагыла, лексикалык оройлук же оркоюп калгандык болбосун. Ошол эле кезде кайра иштеп чыгып, өзгөчө маанилүү фактыларды таасын көрсөтүүчү деталдарды кошсо, күчөтсө болот, аны карагыла. А мүмкүн структуралык кайра түзүүлөр керек болуп калар, себеп дегенде материалдын бир бүтүн идеялык жана сүрөттөп берүү гармониясы ушуну талап кылат. Эсиңерден болсун: текстти сөздөр, сөздөрдүн эмоциялык жана өз орду менен берилиши, структуралык мыкты түзүм, анын куюлуша жазылышы, мыкты этиштер жана тактамалар көркүнө чыгарат. Дайыма эстен чыгарбагыла: сын атоочтор алдамчы болушат, аны булактардын жардамы менен комментарийлерде гана бергиле.

Албетте, материалды жазганда окурман жакшы кабыл алгыдай, жакшы түшүнгүдөй жеңил жазуу керек, бирок өтө эле жөнөкөй болуп кетпесин. Өтө эле «колхозчу» текст окурман үчүн материалга карата ишенимди бере албайт. Кайсы бир деңгээлде расмий протоколдук стиль, маанай же өзгөчө, бирок түшүнүктүү сөз айкаштары зарыл болот. Материалдын түзүлүшү (композиция) да окурманды кызыктыргандай, жетелегендей болушу керек. Анан да журналисттин эң бир чоң байлыгы – сөз. Дайыма сөз топтоо, лексикалык запасты байытуу зарыл. Эң бир таамай, ар кайсы кырдаалды жакшы сүрөттөгөн, адамдын абалын жакшы көрсөтө алган, каймана жана түз маанидеги фразалар материалдын көркүн ачат. Андай сөздөрдү блокнотко дайыма жаза жүргөн жакшы, кереги тиет.

Мен бир кездерде студенттерге жана редакцияларда иштеген жаш журналисттерге мастер-класс сабактарын өтүп жүрдүм. Ошондо орус тилин таптакыр билбеген жаштардын кыргыз тилин да начар билиши мени өтө өкүндүргөн. Кыргыздын төл сөзү болгон бир катар популярдуу эле сөздөрүнүн маанисин билбей коюшту. Мисалы, алар «жубарымбек» деген сөздүн эмне маани камтый турганын билишпейт экен. Ошондой эле «өстөн», «жылаажын» сыяктуу көп сөздөрдүн маанисин билбей коюшту. Мунун баары жаштардын китеп окубаганы себептүү болуп жатат.





Ошондуктан, кыргыз жомокторун, эпосторун, романдарын көп окуп, сөз байлыгын өркүндөтүү зарыл.

Анан да топтогон фактылар көп болушу керек. Андан мыктыларын, таасирдүүлөрүн тандап алып, материалды каалагандай жазып алса болот. Эгерде факты аз болсо, каалагандай материал чыкпай калат. Эптемей болот. Материалдын негизги өзөгү – факты, фактысыз материал - куру сөз. Ошондуктан, кай жерде болбогула фактыны, документтерди жана башка булактарды болушунча көп алууга аракет кылгыла. Максат – материал жазуубу, демек, факты керек, комментарийлер керек, анализдер керек. Тиешелүү фактыларды, булактарды топтогула, чогулткула, казгыла, иши кылса материал сонун болсун.

Материалды жазарда ал темадагы башка материалдар менен жакшы тааныш болуу ийгилик гана алып келет. Мурдагыдан башкачараак, таасирдүүрөөк, мыктыраак жазууга аракет кыласың. Анан да, кайсы бир теманы алганда, ал тема боюнча таржымал материалдарды казуу керек, ошол теманы эң мыкты өздөштүрүп, чала-була адистин деңгээлинде түшүнүү зарыл. Ошондо гана ал теманын күңгөй-тескейин тактап, талдап, ийне-жибине чейин иликтеп, окурмандын алдына жаясың. Эл билбеген фактыларды, көрүнүштөрдү, алардын себептерин, аки-чүкүсүн кенен-чонон, кызыктуу кылып алып чыксаң, сенден өткөн кесипкөй болбойт. Материалдын үстүртөн жазылышы журналисттин кадырын кетире турган биринчи катчылыктардан эсептелет. Үстүртөн жазылган материал теманы жакшы, толук алып чыкпайт, окурманда көп суроолор калат, бул деген журналисттин багып турган чабалдыгы.

Кайсы бир теманы жакшы чагылдыруу үчүн эгерде тажрыйба жетишпей баратса, албетте, тажрыйбалуу устаттардан сураш керек, адистерден такыш керек, материалдарды, документтерди казыш керек, материал жазуу оңой эмес, ал – эмгек. Кол учу менен гана жазыла калган материалдын эч кандай баасы болбойт, ал каакым сыяктуу эле салмаксыз нерсе. Максат окурманга көп,



толук жана кызыктуу маалыматты берүүбү, демек, жаныңды сабап аракет кыл. Журналистика жалкоолор менен куйтулардын, арамзалардын, жанбагарлардын иши эмес. Дилиңди, ыкласыңды коюп иштешиң керек.

Бир кезде Эрнест Хемингуэйдин «Мен бүтүндөй жазган китептеримдемин» деп айтканы бар. Себеби, ар бир автор өзүнүн дилин, рухун, ыкласын жана ыйманын кылган ишине өткөрөт. Кишинин ким экени жасаган ишинен көрүнөт. Ошол сыяктуу эле журналисттин да ким экени, кандай экени жараткан чыгармаларынан көрүнөрү анык. Мыкты чыгарма жаратса, демек, сыймык аныкы. Жок, начар болсо, демек ошого жараша. Ошондуктан, жаш журналисттер ар бир материалын ийине жеткире иштеп, мыктылап туруп гана окурманга жеткириши шарт. Эл ичинде кайсы журналисттин кандай экени анын жасагандары менен бааланат. Демек, мыкты материалдарды жазууга аракет кыл.

### **ЖУРНАЛИСТТИН ТЕКСТИ ҮЧҮН ЗАРЫЛ БОЛГОН 14 СУРОО**

- |                      |                      |
|----------------------|----------------------|
| 1. Ким?              | 8. Душмандар кимдер? |
| 2. Эмне?             | 9. Өнөктөр кимдер?   |
| 3. Качан?            | 10. Кимге пайда?     |
| 4. Кай жерде?        | 11. Эмне үчүн пайда? |
| 5. Кандай? (Кантип?) | 12. Кимге зыян?      |
| 6. Эмнеге?           | 13. Эмне үчүн зыян?  |
| 7. Эмне үчүн?        | 14. Эми эмне болот?  |

Журналисттин текстинде ушул суроолордун бирине гана жооп болбой калса, анда жетекчилик «унчукпаганы» үчүн журналистке ким бирөөлөр төлөп коюшкан же журналисттин колунан иш келбейт деп ойлоого акылуу.

*Валерий ПАНЮШКИН,  
«Коммерсант» басма үйүнүн атайын кабарчысы.*



Дайыма жаңылыктарды жазууну үйрөтүү боюнча тренерлер жаш журналисттерди машыктырганда ушул жогорудагы мисалды алдыга таштап, жаңылык материалдарында маалыматтын болушунча толугураак болушуна чакырык ташташат. Ырас, жаңылык материалдарында окурман, көрөрман же угармандар үчүн маалыматты болушунча толук жана кенен берүү зарыл. Бул ар бир кабарчынын, журналисттин максаты жана милдети болууга тийиш.

Бирок, адатта жаңылык материалдарына мынчалык толук маалыматты камтый албай, ошондон улам жаңылык материалдарынын структурасын түзө албай, жаш журналисттер кыйналып калышат. Деген менен, жаңылык материалдары ар тараптуу маалыматка гана толук болуп калбастан, ал маалыматты бейтарап, жан тартпаган, объективдүү, ыкчам, чынчыл, так, кыска, кабыл алууга жагымдуу стилдик маанайда жеткириши керек. А буга кантип жетишебиз?

Албетте, эл аралык стандарттар боюнча «көңтөрүлгөн пирамида» принциби, структурасы менен жаңылык маалыматтарын таркатуу эң ыңгайлуу жана натыйжалуу. Бирок, жергиликтүү жаш журналисттер андан да кыйналып, кандайдыр бир жөнөкөйлөтүлгөн схеманын, структуранын болушун каалашат. Бирок, ошол эле кезде берилген маалыматтар болушунча толук, стандарттык тартипте чагылдырылышы абзел.

Мына ушул максатта жаш журналисттерге жаңылык маалыматтарын таркатуунун төмөнкүдөй жөнөкөйлөтүлгөн структурасын сунуш кылуу максатка ылайык. Анда бүтүндөй 14 суроого жооп берип отурбайсың, ошол эле кезде журналист таза, чынчыл, так жана чебер бойдон кала берет, себеби сунуш кылынган структурада болушунча көп суроолорго жооп алынат. Окурман же көрөрмөн менен угарман да болушунча толугураак маалыматка ээ болот. Баарынан мурда массалык маалымат каражаттары да жаңылык материалдарын берүүдөн кыйналышпайт.

Анда эмесе, карап көрүңүз.



## **ЖАҢЫЛЫК ЗАМЕТКАЛАРЫН КАНТИП ЖАЗУУ КЕРЕК?**

Ар бир кабарчы, журналист кесиптик ишмердигинде жаңылыктарды жазуу менен шугулданат, башкача айтканда, жаңылыктарды таап, алар коомдун шыбагасы болуп калсын үчүн жазып, жайылтат. Бирок, журналист жазган жаңылыктар маңызында кызыктуу болгону менен жазылышы кызыктуу же иреттүү болой калышы мүмкүн. Биз супсак жазылган жаңылыктарды көп эле окуп жүрөбүз. Албетте, мындан качуу керек.

Ошондуктан, эл аралык стандарттагы журналистикада «көңтөрүлгөн пирамида» принциби же схемасы азыркы кезде кеңири өрүш алып келатат. Мунун негизги артыкчылыгы – жаңылыктарды жазууда негизги факты, ток этер окуя чү дегенде эле жазылып, фактылар коомдук маанилүүлүгүнө карай ылдый түшүрүлүп жазыла берет. Чынында бул принцип окурмандар жана ММКлар үчүн ыңгайлуу, бирок муну айрым журналисттер, тескерисинче, татаалыраак дешет. Ошондуктан, биз силер менен бул схеманын жөнөкөйлөштүрүлгөн вариантын карап көрөлү.

### **Жөнөкөй схема деген эмне?**

Гезиттердеги же интернет-сайттардагы, кала берсе телевизиондук же радио кабарлар ушул схема менен окурманга (көрөрманга, угарманга) тартууланса, кызыктуу да, иреттүү да болот.

Бул мындай схема:

- |                               |                  |
|-------------------------------|------------------|
| 1. ЛИД                        | 7. АЯГЫ          |
| 2. НЕГИЗГИ ОКУЯ               | 8. ЭКИНЧИ БӨЛҮК. |
| 3. БААЛУУЛУК                  |                  |
| 4. УНИКАЛДУУЛУК               |                  |
| 5. ТАРЖЫМАЛ                   |                  |
| 6. ТАКТАМА МАТЕРИАЛ (СПРАВКА) |                  |



Биз мурдагы советтик журналистиканын схемаларынан качышыбыз керек. Анда эң маанилүү окуялар, фактылар материалдын аягына сүрүлүп, окурманга анчалык маанилүү эмес нерсе биринчи планга чыгып алчу. Материал окурманды «кекиртектен алып», аны аягына чейин окууга мажбур кылчу эмес. Ал эми биз карап жаткан «көңтөрүлгөн пирамида» схемасында эң маанилүү факты биринчи жазылат.

### **ЛИД деген эмне?**

Муну силер Лидер деген сөздөн алынды деп эсептей бергиле. Лид дайыма жаңылык материалынын биринчи-экинчи сүйлөмүндө, абзацында берилет, алдыда болот. Негизинен Лидде окуянын негизги маңызы, талылуу жери, маанилүү чордону айтылышы керек. Кыскасы, жаңылыкты жаңылык кылган эмне болсо, ошону Лидге жазышыбыз абзел.

Мисалы, кайсы бир жерде табигый кырсыктан үйлөрдү сел каптаган болсо, дароо эле кепти ошондон баштоо керек. Эч качан «баарына маалым болгондой, табигый кырсыктар көп болуп, эл кыйналып жатат...» деген сыяктуу «акылмандуулуктун», маңыздуулуктун кереги жок. Эгер баарына маалым болсо, аны айтып кереги не? Ток этер жеринен баштоо керек.

Мисалы мындай: «Аксы районунун Жүзүм айылындагы 50 үй-бүлө тамсыз калды. Түндөгү нөшөрлөп жааган жаандан улам келген сел айылдагы 50 үйдү таптакыр талкалап, 100гө жакын үйлөргө олуттуу зыян келтирген» деп эле баштаган макул. Ошондо журналист окурманды талылуу жеринен кармайт.

Лид кызыктуу, орусча айтканда захватывающий жазылышы керек. Биринчи абзацтын биринчи сөзүнөн эле окурманды алка-жакадан алып, ошол бойдон акыркы чекитке чейин окууга мажбур кылуу зарыл, дайыма окурман тууралуу, анын кызыгуусу, табити, көңүлү тууралуу ойлоноу зарыл. Эгер гезит окурман үчүн чыгып жатса, демек окурмандын табити эң маанилүү нерсе, аны табуу керек.



---

Лиддин түрлөрү көп: классикалык, очерктик, кош Лиддер бар. Криминалдык темадагы материалдардын Лиддери башкачараак болот. Иши кылса, алган темага, окуяга жараша Лиддер өзгөрүп турушу мүмкүн. Лиддерди жазууну үйрөнүү үчүн атайын сабак алуу жана машыгуу керек.

### **Негизги окуя: эмнелерди жазуу керек?**

Кудай жалгап Лидди жазып алган соң, ал окуя кандайча, кантип болгонун даана билдирүү керек. Мисалы, ошол эле Жүзүм айылында нөшөр кандайча болду, кантип жана качан сел келди, кантип үйлөрдү кыйратты, ушулар тууралуу так жана даана маалымат берилиши тийиш.

Схеманын бул звеносунда Лидде айтылган башкы окуянын өтүшү толук берилет, ким?, эмне?, качан?, кантип?, кай жерде? - деген суроолорго жооп алынат. Бирок, майда-чүйдөлөргө маани берип, сөздү узартыштын кереги жок, майда деталдар очеркте, иликтөөлөрдө, сүрөттөмөдө жана репортажда жакшы. Жаңылык материалдарында кыскалык, тактык жана дааналык биринчи кезекте турат. Ар бир жанрдын өзүнүн өзгөчөлүгү, талабы сакталууга тийиш.

Бул звенодо, мисалы, Жүзүм айылында кечки саат тогуздарда башталган майда жаан акырындык менен нөшөргө айланып, ойдо жок жерден айылдыктарга алаамат алып келгени, айылдын кап ортосундагы үйлөр жылганын оозуна жакын турганы үчүн биринчи кезекте зыянга учураганы, акырында барып нөшөр эки сааттан кийин токтогондо жыйынтык кандай болгонун билдириш керек.

Албетте, негизги окуяны бергенде маалыматты толугураак камтууга аракет кылуу абзел. Мисалы, Жүзүм айылындагы сел каптоо эмне үчүн болду? Жооп ачык: жамгыр жааганы үчүн. Бирок, жамгыр бардык жерде жаайт, бирок бардык жерди сел каптай бербейт. Демек, сел каптоо үчүн кандайдыр себептер бар.



Жаңылык заметкасында ушул жерди азыраак чолуп кетүү зарыл.

Айталы, Жүзүм айылы тоо боорунда жайгашып, жылганын оозунда турат. Бул бир себеп. Анан, айталы, тоо этегинен сел каналы курула баштап, канча жылдардан бери бүтө элек. Эгер ал бүткөн болсо, сел каптоо болос эле. Мына ушундай себептерди шилтеме менен коштой кетсе, окурман үчүн кырдаал ачык, даана жеткирилет.

Кээде маалымат азыраак болуп калса, звенонун ушул жери аксап калат, журналисттер муну кыйгап өтүп кетишет. Антсе деле жаңылык боло берет, бирок журналист окурманга болушунча кененирээк, толугураак маалымат жеткириши абзел. Эгер ушул звено толук болсо, анда окурманга көп маалымат жетет. Бир эле окуя тууралуу бардык журналисттер жазышат, бирок ар бири ар башка жазып, кимиси толугураак маалымат жеткирсе, ошол утат. Буга дайыма маани бериш керек.

Кээде интернет-сайттарда кайсы бир окуяны болду деп гана жазып коюшат, бирок бул окурман үчүн өтө аз, демек журналист чабалдык кылган.

### **Окуянын мааниси, баалуулугу**

Ал кимге керек? Албетте, окурманга. Ушул звено менен дагы бир маалымат кошо берилет. Мисалы, Жүзүм айылындагы сел алдын ала эсептөөлөр менен алганда айылдыктарга канча миллион сомдук зыян алып келгенин ачык айтып кетиш керек. Анан, мүмкүн сел каптоо учурунда ким-бирөөлөр ооруканага түшүп, медициналык жардамга муктаж болушкандыр, травма алышкандыр. Анан калса, айылдыктардын байлыгы болгон мал-жан кандай кыргынга түштү, алар канча жабыр тартышты. Бул ошол окуя тууралуу толук маалымат берүүгө мүмкүндүк түзөт.

Кээде журналисттер кайсы бир жерде түшүм жыйналып бүткөнүн жазышат. Быйылкы түшүм казынага канча киреше берди, өткөн жылга караганда канчалык өсүш болду, дыйкандарга



канчалык пайда болду, булар да окуянын маанисин, баалуулугун көрсөтөт.

Окуянын баалуулугу – ошол журналист жазып жаткан окуянын кимге канчалык пайда бергенин же канчалык баасы барлыгын көрсөтүү. Мисалы, үйдү тоноп кеткен ууру үй ээсине канчалык зыян алып келгени жана өзү канча жылга соттолушу мүмкүн экени окуянын баасын көрсөтүп жатат. Окуянын баалуулугун караганда сөзсүз эле анын оң баасын эмес, терс баасын да караш керек.

Эгерде биз түшүм алынды, дыйкандар кубанды, күзгү иштер аягына чыкты деп эле жазып койсок, ал кимге эмнеси менен кызык болот?

### Окуянын уникалдуулугу

Бул звено да жаңылык жазып таркатуудагы маанилүү учур. Биз дайыма окуя тууралуу жазганда ал окуянын ар тараптуу маанисин көрсөтүүбүз керек. Ошолордун бири – окуянын уникалдуулугу же кайталангыстыгы, сейректиги.

Кээде кайсы бир жерде күтүлбөгөн окуя болот, айталы, борбордон артисттер келип, концерт коюшат. Бул, балким, ошол жерге артисттердин биринчи жолку келишидир. Эгер андай болсо, аны заметкада сөзсүз белгилеп кетиш керек. Мисалы, «бул айылга борбор калаанын артисттеринин биринчи жолу келиши» деп жазып коюу зарыл. Бул окурманга кошумча маалымат берет: көрсө, бул айылга мурда борбордогу артисттер келбеген экен.

Кээде, айрым жерлерде акыркы окуялар болот. Мисалы, айталы, Жалал-Абад шаарында тээ атам замандагы паровоз акыркы жолу гудок берип, «ардактуу эс алууга» кетип жаткандыр. Муну да белгилеп коюу керек: бул паровоздун акыркы гудогу, акыркы сапары, бул – тарых, демек окуянын мааниси ачылып жатат.

Акыркы жолу каар жаайт, акыркы же биринчи жолу концерт берет, же күрөң кар жаайт ж.б. Дайыма окуянын баалуулугуна назар сала жүрүү керек, ал жаңылыктын маанисин бийиктетет.





### Окуянын таржымалы

Көбүнесе журналисттер жаңылыктарды жазганда болуп өткөн окуяны жазуу менен гана чектелишет, калган маселелерге маани беришпейт. Биз айтып жатабыз: окуя ар тараптуу кеңири чагылдырылышы керек, маалымат кеңири берилиши керек.

Мисалы, Жүзүм айылындагы сел каптоо болгону, андагы келтирилген зыян жана башкалар тууралуу жаздык дейли. А бирок окурманда «Буга чейин да сел каптоо болгонбу?» - деген суроо туулушу ыктымал. Мындай учурда окурмандын суроосу туура болот, себеби жылганын оозунда жайгашкан, сел каналы курула элек айылда мурда да сел каптоолор болгондур. Ал тууралуу сөзсүз маалымат берүү керек.

Эгерде мурда ушундай сел каптоо болсо, анда «сел каптоо биринчи жолу болуп аткан жок» деп, мурда качан жана кантип сел каптаганын, анын натыйжаларын жазып коюу маалыматтын толук берилишин камсыз кылат.

Кандай болгон күндө да журналист окуя тууралуу маалымат алып жаткан учурда ушундай окуялар мурда болгондугуна же болбогондугуна сөзсүз кызыгышы керек. Окуялар таржымалын ким-бирөөнүн сөзү катары цитата аркылуу берсе да болот. Ошондо маалымат ишенимдүү чыгат.

Эч качан жаңылык материалын эптеп-септеп бүтүрө салууга жарабайт, гезиттин же телевидениенин, радионун берген кабарлары эл үчүн болсо, демек, ал кызыктуу жана толук болушу зарыл. Эл кызыкпаган жаңылыктын кимге кереги бар?

### Тактама материалдар

Жүзүм айылындагы сел каптоо тууралуу жаңылык материалын жазып жатып, областтын же райондун башка да аймактарында ушундай окуя болдубу, жамгыр жаадыбы, андан эч ким жабыр тарткан жокпу, мына ушуларды тактап жазып коюу да жа-



ман болбойт. Эгерде башка жакта да жамгырдан улам сел жүргөн болсо, анда да кыйроолор катталса, анда «эскертке кетсек, баланча жерде да ушундай эле кырсык чалып, момундай зыян алып келди» деп билдирип коюу маалыматтын толук берилишин камсыз кылат. Окурмандар «башка жакта кантти экен?» - деп суроо берип, жоопсуз калышпайт.

Мисалы, кылмыш хроникасын жазган журналист кайсы бир жерде жасалган кылмыш тууралуу билдирүү менен ушундай кылмыштар ал чөлкөмдө канчалык канат жайганын, абал кандай экенин тактап жазып койсо, маалымат толук болот. Бир уурулук тууралуу жазып, тактама материалда ушундай уурулуктар буга чейин канча болгонун, канча зыян алып келгенин, милиция канчасынын бетин ачканын учкай кошуп кетиши керек.

Тактама материал менен таржымалды алмаштырып албоо керек. Бири окуянын келип чыкканга чейинки таржымалын билдирсе, кийинкиси ушундай эле окуялар башка дагы барбы же канча жолу болуп өттү, ошону көрсөтөт.

### **Аягы: эми эмне болот?**

Эске сактоо керек: жаңылык заметкасынын башталгыч Лиди менен акыркы абзацы же сүйлөмү күчтүү болууга тийиш. Деген менен, жаңылык заметкасы кыска жанр, бир нече абзацтан кийин чекит коюлат. Ал, албетте, окуянын эмне менен бүтөөрүн, окуянын жүрүшү эмнеге алып барарын окурманга кабарлап коюу керек. Мисалы, Жүзүм айылын сел каптады, анын кантип болгонун, баалуулугун, таржымалын айтып кеттик дейли, эми келечекке да көз чаптырып коюу абзел. Окурман «Эми эмне болот?» - деген суроосуна жооп алышы тийиш.

Айталы, Өзгөчө кырдаалдар министрлиги, областтык, райондук бийликтердин жардамы келе баштаганын, Өкмөт ар бир жабыр тарткан үй-бүлөгө баланча миллион сомдон пайызсыз кредит берерлигин жарыялады. Өзгөчө кырдаалдар министрлиги



эртең эле чатырлар менен камсыз кыларын, кырсыктын кесепеттерин жоюу чараларын баштай турганын билдирди.

Мүмкүн дагы кошуна райондор жардамга келе турганы маалымдалгандыр. Мына ушуларды жаңылык материалынын аягына жазып кетүү керек. Себеби, окурманды эртең боло турган иштерден да кабардар кылып коюу зарыл. Ансыз аларга берген маалыматыбыз кыска, чолок, толук эмес болуп калат.

### **Экинчи бөлүк. Ал эмне?**

Жаңылык материалдарын жазуу менен аны кыска заметка эмес, анча-мынча аналитикалык белгилерин кошуп, кеңейтип кетсе да болот. Аны үчүн жаңылык материалынын экинчи бөлүгүн жазуу керек. Ал анчалык деле татаал эмес.

Эгерде сел каптаган кезде же анын эртеси эле журналист Жүзүм айылында болуп калса, ага экинчи бөлүктү жазуу бактысы туш келет.

Жаңылык заметкасынын экинчи бөлүгү – кыска заметканын аналитикалык уландысы. Демек, жаңылыкка лирикалык чегинүү сыяктуу, сүрөттөмө сыяктуу маалыматтар берилет.

Экинчи бөлүмдө журналист Жүзүм айылы сел каптагандан кийин кандай көрүнүшкө келгенин, мисалы, Жүзүмжан ысымдуу эне Россияга балдары кетип, жалгыз турганда үйүнөн ажырап калганы канчалык кейиткенин, окуя болгондо ал өзүн кандай сезгенин, кантип аман калганын, эми эмне кыла турганын, иши кылса окурмандын эмоциясына таасир берүүчү деталдарды жазышы абзел.

Мүмкүн Жүзүм айылынын тургундары рухун түшүрбөй, ишенимдүү жүрүшкөндүр, мүмкүн айрымдары кайгыга батышкандыр, мына ушуларды көркөм сүрөттөп берүү керек. Бул экинчи бөлүмдүн милдети. Эгер журналист окуя болгон жерде болуп калса, биринчи жана экинчи бөлүмдү да бере алса, бул журналисттик утук болот.



\* \* \*

Мына «көңтөрүлгөн пирамиданын» жөнөкөй схемасы ушундай. Баары жөнөкөй сезилет, бирок ал үйрөнүп, өздөштүрүп алгандан кийин гана чындап жөнөкөй болот. Бирок, аны чындап үйрөнүү керек, себеби биз окурманга, анын керектөөлөрүнө иштейбиз, демек, алардын мүдөөсүн эске алуу керек. Ал эми окурманга ушундай схемада маалымат берүү менен гана жагышыбыз мүмкүн. Эгерде ушул схема чындап өздөштүрүлсө, анда окурман гезитти жакшылап окуй баштайт, телевидениеде жана радиодо жаңылыктар блогу кызыктуу болуп калат. Ошентип, ММКлар алга карай олуттуу кадам ташташат.

## КОШУМЧА НАСААТТАР

**ШИЛТЕМЕЛЕР.** Дайыма шилтеме берүү керек. Эгер Жүзүм айылында мындай окуя болду деп жазсаңар, сөзсүз анын булагын көрсөткүлө. Мүмкүн силерге кабарды, маалыматты айыл башчысы бергендир, же мүмкүн Өзгөчө кырдаалдар министрлигинен кабарлашкандыр. А балким областтык мамлекеттик администрациянын басма сөз маалыматы айткандыр. Бардык жерде, бардык учурда шилтеме берүү менен биз окуянын чындык экенин билдирип, объективдүүлүктү камсыз кылабыз. Окуя тууралуу кабар берген маалыматтын булагын, пикирдин, сунуштун ээси ким экенин даана берүү зарыл.

**ТАКТЫК.** Дайыма так болгула. Окуя кай жерде, качан, кайсы саатта, кимдердин катышуусунда, кандай кырдаалда, кантип өткөнүн так берүү керек. Албетте, гезиттин же башка массалык маалымат каражаттарынын өзүнүн да өзгөчө талабы болот. Бирок, маалымат максималдуу, болушунча так болсун.

Кээде журналист айылды жазат да, кайсы район экенин белгилөөнү унутат, же көчөнү жазат да, кайсы шаар экенин жазбай



кетет. Мындай унутчаактык, шалаакылык жарабайт. Окурман иренжит, бул гезитти же интернет сайтың, журналды, башка да басылманы баалабай калат, окугусу келбей таштап коёт.

**АББРЕВИАТУРА.** Дагы бир кемчиликти журналисттер көп кетиришет. Мисалы, азыр аббревиатура же кыскартылган сөздөр көп. Журналисттер аны кыскартылган түрүндө жаза беришет. Бул туура эмес. Сөздүн башында биринчи жолу жазган кезде ар кандай сөздү кадимкидей эле чагып жазып көрсөтүү зарыл, ошол учурда кашаанын ичине кыскартылган вариантын жазып көрсөтсө болот да, кийин ошол бойдон кыскартылган бойдон колдоно берет. Мисалы, «Бириккен Улуттар Уюму (БУУ) билдирет», же «Европанын коопсуздук жана кызматташтык уюму (ЕККУ) жарыялады» деген сыяктуу. Ушинтип жазгандан кийин, андан кийинки сүйлөмдөрдө кыскартылган аббревиатураларды колдоно берсе болот.

**ОБЪЕКТИВДҮҮЛҮК.** Эч качан журналист жаңылык кабарларында өзүнүн пикирин, табитин, баа берүүсүн, көңүлүн, маанайын кошпой жазуусу керек. Ошону үчүн шилтеме бергиле деп жатабыз. Эч качан «балким», «мүмкүн», «көрсө», «ийгиликтүү», «эң сонун» деген сыяктуу сөздөрдү жазбаш керек. Сырдык сөздөрдөн жана сын атоочтордон этият болгула. Аны жазуу менен жаңылык материалына журналист өзү кошулуп калат, материал объективдүү эмес, субъективдүү жазылып калат. Субъективдүү жазылган материал журналистикадан четтеп, пропагандага айланат. Журналист өзү кошулуп калбасын, өз позициясын кошуп салбасын үчүн дайыма үчүнчү жакта жазганга аракет кылышы лаазым. Цитаталарды гана биринчи жакта бергиле. Дагы эске алгыла: мындай талап негизинен жаңылык материалдарында катуу коюлат, ал эми башка жанрдагы материалдарда журналисттин өздүгү толугу менен алынып салынбайт. Кеп жанрда.

**ЖАҢЫЛЫК.** Жаңылык – али коомчулукка белгилүү боло элек жаңы кабар, маалымат. Ал маалымат коомчулукка тиешелүү болсо, коомдук көрүнүш болсо гана таркатуу керек. Мисалы, кошуна



машина сатып алса, ал деле жаңылык. Бирок, анын коомдук мааниси барбы? Ал коомго керекпи? Ошону карагыла. Кээде айрым болор-болбос окуяларды жаңылык катары көтөрүп чыгышат, бул, балким, көмүскө пиар болуп жүрбөсүн? Дайыма жаңылыктардын коомдук маанисин, актуалдуулугун карагыла, болбосо өзүңөр иштеп жаткан маалымат каражатын уят кыласыңар.

Кээде кайсы бир уюм, ишкана өздөрүнүн майрамын белгилеп, алдыңкыларга алкыш айтылганын жазышат. Окурман ушундай маалыматты күсөп турабы? Коомго ушул керекпи? Мүмкүн, ошол окуянын ичинде чындап эле жаңылык катылып жаткандыр, аны таап чыгуу керек. Журналисттын кыйындыгы - болуп жатканын окуянын коомго маанилүү, актуалдуу жагын сууруп чыкканында. Эптеп жазып койгон материалдын журналистикага эч тиешеси жок. Аны мектеп окуучусу деле мыктылап жаза алат. Маалыматтардын, окуялардын, фактылардын ичинен жаңылыкты көрө билүү, таба билүү – чыныгы журналисттик сапат.

Байкагыла, ушундай сапатка ээ журналисттер гана мыкты ЛИДдерди жаза алышат. Себеби, алар майда нерселерден башкы, баалуу нерсени айырмалай билишет.

**СӨЗ ЖАНА ТИЛ.** Жазганда сөздү тандай жана таптай билиш керек. Окурман жаңылык материалын окуган кезде ал шурудай тизилип, окуганга ыңгайлуу болушу абзел. Жазгандан кийин өзүңөрүн чыгара окуп көргүлө, кулагыңарга жагабы же жокпу? Кулактан ашкан сынчы жоктугун бир кезде улуу Хемингуэй айтып кеткен эле.

Тил жатык, жөнөкөй болсун. Жөнөкөй тил гана маалыматты жүрөккө, сезимге, мээге жеткире алат, эсте калат. Кыргыз тилин жакшы билемин деп мактанган да болбойт, дагы да жакшы билүү керек. Эски архаикалык сөздөрдү карагыла, каймана тилди үйрөнгүлө, «Манас» баштаган эпосторду, эски романдарды казып окугула, алар тил, сөз кенчи. Фольклордой байлыкты эч жерден таппайсыңар. Тилиң күчтүү, табитиң тирик, сезимиң сергек, логикаң бекем, схемаң мыкты болсо, күчтүү журналист болбой коё албайсың. Дайыма үйрөнүү керек. Кылым жаша, кылым оку!



**ИНТЕЛЛЕКТ. КРУГОЗОР.** Журналист бир гана журналистиканы билсе, ал күчтүү журналист боло албайт. Журналист сөзсүз түрдө эл чарба тармактарын жакшы билиши керек. Ал социалдык психологияны, формалдуу логиканы, экономиканы, социалдык, саясий системаны, укук жаатын мыкты билиши шарт. Жарандык укукту, эл аралык укукту, мамлекеттик укукту, мүлктүк жана мүлктүк эмес укуктарды жакшы билбесе, көп нерсеге баамы жетпеген журналист бойдон кала берет.

Азыркы рынокту, эл аралык экономикалык стандарттарды, кырдаалды билип, экономикалык анализдерди жасай билүү зарыл. Аны үчүн көп окуу, үйрөнүү керек. Журналист дүйнөлүк тенденцияларды, чакырыктарды, күтүлүүчү нерселерди башкалардан мурун билсе, ал барк, кадыр, аброй алат. Тарыхты жана азыркы турмушту ар жагынан иликтей алышы керек. Мисалы, дүйнөлүк мода подиумдарында эмнелер болуп жатат, кандай жаңы багыттар бар, эмнелер четке кагылууда, мына ушуларды билүү да журналист үчүн өтө керектүү, себеби ошонун өзү экономикага, социалдык турмушка таасир берип турган же алардын туундусу болгон нерселер. Дүйнө – бардык жагынан бири-бирине байланышып турган турган тирүү организм. Глобалдык масштабда ойлоно, пикирлеше билүү, анализ жасоо, алардан өзүң жашап турган аймак, шаар же айыл үчүн корунтунду чыгара билүү – заманбап журналисттин шыбагасы.

**ЭМГЕКЧИЛДИК, ЖАКШЫ АДАТТАР.** Көп журналисттер жалкоо болушат. Эртең менен жумушка барып, кечинде үйгө кайтуунун өзүн журналистика деп эсептешет. Дүйнөгө окурман же карапайым обыватель катары карашат. Акчалуу болсо, же демөөрчү табылса, кафелерде шапар тепкенди, көңүл ачып, жандын жыргалын камсыздаганды артык көргөн журналисттер бар. Албетте, алар жашоо образы боюнча алганда журналисттер эмес. Мисалы, менин чыныгы журналист досторум бар. Керек учурда табылбай, чакырган жерге келбей кыжырды кайнаткан достор бар, бирок алар ошол кезде бир фактынын, бир маалыматтын,



---

бир цитатанын, тастык материалдын, үндүн же маалымат булагынын артынан түшүп, чуркап жүргөн болот. Алар өтө эмгекчил, тырышчаак, жалтанбас кишилер. Алар дайыма журналистиканы, башкача айтканда, калкка акыйкат маалымат таркатууну дайыма жогору, биринчи койгон кишилер. Мен ал досторум менен сыймыктанам.

Дайыма окугула, изденгиле, иштегиле, журналистиканы дайыма баарынан жогору койгула, аны жүз грамм аракка, болорболбос белекке, карьерага, кызматка сатпагыла. Өзүңөр журналистиканы жакшы билбей туруп, даярдыгыңар жакшы болбой туруп, кызматты ээлегенге ашыкпагыла. Бул – журналисттин аракети эмес. Журналистиканы бир гана курсак багуу, карьера же башка кызыкчылыктар үчүн пайдалануу – журналистикага жасалган чыккынчылык. Өзүңөрдүн туура, акыйкат жана ыймандуу жашоо образыңарды түзгүлө. Силер чыныгы журналистикага өзүңөрдү арнагыла, журналистика силерге бардык жакшылыктарды берет.

Кандай журналист болуу өз колуңарда. Аракет кылсаң мыкты журналист болосуң, болбосо эт менен челдин ортосу дайыма сеники.





## ЖАҢЫЛЫКТАРДЫН САПАТЫНЫН БААЛАНЫШЫНЫН ТАБЛИЦАСЫ

Мурда Россиядагы белгилүү журналист катары таанылган, азыркы кезде Жаңы-Зеландияда жашап турган мыкты педагог, илимдин доктору Евгения Борисова-Монро Россияда, Кавказда, Борбордук Азиянын айрым өлкөлөрүндө, анын ичинде Кыргызстанда да журналисттерди жаңылыктарды жазуунун эл аралык заманбап стандарттарына тарбиялаган. Анын өзү даярдаган атайын окуу колдонмолору бар, бирок алар кыргызчага которула элек. Ал жаңылыктардын сапатын аныктоо жана баалоо боюнча индикаторлордун таблицасын иштеп чыккан жана ал журналисттерге сапаттуу жаңылыктарды жазууда үлкөн жардамын берет деген ишенимдебиз. Биз төмөндө ошол таблицаны өз котормобузда бердик.

Берилүүчү баалар:

(1) эң жаман; (2) жаман; (3) дурус; (4) жакшы; (5) эң жакшы.

### 1. Ыкчамдык

1.1. Жаңылык качан болуп өткөнү белгисиз же эмне үчүн эми гана кабардар кылынып жатканы түшүнүксүз.

1.2. Жаңылык бүгүнкү эмес, мурдараак болгон (агенттиктер үчүн), кечээгиден да мурун болгон (күн сайынкы гезиттер үчүн), өткөн аптада да эмес, мурун болгон (апталык гезиттер үчүн).

1.3. Жаңылыктын убакыт-күнү так көрсөтүлбөгөн; же жаңылык катары берилгени анча түшүнүктүү эмес; же келерки, болор окуянын убактысы ачык эмес.

1.4. Лидде же экинчи сүйлөмдө убакыт-күн так көрсөтүлбөгөн; же кеп жаңы тенденция тууралуу баратат; же жаңылык катары берилиши түшүнүксүз.

1.5. Кызуу жаңылык.



**Биздин комментарий:** *Жаш журналисттер жаңылыктарды даярдаганда анын качан же кай жерде болуп өткөнүн көрсөтпөй калышат, же эскирип «сүрсүп калган» маалыматтарды деле бей-марал тарката беришет. Анан да жаңылык катары материал даярдап жатып, анын эмнеси жаңылык экенин так, даана көрсөтө алышпайт. Дайыма жөн гана маалымат менен жаңылыктын айырмасын биле жүрүш керек да. Ошону үчүн бул таблицадан өзү даярдаган жаңылык материалынын канчалык ыкчамдыгын, бул сапатка канчалык жооп бере аларлыгын баамдаса болот. Байкагыла: жаңылыктын жаңылык болушу үчүн лиддин орду жана ролу чоң.*

## 2. Окурман үчүн маанилүүлүгү

2.1. Жаңылык коом үчүн ачык эле маанилүү эмес.

2.2. Текст жаңылыктын маанилүүлүгүн жана (же) көйгөйлүүлүгүн түшүнүүгө мүмкүндүк бербейт.

2.3. Жаңылык анын маанилүүлүгүн же көйгөйлүүлүгүн түшүнүү үчүн ачык-айкын эмес же бул блоктор конкреттүү эмес, же жаңылык пландар тууралуу же окурмандын тар чөйрөсү үчүн гана маанилүү.

2.4. Жаңылыктын маанилүүлүгү жана (же) көйгөйлүүлүгү жетишерлик деңгээлде ачылган; же жаңылык окурмандардын баары же көпчүлүгү үчүн маанилүү жана атайын түшүндүрүүсүз эле ачык-айкын болуп турат.

2.5. Жаңылыкта коомдун өтө маанилүү маселелери жана көйгөйлөрү көтөрүлгөн; же жаңылыктын предмети болуп жогорку коомдук кызыгууну туудурган белгилүү кишилер же уюмдар берилген; же кеп өтө үлкөн акчалар тууралуу болуп жатат.

**Биздин комментарий:** *Дайыма актуалдуулук тууралуу айтып келебиз. Эгерде жаңылык бир же бир нече кишиге гана тиешелүү же маанилүү болсо, аны элге таркатуунун кереги не? Мисалы, баланча машина сатып алгандыгы тууралуу кабар кимге*



кызык? Мүмкүн ал кишинин душмандарына кызыктыр, бирок элге кызык эмес. Эгерде ал киши бул чөлкөмдө эч ким ала элек маркадагы машина сатып алган болсо, же кеме сатып алса, анда элге да кызыктуу болушу ыктымал. Дайыма жалпы элдин көйгөйүнө, кызыгуусуна, керектөөсүнө тиешелүү нерселерди карманыш керек, ошондо актуалдуу болот. Жаңылыктын мааниси ошондо турат.

### 3. Жаңы нерсе, күтүүсүздүк

3.1. Жаңылык дегеле жок; же жаңылык «болуп өттү» же «болуп өтөт» сыяктуу гана берилген.

3.2 Жаңылыкка сергек же адаттан тыш мамиле табылган эмес; же жаңылык бир нерсе болбой калгандыгы тууралуу.

3.3. Жаңылык күтүлүп жаткандай же алдын ала пландалгандай берилген; же аны берүүнүн тапталган, көнүмүш ыкмасы тандалып алынган.

3.4. Жаңылык кокустуктай жана күтүүсүздөй берилген; же күтүлүп жаткан жаңылык күтүүсүз жагынан берилген; жаңылык абдан күтүлүп жаткан окуянын болбой калганы тууралуу.

3.5. Жаңылык - өтө эле сейрек учурай турган, кайталангыс жана окурмандын кызыгуусун шыйрактан алган окуя.

**Биздин комментарий:** Албетте, жаңылык материалын даярдаганда ошол жаңылыктын, окуянын коомдогу баалуулугун, кайталангыстыгын сөзсүз белгилей кетиш керек. Эгерде дайыма эле кайталанып турган, маанисин жоготкон нерсе болсо, аны элге таркатыштын кажети жок. Бир окуяны «болуп өттү» деп жазышат, анын болуп өткөнү канчалык баалуу? Кеп окуянын элге алып келер пайдасында же окуянын сейрек кездешүүчүлүгүндө. Ушуну эске алуу керек.



#### 4. Конфликт, чыңалуунун барлыгы, карама-каршылык

4.1. Чыныгы конфликт көрсөтүлбөгөн же четте калып калган; сенсация жасалма түрдө берилген.

4.2. Конфликт же чыңалуу аша чаап көрсөтүлгөн.

4.3. Конфликт же чыңалуу жетишерлик ачык көрсөтүлбөгөн же түшүндүрүлбөгөн.

4.4. Жетишерлик күчтүү топтордун же мартабалуу кишилердин ортосундагы конфликт же чыңалуу; же ички күрөш, кишилердин арасындагы коркунучтар жана этияттануулар анык такталган жана түшүнүп алууга ылайык деңгээлде берилген.

4.5. Конфликт, чыңалуулар же карама-каршылыктар тууралуу макала үчүн материалдар коркунучтуу аймактын (согуштун, контртеррордук операциянын ж.б.) өзүндө болуу менен алынган.

**Биздин комментарий:** *Жаңылык материалдары эгерде ал карама-каршылыктуу окуяны, көрүнүштү чагылдырса, кызыктуу, маанилүү болот. Албетте, этикалык стандарттар так сакталууга тийиш. Эгерде конфликт ар тараптан ачып көрсөтүлсө же динамикасы так берилсе, жаңылыктын сапаты артмак. Аны ашкере сенсация кылбай эле, жөнөкөйлөштүрүлгөн структура менен кызыктуу берсе болот. Журналист өзү күбө болгон же жазып жаткан окуяда кандай карама-каршылык барлыгын өтө назик баамдаганга милдетүү, ансыз анын башка кишилерден айырмасы кайсы?*

#### 5. Тактык

5.1. Маалыматтын тактыгы тууралуу корутунду жасоо мүмкүн эмес; көзгө урунган фактылык каталар же бурмаланган фактылар, уурдалган материал (плагиат), жалаа орун алган; жаңылык



далилденгени жана коомдук жогорку маанилүү маалыматты камтыганы жана редакция келип чыгуучу кесепеттерди сергек баалаганынан башка бардык жагынан макала мыйзамды бузуп турат.

5.2. Ысымдардан, эсептерден, аталыштардан, кызматтардын аталыштарынан жана башкалардан каталардын кетиши; фактылар жана компетенттүү шилтемелер менен далилденбеген, кала берсе аталыштарда да (заголовок) карама-каршылыктуу маалыматты же демамгогияны алып жүрүүчү материал.

5.3. Негизги фактылар жана сандар ачык-айкын, бири-бирине каршы келбейт жана алардын кайдан келгени түшүнүктүү.

5.4. Бардык фактылар жана сандар түшүнүлүп турат, карама-каршылык жок, компетенттүү биринчи булактардан (анын ичинде иш-чаралардын же документтердин өзүнөн) алынган; макала жетишерлик ишендирерлик деңгээлде.

5.5. Маалымат маанилүү, анын мүмкүн болуучу орчундуу каталыгы (катачылыктан келип чыгуучу олуттуу кесепеттер) эң кеминде бири-бири менен байланышпаган компетенттүү биринчи булактар тарабынан текшерилген.

**Биздин комментарий:** Эгерде жаңылык материалдарында фактылар, ысымдар, аталыштар жана башкалар так берилбесе, анда материалдын гана куну качпай, журналисттин жана массалык маалымат каражаттынын да аброю төмөндөйт. Кээде журналисттер булактын цитатасын келтиришет да, анын ким экенин, кызматын аташпайт. Же келтирилген пайданын, зыяндын өлчөмүн так билдиришпейт. Же факты ар тараптан тастыкталбай эле бир тараптын маалыматы боюнча кете берет. Бул өтө начар көрүнүш.



## **6. Жаңылыктарды топтоодогу жана чагылдыруудагы адилеттик, баланстуулук, бейтарап мамиле, объективдүүлүк ыкмасы**

6.1. Уюмдарды, ишканаларды, кишилерди, продуктыларды же кызматтарды алга сүрөөнүн, рекламанын, пропаганданын, манипуляциянын барлыгы; же текст буюртма катары туюлат; же журналист этикалык эрежелерди бузган (анын ичинде улуттук, расалык же диний сезимдерди шылдыңдаган сөздөрдүн берилиши); же өзү жаңылыктын негизги каарманы болуп калган, же башка кишилерди же уюмдарды аномнимдүү булактардын комментарийи же башка тарапты комментарийсиз калтыруу менен басмырлоо.

6.2. Конфликттүү же көйгөйлүү кырдаалдын тараптарынын бири гана берилген; макаладагы баланстуулук жетишерлик негизи жок эле бузулган; негизсиз тастыктамалар жана боолголоолор же журналисттин пикирлери, кайсы бир көз карашты же мамилени баса көрсөткөн мүнөздөмөлөр же сүрөттөөлөр берилген; же пикир факт катары кабыл алынгыдай берилген; журналист биринчи жактан жазган, мактанган, лекция окуган же жан тарткан маанайда жазган.

6.3. Зарыл болуп, бирок берилбей калган комментарийдин жоктугу түшүндүрүлгөн; же материал олуттуу себептер менен (мисалы, согуш аракеттери ж.б.) балансталбай калган.

6.4. Маалымат бейтарап, факты жана пикирлер өз алдынча бөлүнүп берилген; көйгөйлөр жана конфликттер тууралуу макалада бардык керектүү тараптар жетишерлик жогорку деңгээлде камтылган жана балансташкан, эгер макала адам тууралуу болсо, эмне үчүн ал киши тандалып алынганы түшүндүрүлгөн.

6.5. Көйгөйлөр жана конфликттер тууралуу жаңылыктарда жана башка татаал макалаларда бардык кызыккан тараптардын комментарийлери эч болбогондо бир компетенттүү көз карандысыз эксперттин, эгер зарыл болсо, укук маселелери боюнча адистин коштомо түшүндүрмөсү менен берилет.



**Биздин комментарий:** Журналист конфликттерди жа башка окуяларды чагылдырганда бейтарап жана баланстуу, калыс мамиле жасоого тийиш. Бир тарапты, анан экинчи тарапты берип, мүмкүн болсо эксперттик үчүнчү тарапты да бергенге аракет кылуу керек. Ошондо чындык, акыйкат так билинет, коомго түшүнүк кенен жетет. Бир жактын пайдасына басым жасалбай, бирдей калыстык зарыл. Себеби, ар кимдин өзүнүн акыйкаты, ар бир акыйкаттын өзүнү баасы болот. Бир жак утуп, экинчи жак чыркырап кала бербесин.

## 7. Жаңылыктын фактыларынын жетиштүүлүгү

7.1. Жаңылык деген түшүнүктү берүүчү маанилүү фактылардын, сандардын жана деталдардын жоктугу.

7.2. Жаңылык фактылар, сандар же ашыкча (же жаңылыкты ачууга тиешеси жок) деталдар менен толтурулган; же болбосо жаңылыкты толук кандуу ачууга керектүү мисалдар берилбеген.

7.3. Сандар жана фактылар жетишерлик болбосо да жаңылык негизинен түшүнүктүү; же журналист экинчи даражадагы деталдарга өзгөчө көп көңүл бурган.

7.4. «Ким?» жана «Эмне болду?» деген суроолорго жоопторду да кошуп алганда фактылар, мисалдар жана сандар жетишерлик көп берилген, зарыл болгон жеринде маселенин баалуулугу да кошо берилген.

7.5. Жаңылык толугу менен ачылган жана башка (билим, географиялык, бизнес ж.б.) тармактардан алынган окшош фактылар менен салыштырылып бекемделген.

**Биздин комментарий:** Жаңылыкты жаңылык кылып турган, албетте, фактылар жана ага комментарийлер. Эгер кургак сөз менен эле болгон окуяны берип койсо, анын мааниси, баалуулугу же кайталангысты ачылбай калат. Сандар, көрүнүштөр, баалар жана сындар гана жаңылыктын ар тараптуу керектигин, маа-



---

*нисин, баалуулугун көтөрөт. Эптемей маалыматтар жаңылык боло албайт жана журналист менен ММКнын кадырын кетирет.*

## 8. Булактарга шилтемелер

8.1. Керектүү болгон жерлерде булактарга шилтемелер берилген эмес; же булактар мыйзамсыз же булактардын өмүрүнө коркунуч келтиргендей тартипте аталган (же идентификацияланган болушу мүмкүн).

8.2. Шилтемелер ачык эмес же булак зарыл болгон жерде идентификацияланган эмес: мисалы, автор кишилер тобунун айткандарынан цитата келтирет; же «эксперттердин айтымында» деп гана конкреттүү эксперттердин кийинки тексттеги коштомо колдоочу комментарийлери (кыскача заметкалардан башка жерлерде) берилген эмес.

8.3. Шилтемелердин берилиши өтө төмөн жана ошондуктан маалыматтын булагы дайыма эле айкын-ачык түшүнүктүү эмес; же шилтемелер керектүү эмес жерлерде берилип калган; же бир нече абзацтар шилтемелер менен башталып калган; же кыска кабарларда «эксперттерге» шилтенип калган.

8.4. Бардык фактылар, сандар жана комментарийлердин булактары зарыл болгон жерде гана берилген; дароо эле же кыска сүйлөмдөн кийин ким же эмне булак эсептелери түшүнүктүү болуп турат.

8.5. Бардык шилтемелер туура берилген, анын ичинде ошол эле булактар же булак макалада дагы бир жолу айтылган, окурман анын ким экенин унутуп калган учурда жаңылыктарга болгон алардын мамилеси же уюмдун аталышы кыскача эске алына айтылат.

**Биздин комментарий:** *Журналист бардык фактыларды, баалоолорду болушунча шилтеме менен берүүсү зарыл. Журналист баарын өзүнүн атынан айта берүүгө акысы жок, маалыматтын булагын көрсөтүп, анын ишенимдүүлүгүн арттыруу керек. Анан*





*шилтемелерди ой келди, ыксыз колдонуу да кишини тажатат жана ишенимден кетирет. Шилтеме берүүнүн да ыкмалары болот, аны журналист өз практикасында жакшы өздөштүрүп, ыктуу колдонуу менен гана ийгиликке жетишет.*

## **9. Булактардын компетенттүүлүгү**

9.1. Булак же булактар дегеле компетенттүү эмес, өздөрү комментарий берген же кабарлаган нерсеге түз тиешеси жок же экинчи даражада турат; же алардын сүрөттөөлөрү ансыз алардан алынган маалыматка ишенүүгө мүмкүн эмес болгон жерде жок; же булактар менен жаңылыктын ортосунда кызыкчылыктар конфликтти бар; же анонимдүүлүктүн себеби түшүндүрүлбөгөн; анонимдик булактардын зарыл болгон жерлердеги мотивдери түшүнүксүз.

9.2. Булактардын же булактын берилиши алардын компетенттүүлүгү, же алар кабарлаган жана комментарийлеген неселерден көз карандысыздыгы же ага карата мамилеси, керек болсо алардын көз карандысыздыгы тууралуу билүү үчүн жетишерлик эмес.

9.3. Булактардын берилишинен алардын компетенттүүлүгү түшүнүктүү болуп турат; же булактардын берилиши өтө эле узун, же зарыл жерде (мисалы, лидде) турбагандыктан окуунун динамикасын (кызыктуулугун) төмөндөтөт.

9.4. Маалыматтар жана комментарийлер макаланын темасына түз тиешеси бар булактардан алынган; алардын берилиши кыска, бирок жетишерлик; анонимдүүлүк олуттуу себептер менен берилген жана алардын мотивдери макаланын мазмуну боюнча зарыл жерлерде турат.

9.5. Бардык маалыматтар жана бардык комментарийлер эң эле компетенттүү, анын ичинен көз карандысыз булактардан алынган, талаш пикирлер жогорку мартабалуу эксперттерге таандык.



**Биздин комментарий:** Булактар сөзсүз түрдө компетенттүү кишилер, адис, эксперттер болушу керек. Мисалы, архитектура жөнүндө маалымат кетип жатса, ал тууралуу ветеринардан сураган туура эмес. Булактар гана маалыматтын, фактынын ишенимдүүлүгүн берет. Керектүү маалыматты же фактыны ошол тиешелүү гана булактардан алуу зарыл. «Чымчык сойсо да, касап сойсун» дегендей, ар бир булактын өзүнүн аспектиси бар.

## 10. Маалыматты алуу кырдаалынын берилиши

10.1. Маалыматты алгандагы кырдаалга шилтеме берилген эмес, андай шилтемесиз ал шек жаратат; же коюлган цензуранын шарттары же болбосо маалыматты алганда коштолгон башка, а мүмкүн маалыматты алуудагы толук же айрым акы төлөөлөр, демөөрчүлүккө байланышкан кырдаалдар айтылбаган.

10.2. Эгерде маалымат журналисттин өзү алган интервью же өз шаарында эле телефон аркылуу байланыш учурунда алынбаган болсо, аны алуунун кырдаалы тууралуу айтылбай калган.

10.3. Маалыматты алуунун кырдаалы толук эмес айтылган жана жаңылыктын фактыларынын так экенине шек туудурат же ал өтө эле кенен-кесири айтылган, же болбосо качан гана ал керек эмес болгондо айтылган.

10.4. Маалыматты алуунун кырдаалы түшүнүктүү же маалымат өз шаарында жайгашкан биринчи булактардан (өзү алган интервью учурунда же булак менен телефон байланышы аркылуу) алынганы текстте айтылган, же маалыматты кандай кырдаалда алганы мааниге ээ эмес.

10.5. Маалыматты алуунун кырдаалы кошумча пайдалуу маалыматтарды берет, кыскача айтылган жана макаланын динамикасына терс таасир бербейт.

**Биздин комментарий:** Журналисттер кайсы булактан жана кантип маалымат алганын так көрсөтүшү абзел. Балким, маа-



лыматты ММК булактарынан алгандыр, же өзү түздөн-түз интервью аркылуу алган, аны так көрсөтүү зарыл. Айрым учурда журналисттер маалыматты беришет да, анын кантип алынганын, кандай кырдаалда алынганын айтууну унутушат. Окурманга же публикага баары ишенимдүү болушу керек, аны үчүн бул насаатты эске алуу керек. Эгер маалымат колдон-колго өтүп алынган болсо, аны деле публика билип койсун. Башкысы – журналисттин эл алдында чынчыл жана таза болуусу.

## 11. Контекст

11.1. Контексттик маалымат конкреттүү жаңылык менен байланыштырбай берилген же контекст окурманды адаштырып коюшу мүмкүн.

11.2. Контексттик маалымат жок же жаңылык эч нерсе менен байланышпаган өзүнчө эпизод катары берилген; же контекст буга муктаж болгон жөнөкөй макала үчүн берилген.

11.3. Контексттик маалымат жетишерлик эмес же өтө эле көлөмдүү, же анын макаладагы орду өтө эле жогору же өтө эле төмөн.

11.4. Жаңылык контекстте тиешелүү системанын бөлүгү катары берилген; зарыл таржымал жана тактама материал коштолгон, башка ага тыгыз байланышкан окуялар катарында жаңылыктын орду түшүнүктүү болуп турат жана негизги сандар салыштырып берилген.

11.5. Жаңылык көп жактуу, бирок ошол эле убакта жаңылыкты кыска жана так түшүндүргөн контексте берилген, ал аны окурмандардын турмушка болгон көз карашы же алардын баалуулуктары, чен-өлчөмдөрү жана позициясы менен жалгаштырганга жардам берген контекстте берилет.

**Биздин комментарий:** *Контексттик материал ошол болуп жаткан окуянын публика тарабынан жакшы түшүнүлүшү, жакшы «сиңирилиши» үчүн берилет. Мисалы, болгон окуя кайсы*



*коомдук-саясий, социалдык жагдайлар фонунда болуп жатканы ар бир кишиге кошумча маалымат же түшүнүк жаратат. Кыскасы, болуп жаткан окуянын жака-белинде эмнелер болуп жатат, алардын кандай тиешелүүлүгү бар, ушулар көздө тутулат. Контексттик материал сөзсүз болуп жаткан окуяга түз тиешелүү же аны оркойтуп даана көргөзүүчү сапатка ээ болушу зарыл. Окуя башка жакты карап, контексттик материал башка жакты айтып турса, бул одоно катчылык. Журналисттин чеберчилиги канчалык экени дал ошол жерден көрүнөт.*

## 12. Түшүндүрмөлөр

12.1. Жаңылыктын маңызын кабылдоо эмне себептен анын болуп калганын билдирген компетенттүү түшүндүрмөнүн жоктугуна байланыштуу мүмкүн эмес.

12.2. Жаңылыкты түшүнүү үчүн зарыл болгон маанилүү түшүндүрмөлөр жетишерлик ачык эмес же конкреттүү эмес.

12.3. Түшүндүрмөлөр өтө эле кыска; же түшүндүрмө керек болбогон жөнөкөй эле жаңылыкка кенен-кесири түшүндүрмө берилген, же булактар бир эле нерсени ар башка сөздөр менен кайталай беришкен.

12.4. Жаңылыкты жакшылап түшүнүп алуу үчүн «Бул эмне үчүн болду?», «Бул кантип болду?» жана керек учурда «Эми эмне болот?» деген суроолорго көлөмдүү жооптор берилген.

12.5. Татаал жана көйгөйлүү жаңылыкты түшүндүрүү үчүн коомдо пайда болгон маанилүү маселелерди талкуулоону стимулдаштыруучу толук, бирок ашыкча узарып кетпеген түшүндүрмөлөр берилген.

**Биздин комментарий:** *Жаңылык материалында сөзсүз түрдө ал окуя кантип, кандайча болуп калганын, ага таасир эткен факторлор же жагдайлар тууралуу айтылышы керек. Жаңылыктын маңызын толугу менен кабылдоонун деңгээли түшүндүрмөгө кө-*



*бүрөөк көз каранды. Жаңылыкты окугандан кийин окурманда же публикада «Бул эмне үчүн жана кантип болуп калды?» дегендей суроолор туулбастыгы керек. Журналист жаңылыкты толук, ар кай жагынан тыкан иштеп гана публикага ташташы лаазым.*

### **13. Жаңылыктын мааниси жана таасири**

13.1. Жаңылыкта мүмкүн болуучу олуттуу көйгөйлөр, коркунучтар, кыжаалаттыктар тууралуу маалымат жок, же жаңылык турмушка дал келбеген күтүүлөргө жетелейт же криминалдык, башка да бузуку жүрүм-турумдардын келип чыгышын шарттайт.

13.2. Түздөн-түз кимге багышталганына жана таасир калтырышына жараша жаңылыктын ким-бирөөлөр үчүн болгон мааниси же таасири тууралуу маалымат жок, же мааниси ачык жеткирилген эмес.

13.3. Түздөн-түз кимге багышталганына жана таасир калтырышына жараша жаңылыктын ким-бирөөлөр үчүн болгон мааниси же таасири, андан келип чыгуучу нерселер тууралуу маалымат жетишсиз.

13.4. Кишилерди, коомду, уюмдарды, өндүрүштү, коммерциялык компанияларды жана бюджетти да эске алганда түздөн-түз кимге багышталганына жана таасир калтырышына жараша жаңылыктын болгон мааниси же таасири тууралуу маалымат жеткиликтүү.

13.5. Жаңылык кимге багышталганына жана таасир этишине жараша мүмкүн болуучу көйгөйлөр, коркунучтар, сактануулар жана башка олуттуу кесепеттер так жазылган.

**Биздин комментарий:** *Жаңылык өзүнүн негизги маңызында кимге же эмнеге багышталган? Кимдин көйгөйүнө же кызыкчылыктарына дуушар болот? Мына ошол жагын караш керек. Жаңылык материал дайыма коомчулуктун көкүрөгүндөгү нерселерге барып уруна труккан болсун. Анчалык деле керек эмес, кызыкдар кыла албаган, күтүүлөргө жооп бере албаган жаңылыктардын*



---

*публикага кереги жок. Аны кабыл алышпайт да, ММКнын, журналисттин кадыры кетет.*

#### **14. Практикалык пайда**

14.1. Макаланын маңызы боюнча керек болгондо практикалык сунуштар берилбеген.

14.2. Журналист окурманга жоопторду таап жана алдына көлдөлөң коюунун, көйгөйлөрдү чечүүнүн варианттарын табуунун же практикалык сунуштарды берүүнүн ордуна суроону же суроолорду берет.

14.3. Көйгөйдү чечүү, чечүүнүн варианттарын сунуш кылуу же практикалык сунуштарды берүү үчүн олуттуу аракеттер болгон.

14.4. Зарыл болуп калса, компетенттүү практикалык сунуштар же көйгөйдү чечүүнүн ыкмалары берилет.

14.5. Олутуу көйгөйлөр же конфликттер тууралуу макалада компетенттүү жана практикада колдонулуучу чечимдер сунушталат.

**Биздин комментарий:** Журналист жаңылыкты таркатуу менен жөн гана бир бүркүм жаңы окуяны, маалыматты берип коюу менен чектелбесин. Албетте, андан публика пайда тапсын: көңүл өйүгөн маселелерге жооп алгыдай, кайсы бир чечилиштерди таап алгандай, жаңы пайдалуу кеңештерди кабылдагандай болсун. Кайсы бир көйгөйлөргө же маселелерге карата чечилиштерди сунуш кылган пикирлер, сунуштар кошо берилсин. Кыскасы, жаңылык публикага суудай керек болсун. Мына ошондо журналист ишке жарайт.

#### **15. Көчөдөгү кишилердин комментарийлери**

15.1. Окурмандар өздөрүн жаңылыктарга байланыштыргылары келсин үчүн комментарийлер керек болуп калган кезде карапайым кишилердин комментарийлеринин жоктугу.



15.2. Карапайым кишилер анча маанилүү эмес маселелерди комментарийлешет же алардын комментарийлери жаңылык менен байланышпаган.

15.3. Жаңылык менен байланышпаган, бирок ага байланыша алуучу эч болбогондо карапайым бир кишинин бир комментарийи болот.

15.4. Жаңылык менен байланышпаган, бирок өздөрүн жаңылыктын мазмуну боюнча жабырланган же пайда көргөн кишинин ролунда сезген карапайым кишилердин бир нечесинин негизги жаңылыкка карата ар тараптуу комментарийлеринин болушу.

15.5. Эгер жаңылык мындан ута турган болсо, анда аны ар кайсы расанын, жыныстын, улуттун, диндин, сексуалдык багыттын, саясий ынанымдын жана башкалардын өкүлдөрү комментарийлешет.

**Биздин комментарий:** *Журналист коомго кызмат кылат, демек коомчулукка кызмат кылат. Карапайым адамдардын кызыкчылыгы – башкы нерсе. Андыктан, болгон окуяларга, фактыларга комментарий топтогондо сөзсүз түрдө карапайым кишилердин комментарийи болушу керек. Алар басымдуулук кылышы керек. Журналист байлардын же бийлердин артынан чылапчын көтөрө чуркабай, карапайым кишилердин кызыкчылыгына чуркашы керек. Алардын пикири, сунуштары – баалуу. Бирок, бир тараптуу да болуп калбаганга аракет кылгыла.*

## **16. Журналисттин өз алдынчалыгы жана көз карандысыздыгы**

16.1. Жаңылык болгону пресс-релиздин же пиар материалдын негизинде гана жазылган; же бир булак же бир эле топтогу, багыттагы булактар менен интервьюнун негизинде жазылган.

16.2. Жаңылык басымдуу деңгээлде пресс-релиздин же пиар материалдын негизинде жазылган; же цитаталар өтө көп болуп калган, же расмий кишилерге көп көңүл бурулган, же негизги бу-



лактын сунуш кылганына караганда журналисттин макаладагы тандап алган мамилесинин чабалдыгы бар, же мамиле таптакыр туура эмес.

16.3. Кызуу жаңылык пресс-релиздин же башканын негизинде гана кыскача жазылат, же жаңылыкты жазуунун жекече аракети максатка ылайык ачылбай калган.

16.4. Баштапкы маалымат пресс-релизден, пресс-катчыдан, пресс-конференцияда же башка окуя болгон жерде алынганына карабастан жаңылыкты жазуунун жекече аракети өз орду менен ишке ашырылган жана жаңылыкты кызыктуулугун арттырат.

16.5. Жаңылыкты берүүнүн аракети оригиналдуу жана чыгармачыл, бирок ошол эле кезде башка учурларга караганда адекваттуу жана мыкты.

**Биздин комментарий:** *Жаңылыкты пресс-релиздин же пресс-конференциянын негизинде дароо чүргөп, жаза коюу кыйын эмес. Бирок, ал кунарсыз, чабал, супсак чыгып калышы мүмкүн. Журналист өзү да чыгынып, берилген маалымат боюнча башка тараптардан кошо маалымат алып, комментарийлеп жазса, өзүнүн да далалатын кошсо, материал мыкты чыгат. Жалкоолук кылбоо керек. Анан да дайыма изденүү менен жашоо керек.*

## **17. Сүрөттөөлөрдү, деталдарды, туюмдарды жана образдарды колдонуу**

17.1. Тексттеги сүрөттөөлөр супсактык жагынан айырмаланат.

17.2. Спецификалык конкреттүү деталдардын ордуна жаңылыкка байланышпаган деталдар пайдаланылган, же керектүү жерлерде деталдар болбой калган; же текстте келтирилген деталдар көнүмүш, өтө эле жөнөкөй, белгилүү же жаңылыкты ачып берүү үчүн маалыматты камтый алышпайт; же текст окуунун динамикасын бастатуучу өтө эле чалагайым сүрөттөөлөрдү камтыган.





17.3. Айрым конкреттүү жана спецификалык деталдар, анын ичинде маанилүүлүгүн, ишмердигинин спецификасын же рейтингдин бийиктигин көрсөткөн ишкананын, кишилердин же өлкөлөрдүн кыска (3-5 сөз) мүнөздөмөсү пайдаланылат.

17.4. Спецификалык деталдарды (пейзажды, кабинетти, кийимди, аба-ырайын, жүрүм-турумду, жолугушуу жайын, өңдүн абалын, жытты, түстү жана башкаларды) чебер пайдалануу менен жандуу сүрөттөө келип чыккан.

17.5. Персонаждардын, булактардын мүнөздөрүнүн же кырдаалдын деталдары окурмандын сезимдерине таасир этет жана бул кишилердин көйгөйлөрүнүн олуттуу экенин түшүнүп, кыжаалаттанууга алып келет.

**Биздин комментарий:** *Айрым журналисттер жаңылык материалын окуяны супсак гана берип коюу катары түшүнүшөт. Туура эмес. Жакшы сүрөттөөлөр дайыма керек, ал ар кандай материалдын көркүн ачат. Мисалы, митинг болуп жатканда көнөктөп жааган жамгырды, чыйрыккан митингчилерди кошо кетүү ашыкча болбойт. Же ал жердеги кызуу абалды сүрөттөп коюу объективдүүлүктү бузбайт. Баарынан мурда баа бергенден, сынаган маанайдан качуу керек.*

## 18. Тил, жазуунун чеберчилиги

18.1. Расмий эмес техникалык же илимий жаргон, цинизм, ирония, клише, тапталган салыштыруулар же кош маанилүү «таяк жеген» фразалар, салтанатуулук, карапайым сөздөр, тилдөөлөр, элет тили колдонулган.

18.2. Жазыла түшүндүрүлбөгөн, жалпы кабыл ала элек кыскартуулардын, же кургак жазмакерликтин, көп сөздүүлүктүн же түз айтылбагандыктын болушу; ачык эместик же чаташып кеткендик; же текст өтө эле татаал жазылып, анын айрым бөлүктөрүн түшүнүү үчүн бир нече кайталап окуу керектиги; же чыгар-



мачылык ыкмалар окурмандын пайдасына жазылбагандык.

18.3. Жазуунун айрым көйгөйлөрү: мисалы, кайталоолор, айрым сүйлөмдөрдүн өтө эле узундугу, этиштерди жазган учурда аркылуу мамиленин негизсиз берилиши.

18.4. Жөнөкөй, карапайым тил колдонулган, эркин, түз, ачык чагылдыруу; эң бир так сөздөр тандалган; зарыл жерде зат атоочтор эмес, күчтүү этиштер, этиштердин аркылуу мамилеси көп колдонулган.

18.5. Жаңылык энергиялуу жана чыгармачылык менен жазылган, маңызга шайкеш келген жерлеринде салыштыруунун же каршы коюунун образын жакшы бергенге кошумча боло алган контрасттар, риторика, кабыл алганга жеңил юмор, ар кайсы узундуктагы, ыргактагы, диалогдогу сүйлөмдөрдүн жана тапталбаган сөздөрдүн куйрук улаштыгы сыяктуу чыгармачылык элементтердин колдонулушу.

**Биздин комментарий:** Журналисттин негизги куралы – тил, сөз. Ал канчалык тилге, сөзгө бай болсо, ошончолук ийгилик жаратат. Текстти ырааттуу, куюлушкан сөздөр менен келиштире жаза билүү керек. Окуган же уккан адамдын кулагы сүйүнө турган болсун. Улуу Эрнест Хемингуэй: «Мен дайыма жазгандарымды үн чыгара окуймун. Кулактан ашкан сынчы жок!» деп айтканы бар. Журналист да тексттин мыкты даярдалганына маани берүүсү зарыл. Журналист көп жазышы, көп иштеши керек, ансыз тилге же сөзгө бай болбойт. Көп окушу тийиш, ансыз ал байлыкты кайдан алат?

## 19. Цитаталоо

19.1. Цитаталар жок же алар жетишсиз, же болбосо алар жаңылык менен байланышпаган (же начар байланышкан), чаташкан же бир нече ойду берип турат, же болбосо маңызын өзгөртүү менен контекстен жулуп алынган, же үзүндү цитата тескери маанисинде түшүнүлүп турат.



19.2. Цитаталар өзгөчө коомдук мааниге ээ болбогон расмий же адаттагы эле кабарды же фактыны (комментарийди, ой-жүгүртүүнү, пикирди же эмоцияны эмес) камтыйт жана булакка шилтеме берүү менен тике эмес, кыйыр сөз катары берилет; лидди колдоп турган цитата чынында аны колдобойт же лидге анчалык байланыштуу эмес, же ал компетенттүү эмес булактан алынган.

19.3. Цитатадагы, цитаталардагы ойлор анчалык маанилүү эмес же кызыксыз, же болбосо цитаталарда көп сөздүүлүк орун алган.

19.4. Цитаталар маңызы боюнча макаланын фокусу менен байланышкан, кызыктуу, образдуу салыштырууларды берет жана макалага курчтукту же адамгерчиликти ыроолоп турат. Бир цитатада бир гана түшүнүктүү, аягына чыккан ой жатат; цитаталар кыска жана маалыматты жеткирүү максатын көздөбөйт, мамлекеттин жогорку кызмат адамдарынын жогорку коомдук маанилүү сөздөрү же маанилүү документтен үзүндү цитаталанган учурлардан башка мезгилдерде анда комментарий, баа берүү, мамиле, ой-жүгүртүү, эмоция бар.

19.5. Бардык цитаталар кыска, өтө кызыктуу комментарийлерди камтып турат, лидди колдоп турган компетенттүү булактын жогорку сапаттагы цитатасы жогорку деңгээлде берилген.

**Биздин комментарий:** *Цитаталар ар кандай жаңылыктын маанисин, абруун, мыктылыгын камсыз кылат. Бирок, алар журналисттин кыйындыгынан көз каранды. Тиешелүү цитата болсун, ордунда жана өз мезгилинде болсун. Ошону үчүн журналисттерге дайыма формалдуу логиканы, дедукция законун жакшы окугула, билгиле деп айтып келебиз. Туура ойлоно билүү гана туура чечимдерге алып келет. Логика начар болсо, журналист күчтүү болбойт.*



## 20. Структура

20.1. Журналисттик жаңылык стандарттарынан айырмаланып турган отчет, колонка, редакциялык макала, фельетон, же академиялык, илимий стандарттардын бири же башка стандарт пайдаланылган.

20.2. Жаңылыктар жана башка стандарттар аралашмасы пайдаланылган, же журналисттик жаңылыктар стандарты олуттуу кемчиликтерге ээ, мисалы айрым негизги фактылар же негизги жаңылык өтө төмөнкү деңгээлде берилген же макаладагы же анын айрым бөлүктөрүндөгү маалымат эң башкыдан тарта экинчи деңгээлдегиге карай берилген эмес.

20.3. Жаңылыктарды жазуунун заманбап стандарттарынан бир аз четтеп кеткен.

20.4. Жаңылыктарды жазуунун заманбап стандарттарынын бири (анын ичинде «көңтөрүлгөн пирамида», «кум сааттары», жаңылык анализи же жаңылык очерки) пайдаланылган.

20.5. Жаңылыктын мазмунуна, тонуна жана маңызына шайкеш келген жаңылыктарды жазуунун заманбап стандарттарынын бири пайдаланылган.

**Биздин комментарий:** Жаңылыктын публикага берилишинин ийгилиги анын структурасынан көз каранды. Азыркы кезде «көңтөрүлгөн пирамида» же анын иштелип чыккан жөнөкөй ыкмаларын пайдаланып жүрүшөт. Журналист жаңылыктын структурасын жакшы тандап алуу менен публикага сапаттуу материал бере алат. Кеп публикага ырааттуу, толук маалыматтуу текст тартуулоодо турат. Бул жагынан заманбап гана стандарттар жардам берет. Илгерки эски башаламан структуранын азыркы журналистика менен эч кандай байланышы жок. Жаңылыкты башка жанрлардан ошол стандарттар гана айырмалап турат.



## 21. Лид

21.1. Жаңылыкта камтыбай калган, же көйгөйлөр жана конфликттер тууралуу макалада башка тараптын маалыматы негизсиз жерден камтылбай калган, же зарыл болуп калганда да булактарга шилтеме жасалган эмес.

21.2. Жаңылыктын өсүшү тууралуу жаңы маалыматтын жоктугу (лид «эскирген»), же башка да байкаларлык кемчиликтер бар, анын ичинде зарыл суроолорго жооп жок, же жетишерлик негиздемесиз эле булактын ысмы, окуянын датасы, кемчиликтери көп цитата менен башталган, же жөнөкөй эле мисалдарга негизделген.

21.3. Лидде бардык зарыл суроолорго жооп бар, бирок айрым кемчиликтер бар, мисалы кызыгууну пайда кылуучу деталдар жок, же лид өтө эле узун, же жаңылык болуп калуучу (а мүмкүн болбой калуучу) нерсе тууралуу жазылган.

21.4. Стандарттык лиддердин бири туура пайдаланылган; же лидге чыгармачылык менен мамиле жасоо учурунда бир аз кемчилик кетирилген.

21.5. Лидде макаланын мазмунуна, маңызына жана тонуна жараша чыгармачылык мамиле байкалып турат.

**Биздин комментарий:** *Лидди мыкты жаза алган журналист бүтүндөй жаңылык материалын мыкты жаза алат. Ал материалды жакшы структуралап, жакшы пландай алат. Кеп лиддердин ар кайсы түрлөрүн мыкты билүүдө жана аларды мыкты пайдалана алууда. Лид журналисттин жаңылык материалын жалпы жонунан сырттан туруп мээсинде жакшы пландаштыра ала турганынан кабар берет. Журналист эң актуалдуу нерсе менен майда-барат нерселерди айырмалай билсе, лидди жакшы табат. Ал эми лид – жаңылыктын туу көтөргүчү. Жакшы лидге ээ болбогон жаңылык материалынын өзү ийгиликсиз нерсе.*



## 22. Макаланын фокусу

22.1. Фокус жок, же текст реалдуу жаңылыкка шайкеш келбеген же теманы ачып көрсөтпөгөн бирдемеге фокусталган.

22.2. Негизсиз эле жерден бирден ашык тема камтылган; же макала эмне тууралуу экенин түшүнүү максатында окурмандар макаланын ар жерине бат-бат секирип окууга же аягынан баш жагына кайрылып окууга мажбур болушат.

22.3. Фокус негизинен түшүнүктүү.

22.4. Фокус түшүнүктүү жана журналист өзүнүн текстин жазуу учурунда аны колдон чыгарбаган.

22.5. Фокус стандарттуу эмес же адаттан тыш (бирок мазмунга шайкеш (адекваттуу) келет.

**Биздин комментарий:** *Жаңылык материалынын өзүнүн багыттуу бир фокусу болушу керек. Ал кайсы бир нерсени көздө тутушу абзел. Бир эле материалда бир нече тема, багыт аралашып кетсе, публиканын башы айланат. Журналист бир эле окуядан эки же үч жаңылык материалын жазышы мүмкүн, баарын бир материалга бытыратып топтоп алган жарабайт. Чачырандылык, башаламандык, логиканын бардагы журналистке аброй алып келбейт. Андай материалды редактор да өткөрбөсү анык. Кептин баары, жаңылык жазып жатканда фокусту туура тандап алуу, аны адаттан тыш мыкты жазып берүүдө жатат.*

## 23. Байламталар

23.1. Зарыл байламталар билинбейт, сүйлөмдөр же абзацтар бири-бири менен логикалык байланышта болбой калган.

23.2. Байламта кийин цитатада кайталана турган сөздөрдү камтып турат; же байланыштуулук техникалык гана жактан камсыздалган; же байламталардын ордуна «эскерте кетсек», «белгилей кетсек» сыяктуу ашыкча сөздөр пайдаланылган.



23.3. Мазмундуу байламталар жетишпейт.

23.4. Текст анын логикалуу чагылдыруусун камсыз кылып турган мазмундуу байламталар менен бириктирилген, же зарыл эмес жерлерде кыска текст байламтага ээ эмес.

23.5. Байламталар тексттин жүрүшүн, өзгөчө татаал цитаталардагы текстти түшүнүүгө жардам берет.

**Биздин комментарий:** *Байламталарды ыктуу пайдаланууну билбеген журналист көп сөздүүлүккө жана тексттин чаржайыттуулугуна жол берет. Ошону үчүн журналисттерге тил жагынан чебер болуу талабы коюлат. Ар кайсы байламталардын өз орду бар, аларды өз орду менен пайдалана билүү – чеберчилик. Эгер байламталар жардам бере албаган кезде гана алардын башка сөздөр менен алмаштырса болот, эгер башка арга калбай калса гана. Сүйлөмдөр өтө мыкты жалгашып, татаал сүйлөмдөрдү окуу жеңил болушу лаазым. Логикалуу биримдик бузулбасын, мыкты болсун.*

## 24. Аягы

24.1. Жаңы маалымат берилет; же тейлөөнү, продукцияны өткөрүүчү инструкциялар берилет; же журналист «Деген ишеним-дебиз...», же «Биз окуянын өнүгүшүнө көз салабыз» сыяктуу фразалар менен аяктайт же окурманга жооп таап, ага багыштоонун ордуна суроолорду берет.

24.2. Керек эмес, макаланын фокусуна туура келбеген же маңызына шайкеш келбеген корутунду менен аяктайт; же практикалык сунуштар менен пайдаланууга мүмкүн эмес.

24.3. Окуунун аягына чыккандык туюмун пайда кылбайт жана макаланы окуудан канааттануу болбойт.

24.4. Тексттин бүтүшү логикалуу.

24.5. Аяккы бөлүк негизги жаңылыкты бекемдеп турган жана тексттин башталышы же башка маанилүү жери менен байла-



---

нышкан, күчтүү образды пайда кылган же окурманды ойго салган күчтүү, кызыктуу цитата же тастык менен бүткөн.

**Биздин комментарий:** Эгерде жаңылыктын аяккы бөлүгү жалпы жазылгандардын корутундусун мыктылап чыгара ала турган эсте каларлык цитата менен аяктаса, укмуш болмок. Бирок, дайыма эле андай цитата, жагдай боло бербейт. Жаңылыктын аягы лид сыяктуу эле мыкты бүтүшү керек. Аны үчүн цитата же мыкты тастык болушуна аракет кылуу зарыл. Эч качан жаңылыктын аягы жаңы теманын башталышы же башка фокустун жеми болуп калбасын. Ийгиликке карай көздү жумуп алып умтулуу кээде ашыкча нерсеге алып келет.





## ЦИТАТАЛАР

Биринчи абзацта сиз окурманды тамагынан кармап алышыңыз, экинчи абзацта катуураак кысып алып, акыркы саптарга чейин аны ошол бойдон кармап калышыңыз керек.

*Пол О, Нил, америкалык жазуучу.*

\* \* \*

Түн ортосунда телефон шыңгырап, өрт жөнүндө маалымат түшсө, өрт өчүрүүчү комбинезонун кийип барып, өрттү өчүрөт да тынат. Кабарчы болсо, ким жана эмне себептен өрт койгонун аныктап, бул жөнүндө миллиондогон адамдарга маалымат бериши керек.

*Морт Розенблюм, «Ассошиэйтед Пресс».*

\* \* \*

Журналист – дүйнөдөгү эмгекти сүйгөн эң жалкоо адам.

*«Универсалдуу журналист» китебинен.*

\* \* \*

Эч качан театр башкаруучусунан бекер билет, туристтик фирмадан бекер жолдомо же саясатчыдан кызмат албаңыз.

*Г. Л. Мэнкен.*

\* \* \*

Бир гана автордун ырахаты үчүн жазылган бардык нерселер эч нерсеге арзыбайт.

*Блез Паскаль.*

\* \* \*

Эгер гезит адам өлтүрүүлөр жана тоноолор, зордуктоолор жана инцесттер, мал зордуктар жана бачабаздыктар, ыйыктыктарды тебелөөлөр, шыкак каттар жана алдамчылыктар тууралуу



жазбаса – мындай гезит тууралуу анда жаңылыктар жок экен деп айтышат.

*Аноним, 1783-жыл.*

\* \* \*

Редактордун гезитте жасай турган иши – күрүчтү күрмөктөн ажыратуу жана ошол күрмөктүн гезиттин беттерине чыгуусун көзөмөлдөп турат.

*Элберт Хаббард.*



---

• ГЕЗИТ МЕНЕДЖМЕНТИ •

**БИЗ ГЕЗИТТИ КАНТИП  
ИЙГИЛИККЕ ЖЕТКИРДИК?**

Азыркы кезде гезиттин ийгиликтүү болушу кыйын, анткени элдин баарынын эрмеги телевизор, радио, интернет дешет. Интернет дегениң кала берсе мобилдик телефондорго кирип кетти. Жакында аны түшүбүзгө да киргизе турган усулун тапсак керек. Эмне экен, түш көрүп жатып, беймарал интернет менен алектене бересиң.

Деген менен, азыркы коммуникациялык технологиянын акыркы жетишкендиктери кезинде да гезитти ийгиликтүү, кирешелүү, популярдуу тармакка айландырууга болот. Буга толук негиздер жана мүмкүндүктөр бар. Ошол телевидение, радио, интернет бербеген нерсени гезитте берүү керек. Алардан өзгөчөлөнүү керек, артык болуу зарыл, ошондо гезит коомдогу таасирдүү да популярдуу каражат катары кала берет.

Дал бүгүнкү кезде Кыргызстандагы аймактык гезиттерди кирешелүү тармакка айландыруу дээрлик мүмкүн эмес дешет. Себеби, дешет алар, аймакта маалымат рыногу өнүккөн эмес, коомчулуктун басылма каражаттарга карата табити төмөн, гезиттерди таркатуу системасы кескин аксап турат, эң негизгиси, каражат жок. Бул карандай калп дегенден алыспыз, бирок эч нерсе жасабоо үчүн айтылган шылтоолордон башка эч нерсе эмес. Эгерде чыныгы профессионал журналисттер аймакта кызыктуу жана популярдуу басылманы түзгүсү, маалымат мейкиндигин ээлегиси келсе, ага карата эч кандай тоскоолдук жок. Албетте, жогорудагы айтылган тоскоолдуктар бар, бирок ал тоскоолдуктар профессионализмдин, чыныгы жигердүүлүктүн, чыныгы умтулуучулуктун алдында эч нерсеге жарабайт.

Аймактарда басылмаларды өнүктүрүүгө болорлугун биз 2008-2009-жылдары Жалал-Абад областында областтын бийли-



гинин расмий басылмасы эсептелген «Акыйкатта» далилдей алганбыз. Ошол кезде биз менеджмент жагынан кыйла тажрыйбабыз аз, дээрлик банкрот болуп калган гезитти өнүктүрүүнү кай жагынан баштоону билбеген, жамааттын профессионалдуулугу өтө жогору болбогон шартта да маалымат рыногун, реклама рыногун аз да болсо түзүп, гезиттин өнүгүшүн камсыз кылганбыз. Мүмкүн бул азганакай тажрыйба башкаларга өзүнүн пайдасын тийгизер. Ошол себептүү, «Акыйкат» гезити 2008-2009-жылдардын жыйынтыгында эң ийгиликтүү аймактык гезит саналып, Кыргызстандагы гезит «Оскардын» кантип эки жолу катары менен жеңип алганын карап көрүү зарылдыгы бар.

\* \* \*

Ошол 2008-жылы 3-июнда түшкү маалда мени түштөн кийинки саат 14.00дө областтын губернаторуна кирүүм керектигин областтык бийликтен маалымдашты. Себебин сурасам, менин областтык гезитке башкы редактор болуп дайындалганымды, ошого байланыштуу област губернатору мени кабыл алышы зарылдыгын айтышты. Көрсө, областтын губернатору мени менен макулдашпай туруп эле берилген сунуштар аркылуу мени дайындаган буйрук чыгарып коюптур.

Айтылган убакта мени областтык мамлекеттик администрациянын пресс-катчысы коштоп, губернатор Кошбай Масировго кирдик. Ал киши буга чейин мени таанычу, бирок жакындан баарлашкан эмеспиз. Февраль айында ал мени коомдук башталышта маалымат саясаты боюнча өзүнүн кеңешчиси катары дайындаган, мен областтык мамлекеттик администрациянын маалымат таркатуу стратегиясын жана аны ишке ашыруунун иш-чараларын даярдап бергенмин. Ал кабыл алынган, бирок иш-чаранын бир пункту да ишке ашырылган жок. Областтык администрацияда нормалдуу пресс-кызмат болбосо, жакшылыктуу иштер кантип жүрсүн.



Губернатор мени дайындалышым менен куттуктады. Ыраазылык билдирдим, себеби мага ишендиңиздер, актоого аракет кыламын дедим. Анан, албетте, сөз башында өзүмдүн шартымды айтып калууну туура көрдүм. Мен гезитте сын материалдар көп болорун, эртең эле сындалгандар менин үстүмдөн арызданышып, област жетекчисине киришерин, ошондо калыс туруп берүүнү гана сурандым. Кошбай Масиров мени колдоду:

-Сын деген кислород, ал болбосо болбойт. Сындай бергиле, бирок объективдүү болгула, личностко асылбагыла, – деди.

Мени гезиттин редакциясына губернатордун биринчи орун басары алып барып, жамаат менен тааныштырды. Ошондо мага кызматын тапшырып жаткан мурдагы башкы редактор алдыдагы гезиттин санын чыгарууга басмаканага акча төлөнгөнүн, ошондуктан беймарал иштей берерлигимди айтты. Демек, гезиттин чыга турган саны үчүн акча төлөнүптүр, ал эми кийинки сандаргачы? Мен кыйнала түштүм.

Ошентип, ал күнү куттуктоолорду кабыл алуу менен алпушуруп, чыныгы ишти эртеси күнү баштадык. Кудай жалгап, гезиттин бетине коё турган (аны мага «койсо боло турган» деп билдиришти) анча-мынча материалдар бар экен. Анан мен бухгалтерди чакырып, каржы абалы менен тааныштым. Гезиттин абалы чынында кыйын экен.

Гезит 2005-жылы түстүү ыкмада чыга баштаган, бирок кийин каржылык абал начарлап, ушул кезге чейин түстүү ыкмада чыкпай, карала-торала чыгып келген эле. Мен дароо түстүү ыкмада чыгарууну, ребрендинг жүргүзүүнү туура таптым. Кийинки сандар үчүн акча тапса болорлугун, ошону үчүн гезитти кескин жакшыртуу саясатын коркпой жүргүзө берүүнү бухгалтер да сунуш кылды.

Тобокел кылдым да, түштүк аймактагы эң мыкты дизайнер Хуррам Газыбаевди жардамга чакырдым. Ал жергиликтүү университетти аяктаган, бирок студент кезинде эле өзүн-өзү тарбиялап, умтулуп отуруп, дизайн, компьютер жагынан жогорку бийиктиктерге жетти. Эми анын жардамы менен брендди оңдоп,



---

гезиттин жүзүн нормалдуу гезитке окшотууну көздөдүм. Мурдагы бренд мультфильмдердеги ийрелеңдеген жазуу сыяктуу шрифттер менен жазылгандыктан, гезитке олуттуулук, сулуулук алып келбейт болчу.

Мен Хуррамга брендди өзгөртүү зарылдыгнын айтып, жардам сурадым. Ал бир нече вариант жасап көрдү, анын ичинен мыктысын тандап алдым. Анан гезиттин дизайнуна 8 беттик гезиттин биринчи бети кандай болушун, калган беттеринин кандай болушу зарылдыгын, ар бир беттин милдетин, ордун жана ролун түшүндүрүп чыктым. Журналисттерге да ушундай эле сабак өттүм. Ар бир беттин өзүнүн милдети, тапшырмасы бар, ал ошону аткарышы керек. Демек, ар бир беттин өзүнүн түсү, форматы, мүнөзү, маанайы жана аурасы болорлугун, аны камсыз кылуу менен биз гезитти чыныгы гезиттерге окшоторубузду айттым. Журналисттер макул болушту. Деген менен, гезиттин көрүмдүүлүгү гана эмес, контенти да мыкты болушу зарыл да.

Ошентип, жаңы келген башкы редактор жаңыча аракет кылып, жамаатты кыйноого алды. Дизайнер чайналып, беттерди улам жаңыдан жасап, түйшөлүп жатты. Мен айтканымдан кайтпай, оюмдагыны жасатып жаттым. Гезиттин материалдарын бүтүндөй өзүм карап чыктым, жакшы материалдар жок экен, бирок эч болбосо жазылышы, окулушу жакшы болсун үчүн иштеп чыгууга туура келди. Кала берсе, келген кулактандырууларды да кароого, оңдоого туура келди. Армияда офицерлердин жакшы принциби бар «Мендей жаса!» деген. Мен ошону жетекчиликке алдым.

Ошентип, июнь айындагы гезиттин биринчи саны чыкты, албетте түстүү жана жаңы бренддүү, жаңы дизайны менен. Биринчи кезекте областтык администрацияда бул жаңылыкты бат баамдашып, жаңы кадамдарыбызды колдоого алышты. Окурмандарыбыз да өздөрүнүн жакшы пикирлерин билдиришти. Дагы башка сунуштар айтылып, гезитти жакшыртуу жагынан биздин кадамдарыбыз колдоо тапканына кубанып калдык.



Биз ошондо эң башкы нерсени – окурмандар гезитке кайдигер эместигин, гезит аларга керектигин, жөн гана алар каалагандай, баалагандай гезит чыгаруу зарылдыгын түшүндүк. Алар бизден көп нерселерди талап кылышарын, биринчи сан менен биз алардын үмүтүн жандырып койгонубузду гана билдик. Демек, ушундай багытта дагы да көп каракет кылышыбыз керек.

Гезиттин ишин жакшыртуу үчүн негизинен үч шарт керек экен: биринчиси, профессионалдык кадрларды тартуу менен жамааттын ичиндеги климаты жакшыртуу; экинчиси, адам ресурстарын жакшыртуу менен каржылык камсыздоо жагын чечүү, себеби гезитти бюджеттен каржылашпайт, бюджеттен журналисттерге айлык беришет, ал эми калганын жамаат өзү табат; үчүнчүсү, кантип да болсо гезит нускасын өстүрүү керек, аны үчүн комплекстүү чаралар зарыл.

Адегенде жамааттын ишенимдүүлүгүн арттырып алуу максатында кадрлык өзгөртүүлөрдү жасадык: башкы редактордун жаңы орун басарын алып келдик, жооптуу катчы жана журналисттерди жаңы кызматкерлер менен бекемдедик, кабылдамадагы оператор кыздын кызматынын аталышын өзгөртүп, башкы редактордун жардамчысы деп атадык да, ага жаңы ыйгарым укуктарды, милдеттерди тактык. Башкы редактор гезиттин ички жана тышкы иштерин көзөмөлдөп, негизинен менеджментти аркаласа, анын ички-сырткы байланыштары калып кетет экен, аны жардамчыга жүктөдүк. Ар кандай өндүрүштүк чаралар, сүйлөшүүлөр, сырткы байланыштар дипломатиялык чеберчиликти талап кылды. Редакцияга келген ар кандай биздин өнөгүбүз башкы редактордун отурган столунун канчалык баасы кымбаттыгына же кийиминин баасына эмес, биринчи кезекте биздин өз ара пайдалуу сунуштарыбызга баа бергидей кырдаал жараталы дедик. Аны үчүн бизде менеджмент стратегиясы керек эле.

Эмне үчүн менеджмент стратегиясы керек? Бул гезиттин алдыга койгон максаттарынан келип чыгат. Биздин максаттар эмнелерден турган? Биз биринчи кезекте гезитке болгон сырткы



дүйнөнүн сый-урматын жеңип алышыбыз керек болду. Себеби, гезиттин кадыры сыртта ушунчалык түшкөндүктөн, редакцияга областтык маанидеги жетекчилер келбей калышкан. Ал аз келгенсип, шаар мэриясынан чалышып, бизде баландай кагаз бар, тез келип алып кеткиле дешсе, редакциядагылар чымын-куюн болуп жетип барышкан. Деген менен, бул областтык гезит, областтык администрацияга карайт эмеспи.

Редакциядагы жамааттын ичинде атмосфера начарлаган, өз ара топко бөлүнүү, ич ара араздашуулар, маанайдын төмөндүгү көнүмүш нерсеге айланган. Профессионалдык деградация жүз берген, гезит башкы редактордун эмес, төмөнкү деңгээлдеги кызматкердин деңгээлинде чыгып калган. Ал эми областтык бийлик мындай терс көрүнүштөн чарчагандан кийин гезиттин жетекчилигин алмаштырууга аргасыз болгон.

Гезиттин сырткы дүйнө менен алакасын жаңы форматка келтирүү үчүн жаңыча дипломатия пайдаланылды. Бизди «чакыргандарды» четке кактык, «таклип» кылгандарга көңүл бурдук. Оройлорду ордуна койдук, маданияттууларды алкадык. Контентти, жазуу ыкмаларын, маанайды кескин өзгөртүп, сыңдоо жагына ык койдук. Биздин тууганыбыз, досубуз, таанышыбыз жок дедик, биздин кызыкчылыктарыбыз, максаттарыбыз, принциптерибиз гана бар. Жаман көрүнүүдөн коркподук, тескерисинче позициялык согуштун тереңдешин, андан жеңип чыгууну гана ойлодук.

Мен гезитте жетекчилердин отчеттук материалдарын акысыз басып чыгарууну токтотууну сунуш кылдым, ал колдоого алынды. Эмне үчүн гезит башка ар кайсы структуралардын ведомстволук кызыкчылыктарына кызмат кылышы керек? Алар элге жакшы көрүнүү үчүн гезитте өздөрүнүн материалдарын бериши керек, а биз окурмандарга жаман көрүнүп, ал окумсуз материалдарды гезитке чыгарышыбыз керекпи? Бул адилетсиздикти жоюуну чечтик. Албетте, буга карата нааразылыктар болду, мурдагы башкы редактор жакшы эле дешти, а биз жаманбыз дедик да, өз ишибизди уланта бердик.





Пиар материалдарды көбөйтөлү дедик, ансыз бизге эч канчалык каражат келип түшпөйт. Эгер кайсы бир ишканалар же жетекчилер өздөрүнүн элге жасаган ишин көрсөткүсү келсе, анда макул, жакшылап материал жасап, чыгарып берели, бирок алар келишимдик негизде бизге акы төлөп беришсин. Андай болбойт экен, башыбызды оорутушпасын.

Эң негизгиси, биринчи, экинчи, үчүнчү бетти областтагы социалдык-экономикалык маалыматтарга калтырып, сегиз беттин калган беш бетин сатабыз деп чечтик. Ошондо бизге ар бир гезит саны 20-25 миң сом киреше алып келиши керек. Эгер андай болбосо, гезитти чыгарбай койгон дурус, бөөдө чыгым гезиттин акыбалын начарлатат деген ишенимде болдук.

Анан ошол жылы жайкы «өлүк» сезондо да эс албай иштей берели деген чечимге келдик. Жайында гезиттер бир айлык эс алууга кетишет, гезит окуган киши калбайт дешет. Бирок, биздин гезитке жазылган окурмандарыбыз бар, биз аларды тейлешибиз керек. Анан калса, биз жайкы мезгилде жогорку жана орто окуу жайларынын кулактандыруулары менен рекламаларынан пайдаланып, көбүрөөк акча табууга кызыкдар элек. Башка да долбоорлорду пайдаланып, каражат топтоонун артынан түштүк.

Бекеринен аракет кылбаган экенбиз, жайкысын кыйла каражат топтоп алдык. Жалал-Абад эмес, Оштогу окуу жайларынын да кыйла капчыгын какканга үлгүрдүк. Башка да долбоорлорду түзүп, өнөктөр менен иштеп, каржы абалыбызды акырындык менен бекемдей баштадык. Күзүндө кылган аракеттин үзүрү көрүнө баштады, биз басмакана акысын улам гезит чыгарда төлөбөй, бир ай мурда төлөгөнгө жарап калдык. Бирок, ошол эле кезде үнөмчүлдүк саясатын колдон чыгарган жокпуз. Эгерде банктык эсепте эркин турган кайсы бир өлчөмдөгү каражат болбосо, башкы редактор же менеджер түнкүсүн уктабай эле койгону оң.

Ошентип, жыл аягына чейин катуу аракет кылдык да, кийинки жылга банктык эсепте эркин 67 миң сом акчабыз калды. Эгерде жаңы жыл майрамын майрамдоого, кызматкерлерге сыйлык ак-



---

чаларды бергенге кеткен каражаттарды үнөмдөсөк, анда эркин акчабыз кыйла көп болмок. Деген менен, 67 миң сом акча 8 беттик гезитти бир ай бою чыгарганга басмаканага акысына жетет.

Ошол жылы кантип иштедик, канча каражат жыйнай алдык деп, өзүбүздөн өзүбүз отчет алып көрдүк. Көрсө, жыл аягына чейин менеджменттин эсебинен 455 миң сом каражат тапкан экенбиз. Бул негизинен экинчи жарым жылдыкта табылган акча. Ал эми 2007-жылдын жыйынтыгы менен редакция 285 миң сом гана каражат тапкан экен. Биз дээрлик эки эсеге көбөйттүк.

Албетте, алгачкы жетишкендикке кубандык, бирок биз алдыга көп максаттарды койдук. Ошол кезде Бишкектеги «Масасалык маалымат каражаттарын колдоо» коомдук фондусу уюштурган Экинчи Улуттук гезит Сыйлыгынын «Аймак-2008» номинациясы боюна биздин гезит жеңүүчү деп табылып, бизге жеңүүчүнүн статуеткасын тапшырышты. Биздин гезит Кыргызстанда биринчи болуп мамлекеттик гезиттердин жана аймактык гезиттердин ичинен ушундай жеңишке жетишти. Биз үчүн өтө кубанычтуу болду, областтык администрациядан, окурмандарыбыздан кутуктоолорду кабыл алдык.

Ошентип, кийинки 2009-жыл келди, эми кантип иштейбиз, эмнелерди жасайбыз? Муну биз өткөн жылдын күзүндө эле ойлонуп койгонбуз. Биз жыл ичинде аткара турган иштерди жакшылап пландап, аны ырааттуу ишке ашыруу менен гезитти жаңы бийиктикке жеткирүүнү ылайык көрдүк. Себеби, дайыма өсүп олтуруу керек, дайыма умтулуп жүрүү керек. Бул биз үчүн аксиома.

Күзүндө гезиттин менеджмент стратегиясын түзүү зарылдыгы турган, ал бизге эртең гезитти кайсы каражатка чыгарабыз, коммуналдык чыгымдарды кайсы каражат менен жабабыз, гезитти андан ары кайсы акча менен өнүктүрөбүз, гезиттин нускасын кантип көбөйтөбүз, мунун баары үчүн эмнелерди жасайбыз? - деген суроолорго жооп бериши керек эле.

Жамаатты чогултуп алып, жалпылап баш катырдык. Коммер-



циялык бөлүмдүн менеджерине кулактандыруу, реклама жана башкалардан каражаттар келип түшүүсүн алдын ала эсептеп, стратегиялык планга кошо деп тапшырма бергем. Ал байкуш банктарды гана эптеп-септеп эсептеп келиптир. Көрсө, жыл ичинде банктардан 260 миң сом каражат алса болот экен. Бул орточо эсеп менен. Аны үчүн керектүү долбоорлорду беришибиз керек, эгер банктар кызыкпаса, анда бизге акча коротушпайт.

Мен «Аймактар» рубрикасын сунуш кылдым. Кызык жери, буга чейин гезиттерде менеджмент деген нерсени билишпеген, аны пайдаланышпаган. Ошону үчүн кала берсе рубрикалар аркылуу көптөгөн каражаттардын келип түшүүсү тууралуу ойлонушпаган. Бүгүнкү күн өттү, эми эртең эмне болгонун көрө жатарбыз – деген көнүмүш түркөйлүк менен жашап келишкен.

Мен ушул рубрика менен кыйла каражат түшүрүп алса болорлугун далилдедим. Мисалы, бул рубрика областтын район-шаарларына арналат, бир кварталда бир жолу ар бир район-шаарларды эки беттен даярдап, андагы жүрүп жаткан иштер, жашоо тууралуу кеңири чагылдырабыз. Албетте, келишимдик негизде: ар бир жолкусунда район-шаарлардын жетекчилиги 10 миң сомдон төлөп беришет. Областта 12 район-шаар бар, бир жылда төрт квартал бар. Квартал сайын район-шаарлардан 120 миң сом түшсө, жыл ичинде 480 миң сом болот. Демек, дээрлик беш жүз миң сом, демек жарым миллион сом. Жарым миллион сомду бир рубрика менен эле тапса болот.

Дагы бир «Жетекчинин трибунасы» деген рубриканы сунуш кылдым. Дээрлик бардык жетекчилер өзүнүн элге жасаган «албан» иштерин жайылткысы келет, элге башкачараак көрүнгүсү келет. Демек, ушул рубрика алардын кызыкчылыгына туура келет да, редакциянын капчыгына каражат келип түшүүсү мүмкүн. Рубрика боюнча материалдар бир беттен кетет, интервью же макала түрүндө. Жетекчинин портрети, резюмеси менен. Бир бет бизде 5 миң сомго бааланат. Эгерде ар ай сайын ушундай «трибундар» эч болбогондо экиден кетип турса (гезит аптасына бир



жолу чыгат), анда айына 10 миң сом, жылына 120 миң сом каражат келет.

Мен дагы «Таржымал» рубрикасын сунуш кылдым. Совет доорунда колхоз-совхоздордо, башка да ишканаларда, мекемелерде не бир мыкты кишилер иштешкен. Жогорку сыйлыктарга жетишишкен, эл ичинде улуу аброй топтоп, мартабага тунушкан. Анан кийин бизге эгемендүүлүк келди да, элдин баары капитализмдин капчыгын толтура албай убара болушуп, баякы мартабалуу кишилер унутулуп кетти. Алардын көбү о дүйнө кетишкен, азыраагы калышкан. Кептин баары, алардын балдары азыркы капиталисттердин катарын толукташып, жашоонун кожоюндарына айланышты.

Биз ошол «жашоонун кожоюндарына» алардын аталарын, энелерин эскерип, мыкты материал берип коюуну сунуштайбыз. Албетте, мындай нерсе азыркы рынок доорунда акысыз болбойт, келишимдик негизде. Ошондо да жогорудагыдай эле жылына 120 миң сом келип түшүүсү күтүлөт.

Мындай бир нече рубрикалар сунуш кылынды. Андан сырткары, студенттик тема, жаштар темасы, аялдар темасы боюнча да атайын мини долбоорлор сунушталып, алар да кыйла каражат алып келерлиги дайын болду. Биз башка да каражат булактарын таптык. Мисалы, акысыз кулактандырууларды берип, бирок кардарларга гезит сатып алууну сунуш кылабыз. Мисалы, бизде мурда болуп көрбөгөн «Работа», «Услуги», «Разное», «Недвижимость», «Купли-прожада», «Гостиница», «Требуется» жана башка акысыз кулактандырууларды берүү пландалып, эгерде кардар бир жолку кулактандыруу берсе, бир гезит сатып алсын, кайталаса, дагы да сатып алсын деген норма иштеп чыктык. Ошондо гезит сатуудан акырындык менен каражаттар келип түшө баштайт.

Баарын анализдеп, планга киргизип, эсептеп чыккан соң карасак, жыл ичинде орточо эсепте 2 миллион 700 миң сом каражат тапса болот экен. Өткөн жылы биз 455 миң сом гана таппадык беле? Өсүү аябагандай чоң болот, ага жараша мээнет кылуу ке-



рек. Бир гана нерсени чечип алуу керек болду. Эгерде гезит мурдагыдай 8 беттен чыга берсе, анда 2,7 миллион сомду табуу мүмкүн болбой калат, гезит сөзсүз түрдө 16 беттен чыгышы керек. Пиар материалдар, рубрикалар, кулактандыруу жана рекламалар гезитке батпай калат, демек киреше келбей калат.

Ал эми 16 беттен чыгаруу кызматкерлердин эки эселеп иштөөсүн талап кылат. Демек, эмгек акы да эки эсе көбөйүшү керек. Эмгек акыны бюджеттен мамлекет көтөрөт, а мен атайын эсептен кошумча түшкөн каражат эсебинен кошумчалай алам. Ары-бери сүйлөшүп, мен атайын эсептен кызматкерлерге колдоо көрсөтмөк болдум, кызматкерлер стратегиялык планды ишке ашырууга макул болушту. Ошентип, эмгек жамаатында бир максатка биригүү, бир пландын үстүнөн иштөө, жоопкерчилик жана тилектештик пайда болду. Себеби, баары ийгиликтин мүмкүн экенин, анын акыбети, үзүрү дайын экенин билип турушту.

Биз гезиттин нускасын көбөйтүү жагынан көп иштедик. Мурда анын нускасы 2 миңге жетип-жетпеген санда болчу, жыл аягына чейин биз аны 3 миңден 4 миңге чейин жеткирдик. Кийинки 2009-жылы дагы да арттыруу үчүн мен губернатордун атынан район-шаарлардын жана областтык мекеме-ишканалардын жетекчилерине «Акыйкат» гезитине ыктыярдуу жазылууну уюштурууга көмөк көрсөтүү боюнча кат жазып, анын колун койдуруп, областтык администрациянын аппараты аркылуу таркаттырып жибердим.

Андан сырткары, жазылууну жакшы уюштуруу максатында район-шаарлардагы почта бөлүмдөрү, мекеме-ишканалар менен тикелей иштештик. Областагы ири мекеме-ишканалар менен келишимдик негизде жазылууну уюштуруп, гезитти өзүбүз жеткирип берүүнү колго алдык. Айрым почта бөлүмдөрү менен гезитти сатып-өткөрүү жагынан келишимдерди түздүк. Ошондой эле, айрым бир келишимдерде биз кардарлардан акча эмес, гезит сатып алуу жагын сунуштадык. Гезитке жазылуу жыл бою тынымсыз жүргүзүлүп турду. Ошондой чаралар өзүнүн жемишин



бербей койгон жок, гезиттин нускасы улам өсүп жүрүп отурду. Жалпы 2009-жылдын жыйынтыгында ар бир гезиттин орточо нускасы 6,5 миңди түздү. Мурда гезиттин орточо нускасы мынчалыкка жеткен эмес.

Бизде коммерциялык иштерди жакшы уюштуруу үчүн, албетте, комиссиядук төлөмдөр тууралуу жобо кабыл алганбыз. Мисалы, эгерде кызматкер гезиттин пайдасына кайсы бир өлчөмдөгү акылуу материал таап келсе, ага 30 пайыздык комиссиядук төлөм берилет. Бул норма гезит кызматкерлерине гана эмес, гезит менен кызматташкан башка жарандарга да таркатылган. Ошону үчүн бизге сырттан акылуу материалдарды көтөрүп келгендер арбыды. Кала берсе, гезиттин айдоочусу да акылуу материал көтөрүп келгенге кызыкдар болуп калды. Жылдын аягында эсептеп көрсөк, айрым кызматкерлер эмгек акыдан сырткары жыл ичинде комиссиядук төлөмдөн эле 80 миң сомго чейин пайда табышыптыр. Айрым жалкоолор 20-25 миң сомдон гана киреше табышкан.

Биз өз кезегинде айрым бир капчыктуу фирмаларга өзүбүздүн долбоорлорду сунуш кылып жаттык. Мисалы, Жалал-Абад шаарындагы «Салы-Ата» фирмасы ийгиликтүү ишканалардан болуп саналат. Биз аларга төмөнкү сунушту койдук: силер областта бизнести өнүктүрүп, экономикага, калктын жумуштуулугуна, социалдык өсүүлөргө салым кошуп жатасыздар; көптөгөн соопчулук иштерди жасап келесиңер, мамлекеттик ишканаларга көп жардам берип, балдар үчүн спорт комплекстерин, башка да объекттерди курдуңар; биз гезитте «Бийлик - бизнеске, бизнес – элге» деген рубрикада силердин фирманын жасаган иштерин сериялык материалдарда чагылдыралы, а силер төлөп бергиле.

Фирмадагылар буга макул болушту жана биз алардын иши тууралуу материалдар сериясын берип турдук, алар төлөп турушту. Ушинтип, бир эле фирмадан жакшы долбоор менен 50-60 миң сомдук киреше тапса болот. Мисалы, Жалал-Абад шаар мэриясы менен болгон келишим аркылуу эле бир жолку 40 миң сомдук киреше тапканбыз. Мындай мисалдар көп.



Барган сайын биздин өнөктөрүбүз көбөйүп, айрым учурларда алардын талабы боюнча материал жайгаштырууга 16 беттик гезиттен орун табылбай калып жатты. Мурда акылуу материал жок болсо, эми орун табылбай кыйнады. Мунун баары биздин материалдарды мыктылап, сапаттуу иштегенибиз, гезитке кооз жайгаштырганыбыз, гезиттин нускасынын улам өсүп бараткандыгы, окурмандар чөйрөсүндө гезиттин кадырынын өсүшү аркылуу келди. Кийин 2009-жылы ноябрь айында болуп өткөн журналисттердин майрамдык салтанатында, областтык мамлекеттик администрациянын чоң жыйындар залында областтагы жыйырмадай ишканага анын жетекчилери аркылуу гезиттин Ардак Грамоталарын тапшырдык. Алар биз менен өнөктөштүк байланыштарды жакшы өнүктүргөндүгү жана кийинки байланыштарды чыңдоого даярлыгы үчүн сыйланышты.

Мындай ийгиликти башкы редактор башын ташка урса да жалгыз өзү жасай албайт. Биз редакцияда ишке жөндөмдүү, ынтымактуу, тилектештүү, умтулган, аракетчил эмгек жамаатын түздүк. Ишканада биз бир туугандардай болдук, бири-бирибизди колдодук, бири-бирибизди алдабадык, баары туура, так жана чынчыл болду. Бирибиз билбегенди бирибиз үйрөттүк, талаштартыштарды тууганча чечтик, жакшы иштерге чогуу кубандык.

Мына ушундай аракет, умтулуу өзүнүн жемишин бербей койгон жок. Жыл аягына чейин 2 миллион 336 миң сомдук киреше таптык. Албетте, биз 2,7 миллион сомдон да ашырып жиберет болчубуз, бирок бизге Маданият жана маалымат министрлиги тоскоолдук кылып койду. Анткени, биз топтогон атайын каражаттарды жыл башында министрлик бекиткен, каржы министрлиги кабыл алган смета боюнча эле иштетет экенбиз. А биз 2,7 миллион сомдук сметаны бекиттире албай бир квартал убара болдук. Аны алып барсак, эмнеге силердики башкалардыкынан көп? – дешет. Анан муну силер аткара албайсыңар дешет. Иши кылып бюрократиялык ыкмага салып, бизди кыйнашты. Акыры министрге кайрылып жатып, аны бекиттирдик. Бирок, бир квар-



тал кечигип калдык, бир квартал гезит 8 беттен чыгып туруп калды, киреше да ошого жараша болду. А эгер жыл башынан эле смета бекитилгенде, биз кирешени 3 миллионго жеткирмекпиз. Деген менен, мындай киреше гезиттин тарыхында болгон эмес, ага биздин менеджмент боюнча алдын ала түзгөн стратегиябыз, аны ырааттуу ишке ашыра алганыбыз себеп болду.

Ошентип, 2009-жылдын жыйынтыгы чыгарылды. Улуттук Гезит Сыйлыгынын «Аймак-2009» номинациясы боюнча лауреаттыкты кайра эле биздин гезит жеңип алды. Көп жамааттар эңсеп жетпей жүргөн статүэтканы кайра эле биз колго алдык. Катары менен эки жыл бою өлкөдөгү эң мыкты аймактык гезит болуу – кандай кубанычтуу, кандай барктуу, бирок ал көптөгөн эмгек, аракет менен келди. Баса ошол жылы республикадагы башы көрүнгөн «Кыргыз туусу» гезити биринчи жолу кайсы бир номинация боюнча статүэтканы алды. А биздики экинчиси эмеспи.

Албетте, биздин ийгилик ошону менен эле чектелип калган жок. Баарыдан мурун биз элдин гезитке кызыгуусун туудуруп, коомдо басма сөз чынында эле төртүнчү бийлик экенин ырастай алдык. Бизди тоотуп, биз менен ымала жасашып, биз менен өнөктөш болуп иштегенге аракет кылышты. Биз тууралуу жакшы пикирлер арбыды, кала берсе алыскы айылдардан карапайым окурмандар да кат жазып, бизди алкашты. Башка аймактардын гезиттеринен биздин тажрыйбага кызыгышып, аны үйрөнгүлөрү келишкенин жашырышкан жок. А биз тажрыйбаны ким менен болсо да бөлүшө ала турганыбызды билдиргенбиз, бизде жашыруун сыр жок, баары мээнеттен.

Кийинки 2010-жылда да биз 2009-жылдын ийгилигин кайталоо аракетин баштадык. Гезит 16 беттен чыга берди, баякысындай эле менеджмент жана маркетинг иши өр тарта баштады, нуска 4,5-5 миңдин чегинде, жамааттын маанайы жакшы. Бирок, апрель айындагы кандуу мамлекеттик төңкөрүш биздин дембизди суутуп, аракетинибизге кедерги болду. Биз экономикалык жактан төмөндөө болоорун божомолдоп, гезитти дароо 8 беттен





чыгара баштадык. Себеби, каражаттарды үнөмдөө керек эле. Биздин бул аракетин биз өзүн актады, жылдын аягына чейин гезитте каражат каатчылыгы болгон жок. Деген менен, жарым жылда биз 2010-жылдагыдай кандуу оор жылда деле 900 миң сом каражат жыйнаганга үлгүрдүк. Ошондой оор кырдаалда мекеме-ишканалар жабылып, иштебей калышкан, а биз гезиттин чыгышын эч бир үзгүлтүккө учуратпай иштедик. Жамааттын эмгек маанайы жакшы эле.

Ошол оор күндөрү чет өлкөлүк журналисттер көбүнесе биздин редакцияга байыр алып жүрүштү. Ал жерде интернеттен пайдаланып, кабинеттерде отуруп иштешип, бизден маалыматтарды алышып, пикирлешип, бизге жакын болушту. Биз да аларга колдон келген жардамдарыбызды аябадык. Кийин кайтаарында алар биз менен эң жакын адамдар менен коштошуп жаткандай толкунданууларын жашырышкан жок. Айрым менин чет элдик эски досторум да келишип, менин жашоом жана ишим менен таанышып кетишти. Азырга чейин алар эстен кетпейт.

Айтмакчы, гезиттин мурда бир эскилиги жеткен, арткы бутун сүйрөгөн «Волгасы» бар эле. Аны биз областтык телерадиокомпанияга акысыз эле белек кылдык. Өзүбүз абалы жакшы, дээрлик жаңы ВАЗ-2106 маркасындагы унаа алып алдык. Редакция мурда эскилиги жеткен тар тамда турар эле, кийин шаардын дал ортосундагы абалы жакшы кенен-чонон тамга көчүп кирдик. Мындан башка да майда-барат ийгиликтер көп болду, алардын баарын бирден санап отуруунун кажети жок.

Бир аймактык гезиттин менеджментиндеги ийгилик тарыхы ушундай. Дайыма ийгилик үчүн, бийиктик үчүн аракет кылуу керек. Дайыма профессионалдык чокуларды багындыруу үчүн аракет кылуу керек. Дайыма башкаларга өрнөк, үлгү болууга умтулуу керек. Мына ушундай аракетин бар журналист сөз жок ийгиликтерге жетишет жана бийиктерге чыгат.

Тилекке каршы, ушундай ийгилик жараткан эмгек жамаатына дагы бир жолу ийгилик жаратуу насип этпеди. Сентябрь айынан



---

баштап мени башка жумушка которуп ийишти, эмгек жамааты кийинки жетекчи менен конфликтке барып, таркатылды, гезитте башка жамаат түзүлдү. «Акыйкат» гезити 2010-жылдын жыйынтыгы менен өлкөдөгү мыкты аймактык гезит боло албады. Бул атакты Ош шаарынын Тургунбай Алдакулов жетектеген «Ош шамы» гезити алып кетти. Демек, ал жерде ийгиликтин жөндүү себептери бар.



---

• ПУБЛИКАЦИЯЛАР •

**Ж. БУШ. «НЬЮ-ЙОРК ТАЙМС». ЖУРНАЛИСТИКА  
ДЕГЕЛЕ КЫРГЫЗСТАНДА  
ЖУРНАЛИСТИКА ДЕГЕН НЕРСЕ БАРБЫ?**

Вашингтондо бир кызык окуя жүз берди. Ушул жылдын 26-апрель күнү АКШнын президенти Жорж Буш өзү бийлик жүргүзүп жаткан мезгилдеги акыркы жолу Акүйдүн кабарчылар ассоциациясынын расмий кабыл алуусуна катышты. Бул уюм өзү 1914-жылы түзүлүп, журналисттерге арналган чай ичүү салты 1920-жылдан бери болуп келатканын айтышат ал жактыктар.

Бул «чаепитиеге» бери болгондо 2 миң 700 конок келип, журналисттерден башка да Акүй кожоюндары, таанымал инсандар катышкан. Американын не бир менменсинген журналисттери, массалык маалымат каражаттарынын ар кайсы өкүлдөрү жыйналган бул жерге бир гана «Нью-Йорк таймс» гезитинин өкүлдөрү келүүдөн баш тартып, келаткан салтты бузуп коюшту. Ушунча журналисттер жамааты келген жерге алар неге келбей коюшканын билесизби?

Көрсө, аталган атактуу гезиттин жетекчилиги (албетте жамааттын колдоосу менен да) Акүй кабарчылар ассоциациясынын расмий кабыл алууларына мындан ары катышпоо тууралуу чечим кабыл алган экен. Себеби, ал жерде президент жана АКШнын администрациясынын башка да мартабалуу кызматкерлери болушат, ошону үчүн.

«Нью-Йорк таймс» гезитинин басма сөз катчысы Дайан Макналти айымдын айтымында, мындай иш-чаралар журналисттерге карата элдин ишенимин кетирип коёт, себеби журналисттер менен маалымат булактарынын ортосундагы достук мамилелер элге объективдүү, жантартпаган, чынчыл маалыматтардын таркатылып жатышына элдин күмөн саноосун туудурат. Ошентип, аталган гезиттин журналисттери Буштун сыйынан, бир чөөгүн



---

чайынан элдин ишенимин бийик коюшту да, атайылап «ак карга» болуу менен астыга сунулган байдын тоочун ары жылдырып коюшту.

«Нью-Йорк таймстын» журналисттери мурдатан эле ушундай позицияны карманып келишкен экен. Өткөн жылдын апрелинде гезиттин белгилүү саясий баяндамачысы Фрэнк Рич «Вся президентская пресса» деп аталган макаласында биринчи болуп ушул маселени көтөргөн. Анын пикирине караганда, мындай Акүй өкүлдөрү менен шилекей алышкан шоу-ишчаралар эч бир журналисттик этикага туура келбейт, себеби анда журналисттер «пропагандалык трюктун статисттери» катары гана катышышат. Бул америкалык прессанын өлкө администрациясынын алдындагы жүгүнүүсүнөн башка эч нерсе эмес.

«Нью-Йорк таймс» гезитинин журналисттери өздөрүн чыныгы журналист экендиктерин көргөзүштү. Деген менен, чыныгы журналистика гана, чыныгы журналист гана бийликтин же башка жактардын жугундусунан алыс тура алат, пропагандага бир карыш да жакындабастан, журналистиканын чыныгы эл аралык стандарттарын карманат. Чыныгы журналистика дайыма эл, коом тарабында гана болот. Болбосо, миллиондогон америкалык салык төлөөчүлөрдүн акчасына Акүй чоң салтанат өткөрүп, ал жерде Акүй кожоюндары пропаганда, жеке пиар менен шугулданышса, журналисттер аларга шериктеш, табакташ болуп, Акүй кожоюндарына кооз декорация болуп бергени эмнеси. Бул эмне деген маскарачылык да!

«Нью-Йорк таймс» гезитиндегилер окурмандары алдындагы өз абийирлерин таза кармоого аракет кылышты, Акүй дасторконундагы ар түркүн икралардан, не бир сан жеткис даамдардан, Акүй кожоюндарынын көңүл буруусунан баш тартышты. Бул азыркы журналистикадагы эрдикке тете иш.

Эми ошол Вашингтондогу окуянын фонунда Кыргызстандагы журналистикага, журналисттерге көз чаптырып көрөлүчү. Эгерде эл аралык стандарттар боюнча алып карай турган бол-



сок, Кыргызстанда массалык маалымат каражаттары бар, бирок журналистика жок, редакциялардын кызматкерлери бар, бирок журналисттер жок деген жыйынтыкка келе турган акыбал өкүм сүрүүдө.

Жыл сайын облустун жетекчилери «байкуш» журналисттерге чай беришет, сыйлык бөлүштүрүшөт. Жолукканда же телефон аркылуу тигиндей сыйлык алгансыңбы, деп сурашат. Алган болсоң – беришпейт, ала элек болсоң - беришет. Алганың же ала электигиң - башкы критерий. Сенин татыктуулугуң, жасаган эмгегиң, жеңип чыкканың эмес.

Журналисттер жабалактап ар кимге барышат: мени да сыйлыкка жазып койгула, мага да бирдеме тийип калсын, дешет. Мындай сыйлык берүүлөр тээ коммунисттик маалдан бери эле кала жатса да форматы менен мазмуну өзгөрбөдү, себеби уюштуруучулары өзгөрө элек. А бирок журналисттер ал кезде өздөрүн намыстуу кармашчу, сыйлыкка жутунушчу эмес, татыктууларын гана тандап сыйлык беришчү.

Ошентип, жыл сайын 7-ноябрда бийликтин тоочун эңсеп, журналисттер жамыраган бойдон аларга барышат. Облус жетекчилери шоу өткөрүшүп, болор-болбос сыйлык беримиш болуп, жеке пиарга туйтунушат, журналисттер болсо ошол жетекчиге канча метр жакын аралыкта турганына сүйүнүшүп, өздөрүнүн намысын, татыктуулугун, баркын дал ошол нерсе менен өлчөшөт. Байкуш журналисттер!

Илгери коммунизм убагында (анда 5-май эле) райондук жетекчилер (облусту мындай кой) райондук активди бүт жыйнап, аларга шатырата кол чаптырып, журналисттердин баркын, даңкын көтөрүп ташташчу эле. Азыр үркөрдөй журналисттер тобун чакырышып, жетекчилер өздөрү гана сүйлөшүп коюшат. Анан бир аз «чий боорсок» чачып коюшса, аларга ошол чоң мартаба болуп калды.

Биз 2005-жылдын мартынан кийин Кыргызстандагы журналистикада кандайдыр бир цивилдүү тарапка, коомдук кызыкчы-



лыкка карай жылыш болор бекен деп тилек кылганбыз, бирок андай болбоду. Баякы жапайылык, баякы пастык, баякы күнкордук, малайлык жана кулпенделик улам барган сайын тереңдеп баратат. Кыргызстандагы бардык массалык маалымат каражаттары (чет элдиктерден башкасы дейли) бийликтегилер, байлар, саясатчылар, саясий партиялар, бизнесмендер жана да башкалар тарабынан бөлүнүп-бөлүнүп, алардын башкаруусунда, менчинде калды.

Дээрлик бардык массалык маалымат каражаттары жалпы коомдун, ушул мамлекетти төлөгөн салыгы, аткарган жумушу менен кармап турган элдин кызыкчылыгын эмес, дал ошол өзүн каратып алгандардын кызыкчылыктарын гана тейлеп жатышат. Демек, бардык жерде чыныгы журналистика эмес, жалаң пропаганда менен алпурушуп жатабыз. Токоч принциби этикалык принциптерди, абийирди капкачан эле тебелеп салган. Журналисттер жумушка жөнөрдө абийирлерин үйүнө калтырып, бапестеп, чаң жугузбай, көзгө урунтпай сактап коюшкан, бирок практикада анын кызматынан көп эле пайдалана беришпейт.

Азыр телевизорду карасаңыз эле жалаң пиарды көрөсүз. Жаңылыктардан ишембиликтин өтүп жатканын көрсөтүшөт да, ал жөнүндө комментарийди сөзсүз шаардын мэри Данияр Үсөнов берет. Эмне, кожоюндардан башка эл ишембилекке чыккан жокпу? Чоңдордун көчөт сайганы биздеги эң эле коомдук маанилүү нерсе болуп калдыбы? Эмне деген вожизм?

Жер айдалып жатат, эгин себилип жатат, дыйкандар иштеп жатат. Эң маанилүүсү: ошонун фонунда район акими комментарий берип жатат. Же шаар мэри бүгүн базарды кыдырды, тартипке салабыз деди. Журналисттер истерикага түшүп, микрофонун, диктофонун көтөрүп, чуркап жүрүшөт. Эмне, базардын тартипсиз экенин шаар мэри айтканга чейин журналисттер көргөн жок беле? Көрүшкөн. Бирок, анын кимге кереги бар? А бирок шаар мэри, же район акими аларга керек.

Эмне үчүн ишембиликтеги карапайым шаар тургуну коммен-



тарий берсе болбойт? Эмне үчүн карапайым дыйкан, же тиешелүү адис комментарий берсе болбойт? Сөзсүз жетекчиби? Бирок, журналисттерге дал ошол жетекчи гана керек.

Кыргызстанда биз эркинбиз деп төш каккан массалык маалымат каражаттары да аз эмес. Бирок, ага көңүл буруп карасаң эле саясий ушактардан, шимшүүлөрдөн баштары чыкпайт. Мадумаров тигинти, Текебаев минтти, Чудинов жеп кетти, Аликбек деп кеттиден башка нерсе жок. Калыбы, эң маанилүү нерсе алардын көз карашынан алганда ушул нерселер окшойт. Мунун баары пропаганда гана да.

Деген менен, элге башка маалыматтар керек. Массалык маалымат каражаттары өткөн айда инфляция мынчага жетти, ички дүң продукция мынча болду, деп айгай салышат. Бирок, ал маалыматтын маңызын чагып, инфляциянын бир пайызы карапайым бир кишинин турмушуна канчалык таасир көргөзүшү тууралуу эч көрсөтүшпөйт. Аны ойго да алыша элек. Конкретика жок. Мына ушул карапайым букарага көбүрөөк керек болмок. Эгер ушуну жакшы түшүнүп алышса, жарандар айланада болуп жаткан нерселерге башкачараак карашмак, кайдигерлик азаймак. Ошондо гана журналистика коомго, элге кызмат кыла баштамак. Бирок, андай болбойт жатат.

Азыр аймактарда чыгып жаткан гезиттерди колго алып көрүңүзчү, жергиликтүү журналисттердин өздөрү да ал гезиттерден жипкирип турушат. Окуй турган эч нерсеси жок. Кала берсе, ошол гезитти чыгарган журналисттердин өзүнө да жакпайт. Анда неге элдин акчасын коротуп, эмгек сарптап аны чыгарып жатабыз деген акыл-эстүү киши табылбай турат. Эми телевидениени айтпай эле ак коёлу. Алар эчак акимдер менен мэрлердин эрмегине айланган. Эптеп гезит чыгарып койгонду, эптеп эфирге чыкканды журналистика деп жатабыз.

Жакында Бишкекте журналисттердин көз карандысыз профсоюздарынын лидери Азамат Калман уюштурган семинар болуп, журналисттердин арасындагы тилектештиктин жоктугу көпчү-



---

лүктүн башын оорутту. Анын себептери, андан чыгуунун жолдо-ру тууралуу кеп болду.

Деген менен, тилектештик чыныгы журналисттердин, чыныгы журналистиканын баалуулуктарын таканчыктаган кесипкөйлөрдүн ортосунда гана болушу мүмкүн. Бирок, массалык маалымат каражаттарынын кызматкерлеринин арасында андай тилектештик болбойт. Анан да тилектештик эркиндиктин шар-тында гана көрүнө алат, демек журналисттер да эркин болушу керек. Бирок, азыр журналисттерди эркин болууга чакыра да, мажбурлай да албайсың. Алар көнгөн капастан чыккысы кел-бейт, себеби ачка калышат, деген менен үлкөн ырыскы - чыныгы журналисттердин гана олжосу. Айланада жалаң гана гиеналар жүрүшкөнсүйт, алар даяр олжону сүйүшөт эмеспи.

Канчалаган журналисттер зордук-зомбулук көрүп жатышат, бирок үн чыгарган, үн чыкса ага үн кошкон, мындай терс кө-рүнүштөрдү болтурбоо аракеттерине кошулган журналисттер болбой жатат. Баары кайдигер. Бирөөсүнө жырткыч кол салса, калгандары үрпөйө карап тура берген айбандарда гана болушу керек эле. Бирок, мындай сапат, позиция акыл-эстүү журналист-тер арасына кайдан кирип келген? Биз журналисттердин ташка тамга баскандай так жарандык позициясынын, принциптеринин жоктугунан көп нерсе уттуруп жатабыз.

Ырас, Кыргызстанда чыныгы журналисттер да бар, тилекке каршы алар өтө аз. Клондоо технологиясы бизге жетип келип, аларды көбөйтүп алгычакты заман өзгөрүп кетет. Ошондуктан да бир гана жол калды – жогорку окуу жайларынын конвейери-нен дембе-дем чыгып жаткан жарым фабрикаттарды чыныгы журналистикага кайрадан окутуу-тарбиялоо ишин колго албаса болбой калды. Муну үчүн дайыма аракеттенген азыркы журна-листтиканын мектеби керек. Муну ошол азганакай журналист-тер, аларга жантарткандар жасашы керек. Алардын биримдиги керек.

«Нью-Йорк таймс» гезитинин журналисттери салтка айланган





эски саркындыдан коомду арылтуу үчүн биринчи практикалык кадамды жасашты. Эми биз кантебиз? Пропагандадан журналистикага, малайлыктан эркиндикке кадам таштайбызбы?

*Жалил САПАРОВ,  
«Журналисттердин аймактык ассоциациясы»  
коомдук бирикмесинин башкармасынын төрагасы.  
Жалал-Абад шаары.*

*(«Journalist news» гезитинин 2008-жылдагы  
№9-санында жарыяланган.)*

\* \* \*

### **ЖАЛАЛ-АБАД ЧЫНЫГЫ ЖУРНАЛИСТИКАГА МУКТАЖ**

Тээ 2000-2005-жылдары Жалал-Абаддагы журналисттер чөйрөсүндө кызуу жашоо жана аракеттер дамамат байкалып турчу. Журналисттердин тилектештиги жана жеке аракети, алардын умтулуусу аймактан чет жактарга да кадимкисиндей сезилчү. Кала берсе, журналисттер менен бийликтердин олуттуу конфликттери да ошол Жалал-Абаддан чыгып, өлкөнүн гана эмес, чет өлкөлөрдүн да көңүлүн бурган. Азыркы кезде ошол көрүнүштөрдүн бири да байкалбайт. Буга себеп болгон факторлор бар.

Биринчи себеп, аймакта журналисттер арасында профессионалдуулук жагынан артка кетүү байкалды. Мурдагы «билеги жоон» профессионалдардын жаш курагы өзгөрүп, кыйла пассивдүү позицияны карманып калышты. Айрым жаш, бирок жетилип калган журналисттер жакшы жашоо жана келечек издеп Бишкекке дыр коюшту. Ал эми Жалал-Абад мамлекеттик университетти-



нен тарбияланып чыккан жаш журналисттердин жардамы менен итке таш ыргытуу өтө чоң проблема. Аларды дагы кыйла убакыт тарбиялап, журналистикага үйрөтүп, анан гана убайын көрүү керек.

Экинчи себеп, аймакта «жугунду» журналистиканын өркүндөп кетиши. Эртели-кеч токоч жегиси келген, профессионалдуулук жетишпеген себептүү ачка калуу коркунучунан улам бурчка кептелген журналисттер чиновниктердин жана акчасы барлардын этегин кармап оокат кыла башташты. Орустар айткандай, аймакта журналистика эмес, “пиаразм” өкүм сүрүп, журналистикадагы этиканы ийгиликтүү сүрүп таштады.

Үчүнчү себеп, ошол биринчи жана экинчи себептен улам коомдун жергиликтүү журналисттерге карата өзгөчө мамилесинин пайда болушу. Коом, биринчи кезекте коомдун төрүнөн орун алгандар журналисттерге керектөөчүлүк позициясынан мамиле жасап калышты. Муну «ат үстүнөн мамиле жасады» дешет. Профессинал эмес дилетанттарды дайыма коом башкаргандар бузулган формада пайдаланып келишкен. Азыр ошол процесс жүрүп жатат.

Ошентип, азыр аймакта журналистиканын «демократиянын короочу дөбөтү» миссиясы калып кетти, эми ал коомду ар кандай бузукулуктардан, терс көрүнүштөр менен тенденциялардан, балит саясатчылар менен циник чиновниктерден сактабай, тескерисинче, өзү ошол терс багыттарга сатылды. Күрөшүүчү күжүрмөн, таза, принципалдуу, объективдүү, тең салмактуу журналистика дээрлик калган жок.

Мына, Жалал-Абад аймагында кайсы массалык маалымат каражаттарынын иштеп жатканына гана назар салып көрөлүчү. Бул жактагылар көч башы деп эсептеген облустук телерадиокомпания, облустук бийликтин кыргыз жана өзбек тилдүү эки гезити, эки педагогикалык жана бир мектеп балдарынын гезити чыгып келет. Айрым шаарлар менен райондордо жергиликтүү гезиттер анда-санда чыгып калат. Бир жарнамалык гезит бар.

Эгер быйыл пайда болуп калган «Канал D» («7-канал») те-



леканалын эске албаганда, облустун аймагында бир дагы көз карандысыз коомдук-саясий жалпыга маалымдоо каражаты көрүнбөйт. Мурда чыгып турчу, бирок коомдук проблемалардын себептерине тайманбай тиш сала албаган орусча-кыргызча «Взгляд» гезити өткөн парламенттик шайлоодон кийин жалп өчтү. Мурда өзбек элинин арасында популярдуу болуп келген, ырас, Кадыржан Батыровдун камчысын чапкан «Дийдор» гезити өткөн жылдын май айынан чыгышын токтотту. Азыр коомдук плюрализмди бир гана жеке менчик «7-канал» телеканалы камсыз кылып турат. Бирок, бул өтө аз.

Коомдук коллизияларды элдин алдына көтөрүп чыга алган, анын себептерин иликтеген, терс тенденцияларга каршы коомдук пикирди мобилизациялап, эл аралык стандарттын эч болбо-со кызыл ашыгындай деңгээлде коомдук пикир таркатып турган жалпыга маалымдоо каражаты болбой жатат. Деген менен, өлкөнүн түштүгүндө биринчи жолу дал ушул Жалал-Абадда көз карандысыз коомдук-саясий «Позиция» гезити пайда болгон. Кийин «Фергана» гезити чыгып, коомдук пикирде тең салмак кармалып турган. Бир нече эркин телекомпаниялар иштеген. Ал эркиндиктин эйфория заманы артта калды.

Дагы бир көйгөй, маалыматтын калк арасына биз каалагандай кеңири таркалбай жатышы. Облустук «Акыйкат» гезитинин нускасы 2-2,5 миңге араң жетет, ал эми «Жололбод тонги» гезитинин нускасы 2 миң чекти араң багындырат. Миллиондон ашуун калкы бар аймакка бул нуска, албетте, жетишсиз. Бийликтер канчалык аракет кылышпасын, бул басма сөз каражаттарына жазылуунун көлөмүн андан ашыра уюштурууга деги мүмкүн эмес. Гезиттин мазмуну буга жол бербейт.

Ал эми облустук телерадиокомпаниянын эфирдик камтуусу облуста араң 10 пайызга барат. Же башкача айтканда, миллион сандуу калктын жүз миңдейи гана аны көрө алат. Кептин баары, толкун таратуучу жабдыктын чабалдыгында жана жетишсиздигинде. Ушул максатта облустук бийликтер жогорку органдарга



жана Ош, Жалал-Абад шаарларын калыбына келтирүү жана өнүктүрүү боюнча мамлекеттик дирекцияга тажабай кайрылышты. Натыйжада, аталган дирекция 8 миллион сомдун тегерегинде каражат бөлүп, толкун таратуучу жабдык маселесин чечип берүүгө убада кылды.

Эми толкун таратуучу жабдыкты койгон соң максатыбызга жетебизби же дагы эле Өзбекстандын телеканалдары үстөмдүк кылып тура береби, азырынча белгисиз. Себеби, Союз мезгилинде Москвадагы биринчи телеканалдын продукциясын Орто-Азияга кенен жеткирүү үчүн эң күчтүү толкун таратуучу жабдыктарды Өзбекстандын Кыргызстанга чектеш ыңгайлуу аймактарына жайгаштырышкан. Эгер Кыргызстандын бийликтери бийлик менен байлыктан башка нерселерге да кызыгып, калкка өкмөттүк маалыматты жеткирүүнү колго алгысы келсе, бул маселелерди тезинен чечүү керек.

Түштүк аймагынын дагы бир көйгөйү – түстүү ыкмада басып чыгаруучу заманбап басмакананын жоктугу. Азыркы кезде аймактын өзүн сыйлаган бардык басылмалары Бишкектен, негизинен «ЖМКларды колдоо борбору» коомдук фондусунун басмаканасынан басылып чыгарылат. Мында, биринчиден, басылмалар ыкчамдык жагынан утулушууда. Мисалы, жалалабаддык гезиттер жума күнү гезиттин электрондук түрүн жөнөтүшөт да, жекшемби күнү даяр гезитти алышат, дүйшөмбү күнү таркатышат. Аны почта кызматы эки-үч күн көтөрүп жүрүп, облус аймагына таркатат.

Экинчи жагынан, басылмалар материалдык жактан утулушат, себеби Бишкектен гезитти унаа менен ташып келүүгө каражат кетет. Ансыз да быйыл басмакана тейлөө акысын көтөрүп, басылмалардын жүгү оорлоду.

Эгер түстүү ыкмада басуучу басмакана болсо, журналистика тармагында кыйла өсүү болмок. Биринчиден, гезиттердин ыкчам таралуусу; экинчиден, материалдык аз чыгым; үчүнчүдөн, басылма продукцияларынын сан жагынан өсүшү камсыз кылын-



мак. Башкача айтканда, түстүү басмакана түштүк аймакта дагы бир катар жаңы басылмалардын пайда болушуна жана мурда чыкпай турган басылмалардын кайра чыгышына, жарнама рыногунун өсүшүнө түрткү болмок.

Мындай басмакананын өзү да бир топ кирешелүү тармакка айланмак. Мисалы, 16 беттен чыгуучу апталык басылманын өзү эле басмаканага айына 100 миң сом киреше берет. Ал эми түштүк аймагында басылмалар саны аз эмес, кала берсе Бишкектен чыгуучу гезиттердин түштүккө таратуучу нускасын ал жерден басууга болот. Ошентип, гезиттердин өзүнөн эле кыйла киреше түшмөк. Ансыз да башка басылма продукцияларын басуу колго алынары турган кеп.

Калыбы, бул маселе алыскы-жакынкы мезгилдерде чечилип калышы ыктымал. Себеби, облус губернатору Бектур Асанов 3-май күнү Басма сөз эркиндигинин бүткүл дүйнөлүк күнүнө байланышкан журналисттер менен жолугушууда облуста түстүү ыкмада басуучу басмакана курула турганын, айрым ишкер чөйрөлөр бул багытта активдүү аракет жасап жатканын билдирген. Бизге жеткен маалыматтар боюнча, башка да ишкерлер Европанын ишкер чөйрөлөрү менен бул тууралуу сүйлөшүүлөрдү жүргүзүп жатышат.

Ошентип, азыркы кезде Жалал-Абад облусунда идеалдык түшүнүк менен алганда жалпыга маалымдоо каражаттары бар, бирок журналистика деген нерсе жок десек болот. Жалпыга маалымдоо каражаттарынын кызматкерлери бар да, журналисттер жок. Ушундай абал түзүлдү. Эми мындан кантип чыгып кетүүгө болот? Канткенде журналисттер чөйрөсүнүн кесиптик деңгээлин өстүрөбүз?

Мурда, 2004-жылы Жалал-Абадда ЖМКларды ресурсттук колдоо борбору түзүлгөн болчу. Журналистика, анын чөйрөсү өнүккөн. Кийин ал «Жалал-Абад аймактык журналистика борбору» болуп кайра түзүлдү. Алдыга жакшы максаттар коюлду, бирок аны башкаргандар ишти алдыга жылдыра албай, эки жылдан



бери иштебей туруп калды. Эгер ал журналисттер арасында дайыма иштеп турганда азыркыдай абал болмок эмес.

Бүгүнкү күнү ошол борборду иштетүү колго алынууда. Анын иштей турган орду табылды, эски болсо да жабдуулар орнотулду, алдыга максаттар коюлду. Борбордун аткаруучу директору болуп Координациялык кеңеш тарабынан журналист Данияр Эргешов дайындалды. Ал көптөгөн долбоорлор менен иштеген тележурналист. Азыркы күндө айрым эл аралык уюмдар, Оштогу айрым медиа-уюмдар жардам колун созуп, борбордун ишинин өрдөп кетишине кызыкдар болушууда.

Журналистика борбору негизинен жаш журналисттерди маалымат таркатуунун эл аралык стандарттарына жана кесиптик этикага тарбиялоону биринчи кезектеги милдет катары эсептеп жатат. Жаш журналисттерге кесиптик чеберчилик сабактарын уюштуруу көздө тутулууда. Буюрса, жыл аягына чейин жаш журналисттердин кесиптик деңгээлинде позитивдүү өзгөрүүлөр болот.

Коомду жакшыртуу жана аны алга жетелөө - журналистиканын жогорку вазийпасы. Аны үчүн журналисттер ар тараптуу алдыңкы, өнүккөн адамдардан болууга тийиш. Коомдун алдында жүрбөгөн, ага үлгү көрсөтүп, көзүн ача албаган журналистика – ал журналистика эмес. Бүгүнкү күндө болсо, журналистика коомдун артынан жете албай чуркап баратат. Бул абалды тезинен өзгөртүү керек.

*Жалил САПАРОВ,  
«Жалал-Абад аймактык журналистика борбору»  
коомдук бирикмесинин координациялык кеңешинин  
төрагасы.*

*(«Journalist news» гезитинин 2011-жылдагы 21-санында  
жарыяланган.)*



**КОЛДОНУЛГАН АДАБИЯТТАР:**

1. Валентин Ворошилов, «Журналистика», Издательство Михайлова, Санкт-Петербург, 2000 г.
2. Дэвид Рэндалл, «Универсалдуу журналист», Жалал-Абад, 2005-ж.
3. Дебора Поттер, «Көз карандысыз журналистика колдонмосу», АКШ Мамлекеттик департаменти, 2006-ж.
4. Евгения Борисова, «Методологическое руководство по написанию новостных статей по стандарту перевернутой пирамиды», Москва, 2004 г.
5. Евгения Борисова, «Методологическое руководство по написанию новостных статей по стандарту перевернутой пирамиды», Наманган, 2004 г.

**Мындан тышкары:**

- а) Россия Федерациясынын Журналисттер союзу тарабынан чыгарылуучу «Журналист» журналынын 2009-2010-жылдардагы сандарынын айрым контенттик материалдары;
- б) Интернеттеги On-line окутуу боюнча материалдар;
- в) Ломоносов атындагы Москва мамлекеттик университетинин журналистика факультетинин;
- г) Жусуп Баласагын атындагы Кыргыз улуттук университетинин журналистика факультетинин интернет-сайттарындагы материалдар;
- д) Journalist news гезитинин, [www.Journalist.kg](http://www.Journalist.kg) сайтындагы айрым материалдар пайдаланылды.



## МАЗМУНУ

Автордон .....	4
Маалымат жана анын ролу, журналистиканын мааниси .....	5
Журналистика кандай болот жана эмнеге умтулат?.....	8
Журналистиканын системасы .....	10
Басма сөз кайдан келип чыкты?.....	12
Журналист деген ким?.....	14
Журналистикадагы жанрлар .....	16
Материал кантип жазылат? .....	18
Журналисттин тексти үчүн зарыл болгон 14 суроо .....	25
Жаңылык заметкаларын кантип жазуу керек? .....	27
Жөнөкөй схема деген эмне? .....	27
ЛИД деген эмне? .....	28
Негизги окуя: эмнелерди жазуу керек? .....	29
Окуянын мааниси, баалуулугу .....	30
Окуянын уникалдуулугу .....	31
Окуянын таржымалы .....	32
Тактама материалдар .....	32
Аягы: эми эмне болот? .....	33
Экинчи бөлүк. Ал эмне? .....	34
Кошумча насааттар.....	35
Жаңылыктардын сапатынын бааланышынын таблицасы .....	40
Цитаталар .....	64
Биз гезитти кантип ийгиликке жеткирдик? .....	66
Публикациялар .....	82
Колдонулган адабияттар.....	94





Сапаров Жалил Жумабаевич

**ЖАҢЫЛЫК -  
ЖУРНАЛИСТИКАНЫН ӨЗӨГҮ**

*Редактору – Марат Токоев  
Корректор – Гүлүшман Сыдыкбекова  
Жасалгалоочу – Хуррам Газибоев*

*Нускасы 300 даана. Келишим баада*

---

Жалал-Абаддагы жеке басмаканада басылды.

