

ҚОЖА АХМЕТ ЯСАУИ атындағы ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАЗАҚ-ТҮРІК
УНИВЕРСИТЕТІ

Бекжігіт СЕРДӘЛІ

**«ПРАКТИКАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКА»
пәнін оқытудың әдістемесі**

ОҚУ-ӘДІСТЕМЕЛІК ҚҰРАЛ

ТҮРКІСТАН
2020

ББК 81.2 - 5
С 90

Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті Академиялық комитетінің кеңесі басып шығаруға ұсынды (№ 2 хаттама, 2020 жылдың 14 қазаны)

Пікір жазғандар:

филология ғылымдарының докторы, профессор Г. Сұлтанбаева;
филология ғылымдарының докторы, профессор М. Шындалиева;
филология ғылымдарының кандидаты, доцент С. Садықов

Сердәлі Б.

С 90 Практикалық журналистика: Оқу-әдістемелік құрал. – Түркістан, 2020. – 60 бет.

Практикалық журналистикадағы қолданбалы жанрлар журналиске ыңғайлы болу үшін, оған өзіне қажетті материалға сай келетін пішіндерді шыңдап алу үшін, оқырманға ыңғайлы материал таңдау үшін қажетті ақпарат түрін таңдау үні қажет. Сондықтан бұл курс практик-журналистердің тәжірибесіне сүйене отырып, пәнді оқыту әдістемесін ұсынады.

Әдістемелік құрал жоғары оқу орындарының оқытушыларына арналған.

ББК 81.2 - 5

© Сердәлі Б., 2020

1. ҚОЛДАНБАЛЫ ЖУРНАЛИСТИКАНЫҢ ЖАНРЛАРЫ

Журналистика жанрлары – журналистика туындыларының тұрақты формасы. Жанрдың керегі бар ма, онсыз да журналистика бола бермей ме? Мүмкін жанрлардың керегі жоқ та шығар. Ғалымдар арасында осындай пікір қайшылығы бар. Егер жанр болмаса, мақаланың авторы жазған әрбір туындысына жаңа түр ойлап табуына тура келеді, ал оқырман автордың мәтіндік ойын түсіну үшін сол форманың әдіс-тәсілдерін іздеп әуре болуы мүмкін. Мұндай түсініспеушілік тәжірибесі толыса қоймаған журналистер жұмыс істейтін аз тиражды газеттерде жиі кездеседі. Олардың жарияланымдарында шолу, сұхбат, репортаж, заметкалардың белгілері араласа жүреді. Газетке материал ұсынған журналистердің өзіне бәрі бір болғанымен, оқырман бұл жазбадан ештеңе ұқпағандарын ескертіп отырады. Дәл осындай қайшылық тудыратын оқиғалар туралы дәлелдер мен пікірлер өте көп, сондықтан мұнда оқиғаларды қайта қалпына келтіруге аз күш кетпейді.

Жанр журналистке ыңғайлы болу үшін, оған өзіне қажетті материалға сай келетін жанрды шыңдап алу үшін, оқырманға ыңғайлы материал таңдау үшін, өзіне қажетті ақпарат түрін таңдау үшін қажет. Егер бұл жаңалық хабар болса газеттің бас жағында беріледі, ал материалдың соңында сарапшылардың болжамдары мен тартушы екі жағының пікірі де біріледі.

Егер материал репортаж болса, журналист оқиғаның куәгері ретінде оқырмандармен бірге болады. Егер материал түсіндірме, шолу (комментарий) болса оқырманға жаңалық ұсынайды, белгілі оқиғаларға түсініктеме береді.

Әдебиеттанушы Виктор Шкловский жанрға төмендегідей анықтама берген: Жанр дегеніміз бекітілген әдет-ғұрып, әлемде көру тәртібінің этикеті, автор мен оқырман арасындағы айтылмаған келісім-шарт талдауға ұсынылған құбылыс қандай күйде орналасқандығы туралы келісім деген еді. Сондықтан әрбір жанр өмірден алынған материалдармен байланысып жатады. Сондықтан әрбір жанр белгілі бір ақпараттық мәселелерді шешуге бағытталады. (Цитата Л.Шибаяевдан алынған. Журналистика теориясы мен практикасының жанрлары // Ростовская электронная газета. 2000. 8 сентябрь) Ондай жанр тудыратын белгілер үшеу: нысан, әдіс-тәсіл және функция. Нысан дегеніміз нені бейнелеу керек деген сұрақтың жауабы болу керек. Ал функцияның жауабы қандай мақсатпен деген сұрақтың жауабы болып табылады. Мысалы жаңалықтың нысаны оқиға болып табылады., ал тәсіліне негізгі алты сұрақтың жауабы жатады. Ол туралы сәл кейінерек айтылады, ал функцияға оқиғаны шындық тұрғыдан баяндау жатады. Бұл жерде шындық, туралық деген сөз бір оқиға туралы жазатын екі адамның сол оқиға мен сұрақтар төңірегінде бірдей көзқараста болып, бірдей нәтижеге келуі болып табылады. Бір оқиға туралы жаңалық

жазған екі журналистің мақаласында болған оқиға мен басылымның бағытына, осы саладағы иерархияның айқындауында, осы саладағы дәрежесін қалыптастыруына ғана байланысты болады.

Журналистік жанрлардың жалпыға бірдей қабылданған жіктелуі (классификациясы) жоқ. Батыста жанрды «оқиғалы» және талдау (түсінік) деп екіге бөледі. Ал Ресей оқу құралдарында жанрды ақпараттық, сараптама және көркем жанр деп үшке бөледі.

Қолданбалы журналистикада баспасөздегі қазіргі тәжірибеге бағытталған бүкіл әлемдік газет ассоциациясының ақпараттық жобалар мен оны зерттеу ұйымының директоры Татьяна Репкованың классификациясы тура келеді (Репкова Т: Новое время как издавать профессиональную газету в демократическом обществе. М.ГИПП, 2001. С.133)

Жаңалық жанрының нысаны Кім? Не? Қайда? Қашан? Неліктен? Неге? Деген алты сұраққа жауап беретін оқиға, тәсіл болып табылса, ал функция оқиға туралы әр түрлі көлемдегі, нақты шыншыл турашыл әңгіме.

Рациональды публицистика жанрының нысаны жазып отырған оқиғаның басқа да оқиғалармен байланысы, оның себебі мен соңғы нәтижесі, ал тәсілі-логикалық талдау, атқаратын міндеті (функциясы) мәтінде белгілі оқиғаларды айтып беру болып табылады. Ал эмоционалды публицистиканың нысанына бірінші орында адам тұрады да оқиға екінші орынға ығыстырылады, ал тәсіліне адамдарды драмалық жағдайларда сипаттау кіреді, атқаратын қызметіне (функциясына) оқырмандардың бойында мақала кейіпкері бастан өткізген оқиғаға араласып, адамдардың бойында эмоциялық сезімді ояту қызметі тұрады.

Жанрлардың жіктелуі (классификациясы) журналистика адамдар туралы әңгімелеп беру, өйткені мәселені шешуші адамдар болып табылады, яғни оқиға болып жатқан процестің кейіпкерлері сол адамдар болып табылады – деген анықтамаға бағынады. [З.Дмитриев, А.Парадоксы Художественного образа. М,ИПК, 2002. С.56]. Егер оқиғаға құрылған жағдайға назар аударылса, адамдар мәселені шешуге ден қояды, міне бұл жаңалықты журналистика делінеді. Егер мәселеге назар аударылса, бұл рационалды журналистика болып саналады. Егер адамдар мәселесі бірінші кезекке қойылса, онда эмоционалды публицистика болады.

Сонымен қоршаған ортадағы шындық журналистика мәтініне түскенде, бірінші жоспарға назар аударылсын, мән берілуіне қарай әр түрлі тәсілмен беріледі екен. Міне, осы негізде журналистке осындай үш жанрдың біреуін таңдауына болады. Одан кейін мақала үшін нақты бір жанрды міндетті түрде таңдау қажет. Әр түрлі журналистика жайлы оқу құралдарында әр түрлі ондаған жанр түрлері атап көрсетілген. Сондықтан бұл кітапта қазіргі журналистика тәжірибесінде ең жиі

қолданылатын он екі жанр қарастырылады. Бұлар қысқа жаңлықтар, кеңейтілген жаңалыққа құрылған мақала, «құм сағаттар», ньюс-фиче, фиче, репортаж, ақпараттық сұхбат, электрондық сұхбат және тұлғамен сұхбат, шолу (комментарий), сараптама мақала және портрет. Бұдан басқа жанрлар аталған жанрдан шыққан жанрдың бірі болып табылады немесе осылардың араласқан (гибритті) түрі болып табылады. Мысалы, корреспонденция дегеніміз – жаңалықты бір түрі, сын-пікір мен оқырмандар хаты, шолудың (комментарийдің) түрінің бірі, ол көңіл айту (некролог), портреттің бір түрі болып табылады. Кеңестік журналистикада өте кең тараған очерк жанры бар болғаны портрет пен шолудың (комментарийдің) қосылуынан, араласуынан шыққан жанр ғана, неге десеңіз кешегі СССРО-деп аталатын кезең дәуір сүргенде сынға тиым салудың себебінен журналистер амалсыз тікелей талдау жасау мен шолу орнына нақты адамдар тағдырын амалсыз суреттерден болған жанр екенін айтуымыз керек. Жаңалық жанрына қысқа жаңалықтар кеңейтілген жаңалық мақалалары «Құм сағаттар», ақпараттық сұхбаттар жатады. Қысқа жаңалықтар маңызды оқиғадан басталып, өте маңызды оқиғамен аяқталатын жанр. Бұл композициялық схеманы «төңкерілген пирамида» деп атайды. Қысқа жаңалықтың көлемі 10-20 машинамен жазылған қатардан аспайды да жоғарыда айтқан кім?, не?, қайда? қашан?, неліктен?, не үшін? деген сияқты алты сұраққа жауап береді. Кеңейтілген жаңалықты мақала (хабар) төңкерілген пирамида схемасына құрылады, бірақ жаңалықтан басқа оқиға туралы толық әңгімелеп, қосымша ақпарат беруге негізделеді. Ол болған оқиғаны толық, кең түсінуге мүмкіндік беретін оқиғаға тікелей қатысты емес ақпаратқа да мән береді.

«Құм сағаттар» атты жанр да «төңкерілген пирамиданың» комбинациясының бір түрі, онда мәтіннің бас жағында өте маңызды мәселелер хабарланады да, одан кейінгі сөздер куәгерлердің куә болуы арқылы жалғасады да оқиға хронологиялық тәртіппен баяндалады. Ақпараттық сұхбат оқиғаға қатысушымен немесе куәгерлермен жүргізіледі, оның ішінде распенденттермен, жеке өмірін білушілермен емес, оқиғаға тікелей қатысқан адамдармен жүргізіледі. Жаңалық жанрының ерекшелігі журналистің ол жазылған оқиға туралы түсініктеме берілмеуінде, шолу жасалмағандығында деуге болады. Неге десеңіз журналист оқиғаға деген өз көзқарасы мен пікірін білдірмейді, тек қана ол оқиғаны толық немесе жартылай баяндауға талпыныс жасайды.

Рационалды публицистика жанрларының қатарына нью-фиче, талдау (комментарий), сараптама мақала, эксперттік сұхбат жатады. Соңғы жағдайда сөйлем өз саласында беделді, кәсіби деңгейді көрсетеді, журналист беделді, кәсіби мамандармен сұхбаттасады. Түсініктеме немесе талдау (комментарий) дегеніміз түсіндірмені, талдау арқылы берілетін кеңейтілген жаңалық болып табылады. Ал сараптамалық мақалада журналистің өз пікірін айтпай-ақ тезис және

қарама-қарсы тезис арқылы тақырыпты ашуы. Нью-фичеде журналист өзі көрген оқиғадан тыс көргендері де әңгімеленеді. Кейбір оқиғаларды мысалға келтіре отырып, журналист тренд көрсетеді, себебі оқиғаны одан басқа ешкім байқамағанына тоқталып, бұрын ешкім істемегеніне тоқталады. Сондақтан бұдан қоғамдық таным жүйесіндегі журналистиканың рөлін еске алуға болады. Себебі журналистер үнемі әлеуметтік шындықты танып-білудің алдыңғы қатарында жүріп әрекет етеді. Сондықтан олар жасаған түйіндемелер мент қортындылар жылдам өсіп-өнетін өнім сияқты оқиғадан кейін санаулы күндерден кейін жасалатындығымен, іске асатындығымен ерекшеленеді. Содан кейін бір апта немесе бір айдан соң олардың соңынан әлеуметтанушылар мен саясаттанушылар жүреді. Сонан соң бір жылдан соң философтар мен тарихшылар танымды қортындылайды. Газет пен журналдың болған оқиға туралы жазғандары уақыт өте келе ұзаққа бармайды, ал тарихшылар мен философтардың дәл болады да сол оқиғаны дәлелмен қортындылайды. Ескі газеттерді ашып қарасаңыз, елдің барлық жаңалықтарын: сайлауды, доллардың курсы, құс тұмауы сияқты мәселелер мен жаңалықтарды бірінші болып жариялағанын көреміз.

Жалпы алғанда журналистің болжамдары іске асып отырғанын көруімізге болады, сондықтан олардың болжамдарына сыни көзбен қарауды қою керек. Сол кезде журналист оқиғаны баяндалған кезде басқа қортындылар мен жобадар болмаған еді. Таза қателікке ұрынса да (журналист мәтінінің астарында жарнамалық-насихат жасырынып тұрса да) ол «кең тараған индукция», тезистің ауыстырылуы немесе «бәсекелестік мүйізі» болып шығады.

2. ЖАҢАЛЫҚ ҚАЛАЙ ЖАЗЫЛАДЫ

Жаңалық дәлел (факт), оқиғалы жаңалық, цитаталық жаңалық. Өзекшіліктің түрлері. Ұзаққа созылған оқиға жаңалығын ақпараттандыру. Көпнысанды жаңалық. Тікелей және жанама тілдегі Ньюсмейкерлік сөздерді беру.

Журналистикада жаңалықтың екі анықтамасы бар.

Жаңалық дегеніміз:

- Адамдық шешім қабылдауы үшін олардың өміріне қатысты ақпарат;
- Оқиғаның табиғи өрбуінен ауытқушылық.

Бірінші жағдайдағы жаңалыққа жаңа қабылданған заңдар мен президенттің халыққа жолдауы жатады.

Екіншісіне барлық төтенше жағдайлар мен күлкілі оқиғалар жатады. Мұндай жағдайларға мынандай мәтел жатады: «Егер ит адамда қапса, бұл жаңалыққа жатпайды, егер адам итті қапса, бұл жаңалық болып саналады». Басылымға таңдалатын жаңалық екі түрлі белгісіне қарап таңдалады, біріншісі оқиғаның маңыздылығы, ал екіншісі сол материалдағы оқырманның қызығушылығы. Оқиғаның мәні оның

ауқымдылығы мен есептеледі (атқарылатын істердің мөлшері, шараға қатысушылардың саны, апатты жағдайдың құрбандарының саны т.б.), немесе елдің барлығына зардап әкелген жағдайлар немесе белгілі бір топқа келген зардап т.б. Мысалы бір кең тараған газеттің оқиғалар бөлімінде мынандай ереже бар, ол мынау, егер апатты жағдайдан бір-екі-ақ адам қайтыс болса, ол жазуға тұрмайды, жазудың қажеті жоқ деген қағида. Егер қайтыс болғандар саны бесеуден асса, ол жазуға тұрарлық оқиға. Оқиғаның нәтижесінің екі түрі бар, біріншісі – тікелей оқиға, оған әйелдерге қосымша жәрдемақы беру туралы Конституциялық соттық шешімдері, декретке шығатын әйелдерге берілетін төлемақы, балаларға берілетін жәрдемақылар т.б. Ал жанама оқиғаларға бағаның өсуі, пәтер ақының т.б. коммуналдық төлемақылардың өсуі т.б. адамға жанама әсер ететін маңызды жағдайлар. Ондай кез-келген жаңалықтардың маңызы зор, себебі адамдар өміріне әсер ететін маңызды оқиғаларға жатады.

Егер оқиға оқырманға жақын болған сайын оқырмандардың қызығушылығын тудырады, оған маңызды оқиғаларға қатысу, оқиғаның адамдық аспектілерін жатады.

Жақындық географиялық және психологиялық болады. Психологиялық жақындық оқиға қай жерде болса да оқырмандардың қабылдауына қарай «өзіміздікі» болып кетуі. Мысалы, Ресей азаматтары әлемнің қай елінде болғанына қарамай, ресейлік кепілдікке алынғандар туралы жаңалық елең еткізеді, ол осы кезде әлемнің басқа елдерінде кепілдікке алынған азаматтар туралы жаңалық ондай назар аудартапайды. Ал егер шахтада болған апат туралы хабар барлық аймақтағы, тіпті басқа аймақтардағы шахтерлардың да назарын өзіне аударады. Ал шынды бағындыру кезінде қайтыс болған альпенистер туралы хабар осы экстремалды спорт түрімен айналысатын спортшылардың барлығының назарын өзіне аударады.

Белгілі, атақты оқиғаларға қатысу автоматты түрде оның мәртебесін көтереді, тіпті қатардағы оқиға да беделді басылым арқылы сондай дәрежеге көтерілуі мүмкін. Мысалы, Мәскеуде автомобиль ұрлағандығы туралы жаңалық онда күнде ондаған автомобиль ұрлығы болатындықтан жаңалық емес, жаңалыққа жатпайды. Бірақ егер атақты артистің автомобилі ұрланса міндетті түрде жаңалық ретінде газетке шығады, тіпті теледидардан да көрсетіледі, немесе бала асырап алу, балалар үйінен бала асырап алу қарапайым оқиғаға жатады, ал егер белгілі саясаткер немесе спортшы бала асырап алса, жариялауға тұрарлық жаңалыққа айналады.

Адам деген ұғымның оқиғасы өзіндік ерекшелігімен айқындалады да оған махаббат иірімдері, бастан кешіргендері, қайғы-қасіреттері – қорыта айтқанда, адамға тән оқиғалардың бәрі кіреді. Ол туралы жаңалықтар «төңкерілген пирамида» схемасымен жазылады. Бұл схема оқиғаның хронологиясын бұзумен ерекшеленеді, оқиғаның басы неден басталғанын, сол басталған кездегі маңызды элементтер емес, істің

мәніне назар аударып, соған ғана басымдық береді. Содан кейін ғана ең маңызды ақпарат орналастырылады да ең соңында мәтінді өте маңызды, редакциялағанда мәтінге онша қатысы жоқ, алып тастауға болатын материалмен аяқталады. Сол себепті де «төңкерілген пирамиданы» тарихқа қарама-қарсы «қарама-қарсы тарих» деп атайды. Мысалы, А.С.Пушкиннің «Балықшы мен балық» туралы ертегісі тарихтың көрінісі сияқты. Көк теңіздің жағасында өмір сүрген кемпір мен шалдан басталып, бұзылған шайланың қасында отырған кемпірдің өмірімен аяқталады. Егер осы ертегі «төңкерілген пирамида» схемасы бойынша жазылған болса, ол шамамен былай басталған болар еді. «Кемпірдің алтын балық есебінен баюға жасалған әрекеті сәтсіз шықты. Көптеген сыйлық, байлық, жаңа үй алып, ақсүйек пен ханша болған кемпір өзінің ақылға сыймайтын сараңдығы мен бәрін билеуге ұмтылуы бәрінен айырып, қираған лашыққа қайта оралуға алып келеді» I-тарауда айтылғандай жаңалық журналистикасы адамдар өз мәселесін қалай шешкісі келсе, оқиғаны да солай баяндап шешеді.

Жаңалықты жазу да алты сұраққа жауап беруге негізделеді, олар: кім?, не?, қайда?, қашан?, неліктен?, қалай? деген сұрақтар. Кей кезде бұл сұрақтарды Бұл не өзі?, Болса бола берсін?, Кімге пайдалы, тиімді?, Не болады?, деген сұрақтармен толықтыра түсуге болады, бірақ бәрібір сол бұрынғы кіс не істеді?, қай кезде?, қандай жолмен, неліктен деген сұрақтар қалады. Жаңалық хабарларда бұдан басқа міндетті түрде ақпарат көзіне сілтеме беріледі және Біз қалай білеміз? деген сұраққа жауап беріледі.

Жоғарыда айтылғандай жаңалық хабарлар екіге бөлінеді, олар қысқа және кеңейтілген жаңалықтар. Қысқа жаңалық хабарлар 10-20 қатардан тұрады да, жоғарыдағы негізгі алты сұраққа жауап береді. Кеңейтілген жаңалық мақалалар ядродан, детальдан және бэкграуннан тұрады.

Ядро мақаланың басында болады да оқиға туралы негізгі ақпаратты ұстап тұрады. Бұл алты сұрақтың барлығының жауабы болуы мүмкін, оның кейбіріне төмендегендей қосымша сұрақтардың да жауабы қосылуы мүмкін, ол қосымша сұрақтар мыналар: «Ал не болды?», мұндай жағдайда жаңалықты қабылдау, түсіну қиын болады. Мысалы ғылыми жаңалықтар мен парламент қабылдаған жаңа заңдар туралы емес, олардың біздің өмірімізді өзгертуге қосатын үлесін баяндаудан бастаған дұрыс.

Жаңалық бөлшектері оқиға туралы, оның жағдайы туралы түгел баяндау керек. Мысалы түйінінде (ядросында) авиа апат туралы баяндалса, ал оның бөлімдерінде, ұшу қалай өтті, ал олқылықтар қашан және қалай білінді, ұшқыштар ұшақты құтқару үшін қандай әрекет жасады, жердегі қызмет көрсету орындары қандай әрекет істеді деген сияқты мәселелер қамтылады. Егер түйіндеме (ядро) бөлімінде саясат жөніндегі баяндама айтылса, ал оның бөлімдерінде баяндама цитаттары және тыңдаушылардың әсері, қабылдауы баяндалады.

Бэкграунд дегеніміз оқиғаға байланысты жоқ қосымша ақпарат, бірақ материалдағы оқиғаны терең түсінуге мүмкіндік беретін ақпарат. Әдетте бэкграунд дегеніміз аналогиялық оқиғалар мен статистикалық мәлімет берілетін хабарлар болып келеді. Мысалы авиапат туралы жазылған бэкграундта осы үлгідегі ұшақтың апатқа жиі ұшырайтыны, оның үстіне белгілі бір аймақта апатқа жиі ұшырайтыны, сонан соң апатқа қаза болғандардың отбасыларына берілетін төлемдер туралы ақпарат беріледі де авиаторлық компаниялар қауіпсіздікті арттыру үшін қандай нақтылы шаралар атқарып жатқандығы туралы мәлімет беріледі.

Түйіндеме (ядро) барлық уақытта кеңейтілген жаңалық мақаланың бас жағында беріледі.

Ал бөлшектер мен бэкграундтың орындары тіркелмеген. Сондықтан оларды мақаланың кез-келген жерлеріне орналастыруға болады. Оның кең тараған екі схемасының үлгісі бар, олар:

1) Бөлшектер мен бэкграундтың кезектесіп берілуі, оның ішінде анықтайтын ақпараттар мен қосымша ақпараттар бірінен соң бірі кезектесіп келіп отыратын схема;

2) Түйіндемеден соң бірінен кейін бірі келіп отыратын бөлшектер (детальдар), ал ең соңынан арнайы мәтінімен бэкграунд орналастырылады.

3. «ҚАЛЫПТЫ» ЖАҢАЛЫҚ. ФИЧЕ. НЬЮС-ФИЧЕ ЖӘНЕ ТАЛДАМАЛЫ МАҚАЛА

«Төңкерілген пирамиданың» сипаттамасы XIX ғасырда ойлап табылған. Бұл сипаттама сол кездегі жаңалық тарату мүмкіндігіне сай болды. Себебі телефонмен алынған байланыс кез-келген уақытта үзіліп кететін болғандықтан ең маңызды жаңалықты айтып үлгеру негізделген еді. Бұдан да басқа өткен ғасырдың 90 жылдарына дейін мәтінді қолдан теретін еді. Сондықтан газет материалының бір бөлігі газет көлеміне сыймай қалса, сол сыймай қалған бірнеше сөйлемді немесе азат жолды мағынасын жойып алмай қысқарту керек еді.

Бірақ қазіргі кезде телефон байланысы сенімді болды. Ал теру компьютерлік технологиямен атқарылатын болды. Хабарды беру кезінде оның бір бөлігін жойып алу мәселесі жойылды. Теру бағдарламасы өз кезегінде бетті жедел толтыруға мүмкіндік береді. Суреттерді қысқартып, кішірейтіп беруге мүмкіндік берді. Қатараралық жолдардың арасын құбылтуға, түрін өзгертуге жағдай туғызды, межелеген алаңға кішірейту, өзгерту жолымен сыйыстыруға мүмкіндік тудырды. Одан бөлек электронды БАҚ пайда болды. Алдымен радио, содан кейін теледидар, сонан соң ғаламтор (интернет) пайда болды. Міне, осылар жаңалық туралы ақпарат беру қызметін өз мойнына алды. Қазір әлемде бір жаңалық бола алдымен радиодан, теледидардан, компьютерден біледі,

бұрынғыдай тек баспасөзден ғана ақпараттан байды. Егер журналистке хабарды бірінші хабарлау керек болса, ерінбей электронды БАҚ-ты пайдалануға тура келеді. Бірақ күнделікті шығатын газеттер бір күн бұрынғы жаңалық хабарларын, ал апталықтар бір апта бұрынғы жаңалықты беруді дағдыға айналдырды.

Сондықтан «төңкерілген» пирамиданың классикалық үлгісі оқырмандарды қанағаттандыра бермейтін болды. Себебі, бұл схема бойынша мақаланың басында ең маңызды оқиғалар берілетін. Бірақ оқырмандарға ең маңыздысы бұл жаңалықтар электронды БАҚ-тан белгілі болып қойғандығында. Онда оқырмандарға бұл жаңалықтарды газет-журналдардан оқудың қажеті қанша, оның үстіне электронды БАҚ тегін, ал газет-журнал ақылы, оған ақы төлеу керек болады. Бірақ баспа БАҚ-тың журналистері бұл олқылықтардан шыға білді. Өйткені баспасөз электронды БАҚ-та айтылмай қалып кеткен оқиғаны егжей-тегжейлі үйлестіруге көңіл бөле бастады. Сөйтіп, ол оқиғаның соңы неге алып барды деген мәселелерге толық талдау жасап, электронды БАҚ талдауға үлгермей қалдырып кеткен мәселелерге кең түрде талдау жасауға назар аудара бастады. Бірақ тағы бір мәселе туындады. Себебі «төңкерілген пирамидада» бас жағында берілген оқиға туралы материалды оқыған соң, әрі қарай мақаланы оқудың қажеті жоқ болып қалды. Бұл іскер баспасөз үшін зиянды бола қойған жоқ, себебі қолы бос емес адамдар үшін газет-журналдың бәрін ақтарып жатқанынан 15-20 минутта оқиғамен хабардар болған тиімді болды. Егер баспасөзді қолы бос кезде оқығанда «төңкерілген пирамида» оқуға деген қызығушылықты төмендетіп жібереді. Себебі мақаладағы шиеленісті білуге мүмкіндік бермейді. Тереңдетіп оқығанда ғана мақаланы түгел біліп, өзі қызыққан қосымша ақпаратты алуға болады. Енді не болар екен?- деген сұраққа «төңкерілген пирамиданың» табиғаты тура келмейді.

Нәтижесінде, XX ғасырдың ортасында баспа өз оқырмандарынан айрыла бастады. Себебі адамдардың көпшілігі жаңалықтарды электронды БАҚ-тан білетін болды, ал оқуға газет-журналдарды емес, тарих туралы суреті бар, байланысы бар, мазмұнды, оқиғалы, шиеленісті (кульминация) шешімі бар кітаптарды ала бастады. Енді өз оқырмандарын қайтарып алу үшін газет-журналдар да тарихы тақырыпқа бара бастады. Қазіргі кезеңге дейін ойлап табылған төрт схема болды. Бұл схемалар жаңалықты баяндау жолымен беріп отыруға негізделген. Бұл «шиеленіскен жаңалық», «құм сағаттар», жұмсақ жаңалық және фиче.

«Жанданған, қызу оқиғаларға құрылған» жаңалықтар, мысалдар, дәлелдер арқылы беріліп, оқиғаны көрнекті етіп береді. Бұл мақаланы жазғанда журналист тек қана әңгімелеп, баяндап қана қоймайды. Оқиғаны көзге елестетеді, көрсетеді, ал оқырман болса тек қана абстрактілі ақпарат алып, қоймай нақты тарихтың дамуын да бақылауға мүмкіндік алады. Мысалы, жаңалық ойлап табушының көмегімен

ашылған Орталық туралы жаңалықта бұлар жаңалықты ашпағандығы, ол бұрын ойлап табылған жаңалық екендігі, бұлар ойлап таптық деген жаңалықтың адамзат тарихында көзілдірекке салынатын сынбайтын әйнектің бұрын ойлап табылғандығы, бірақ көп жыл еңбектенген жаңалығына әлдеқашан басқа біреулерге патент беріліп қойғандығы баяндалған.

Немесе автосалондағы алаяқтықты баяндайтын жаңалықты алайық, мұнда жаңалықтың жаңа тәсілі баяндалады. Мұнда автосалондағылармашина алушы клиентті жылдамдатып, қол қойдыруға көндіреді де келісімшартта бағаны көтеріп, өсіріп көрсетіп адамды алдайды. Міне «жанданған» жаңалықты осыларға ұқсас материалдарды қамтиды. Егер жазатын мұндай оқиғалар кездеспесе, журналист пен редактор мұндай оқиғаны ойлап табады. Бұл аталған жағдайда үлкен айып болып саналмайды. Себебі «жанданған» жаңалықты нақты адамның тағдыры туралы жазылмайды. Мысалы, жоғарыда айтылған өнертапқыш туралы мақаладағыдай немесе алданған машина сатып алушы да болған оқиғадан оқырмандарды сақтандырады. Жаңалықты қызғылықты етіп жандандыру үшін репортаждың суреттемені де қолдануға болады. Мысалы, екі елдің шекарасындағы адамның өте көп кезекте тұратынын суреттеу арқылы шекарадан жеделдетіп өтудің келісімшартының қажеттілігін тұспалдап көрсетуге болады.

Бірақ репортаж жоғарыдағы келтірілген оқиғалар сияқты екінші кезектегі мәселе. Себебі, бұл оқиғалар тек қана жаңалықты көрнекі етіп, бейнелеу үшін деталь ретінде қызмет атқару үшін баяндалған. Себебі аталған шекарадан өту пунктіндегі жағдай басқа өту пункттерінде басқаша болу да мүмкін. Журналист өткізу пунктіне басқа күні де келе алады. Себебі ол күні тіпті басқа адамдармен әңгімелесе алады. Себебі оның мақсаты шекарадағы адамдар мен машиналардың нөпірі емес, келісімшартқа қол қойдыру болып табылады. Оқиғаны жандандыратын элемент әдетте жаңалық мақаланың екі жерінде қолданылады. Біріншісі – мақаланың басында, екіншісі бірінші немесе екінші азат жолда немесе соңғы азат жолда айтылады.

«Құмсағаттың» схемасын оңай түсінуге болады, ол мына суреттегідей үш бұрыштың төбесін қосу арқылы көрсетіледі.

Жоғарыдағы үшбұрыш «төңкерілген пирамиданың» алдыңғы тарауында сипатталған сурет, себебі онда менің өте маңызды оқиғадан одан маңызы аздау оқиғаға жалғасқан. Ал төменгі үшбұрыш оқиғаның қалай болғандығының баяндалуын көрсетеді. Құм сағаттың схемасы төтенше жағдайлар туралы мақалаға сай келеді. Мақала оқиғаны қысқаша баяндап беруден басталады. Өйткені мұндай тәсіл асығыс оқырмандарға арналады. Содан кейін барып, кезек куәгерлердің сөздеріне ауысады да оқиға былай өрбиді: одан кейін болған оқиға хронологиялық тәсілмен баяндалады, демек оқырмандарға тек қана оқиғаны біліп қана қоймай, оқиғаның қалай болғандығы туралы да білуге

мүмкіндік береді. Мысалы «Балықшы мен алтын балық» туралы ертегі Құм сағат үлгісімен (схемасымен) айтылады да төмендегідей көз алдымызға келеді: Алтын балықтың көмегімен байығысы келетін кемпірдің әрекеті сәтсіз аяқталады. Кең сарай үйге ие болады, ақсүйек атанып, патшайым болады. Бірақ ол өзінің тойымсыз, қанағатсыз әрекеті арқылы, барлығынан айрылып, қаусап қалған бәз баяғы күркесінің жанында отырады. Куәгерлердің баяндауы бойынша бәрі мынадан басталады. Көк теңіздің жағасындағы кішкене лашық үйде отыз үш жылдан бері шал мен кемпір тұрып жатады. Шал балық аулап, кемпір тоқыма жасап күн көреді. Бірде ол көк теңізге қармағын тастаса... Осы жерде «құм сағаттың» үстіңгі жағы екі-үш қысқа азат жолдан тұрса, төменгі жағы бірнеше бетті алады. Егер осы «құм сағаттың» жоғары жағын алып тастап тек қана төменгі жағын қалдырсақ «жұмсақ» жаңалық болады. Себебі хронологиялық жолмен «ым, ишара» арқылы берілетін жаңалыққа қарама-қарсы болып шығады да негізгі, маңызды оқиғаны баяндаудан басталып, ең маңызды жерін баяндаумен аяқталған болар еді.

Жұмсақ жаңалықтың схемасын, анық ақиқат, күлкілі оқиғаларды баяндауға қолданады. Ал оқиға процесі, оқиға қалай болса, сол қалпында баяндалуымен ерекшеленеді.

Мысалы мысық туралы жаңалықты алайық. Ол ағаш басындағы құстарды көріп, аулауға ағаш басына шығады. Бірақ құстар ұшып, ұстатпай кетеді, бірақ, мысық жерге түсе алмай, егесі құтқарушыларды шақырады. Бұл жаңалықта мысықтың құстарды қалай көргенінен бастау керек еді, сонан соң ол ағашқа қалай шыққанын, қалай құстарға жақындағанын, құстардың қалай ұшып кеткенін, мысықтың түсуге әрекет жасағанын, бірақ түсе алмағанын, сонан соң қорқып, мияулап жібергенін, тәптіштеп баяндау керек еді.

4. РЕПОРТАЖ

Репортаж дегеніміз-оқырманға оқиғаның ортасында болғандай әсер қалдыратын мүмкіндік беретін басы-қасында болып, көзімен көргеннің әңгімесі. Репортаждың басты ерекшелігі – қатынасуы ерекшелігі яғни оқырман журналист сияқты көзімен көргендей, естігендей болып, оқиғаны қабылдауы шарт. Репортажды оқиғаны білу үшін ғана оқымайды, оқиғаны бастан кешкендей, арасында болғандай әсер алу үшін оқиды. Сондықтан репортаж жаңалық жанрына жатпайды, эмоциональды публицистика жанрына жатады. Әрбір журналист оқиғаны өзінше қабылдайды және өзінше айтып шығады, баяндайды. Сондықтан репортаж өзінің ерекшелігі бойынша объективті бола бермейді. Бір оқиға туралы жазылған әр түрлі журналистің репортажы бірдей болып көрінеді. Бірақ шын мәнінде дәл бір оқиға туралы жазылған репортаждардың ешбір ортақтығы, ұқсастығы болмайды.

Міне, осыған байланысты репортаждың әділдігі мен шындығы журналистің адалдығына оқиғаны алдын-ала даярланған бір қалыпқа (шаблонға) тығып, сыйыстырып жібермеуіне байланысты болады.

Репортаж журналистиканың ең көнеден келе жатқан жанрына жатады. Егер «төңкерілген, аударылған пирамиданың схемасы XIX ғасырда, ньюс-фиче тіптен XX ғасырда ойлап табылса, репортаж жолжазба ретінде біздің эрамызға дейінгі кезеңде пайда болған.

Қазіргі репортажға жақын «жол сапар естелігін» өз саяхаты туралы әңгімелеп көне грек ғалым-тарихшысы Геродот жазған. Міне, сол кездің өзінде репортаждың бір өзіне тән ерекшелігі пайда болған, бірақ ол кездегі репортажға ұқсас жол жазбалар оқырманды қызықтыратын. Ол бара алмайтын алыстағы оқиғалар туралы жазылғандықтан, адамдар күнделікті көріп, араласып жүрген оқиғалар сипатталмаған. Демек ол кездегі репортаждар «қашықтықты қысқартқан».

Кейіннен географиялық қашықтықтың қасына «әлеуметтік репортаж қосылған. Қазіргі журналистер, тек қана алыс елдер туралы жазып қоймай өз елінің, өз қаласының ішіндегі неше түрлі әлеуметтік топтардың арасындағы оқиғаларды сипаттаған. Техниканың дамуына байланысты географиялық қашықтықтың мәні азая бастауымен қатар керісінше қоғамның дамуына байланысты әлеуметтік мәселелер өсе түсті. Қазір абorigендер өмірін өз көршісіндей білетін болды. Сондықтан енді көршілерінің өзі қай әлеуметтік топқа жататынына, маргилан ба, элита ма, міне осыған мән беретін болды. Қазір адамдар бір-бірін білуге, оның ішінде әр түрлі кезеңнің ұрпақтары, түрлі ұлт өкілдері, мамандықтар бір-бірін жақсы білмейді. Міне, сондықтан журналистер адамдар, оқырмандар жақсы біле бермейтін оқырмандарға жабық абақты, әскери бөлімдер, психатриялық мамандықтар сияқты мекемелер иен ондағы адамдар туралы репортаждар жазып оқырмандар мен аталған мекемелер арасындағы «кедергілерді»(барьер) жоюға талпыныс жасайды.

Неміс ғалымы Михаэль Халлер репортаж сәтті шығуы үшін оған тән тезистің бес түрін айтып кеткен. Бұл тезистер төмендегідей.

1. Саяхатшы –журналистердің міндеті бөлек әрі қашық оқиғаларды жақын етіп, қашықтықты жою. Бұл қашық әрі басқа оқиғалар журналистің күйініші мен сүйініші арқылы айқындалады.

2. Журналист - куәгердің міндеті кедергілерді жою. Ол үшін белгісіз жасырын оқиғаларды қолжетімді ету. Бұл құпиялар мен белгісіз оқиғалар ақиқатты сипаттау арқылы жақынға айналады. Репортаж журналистсіз ақ оқиғаға беретін көпір болып табылады.

3. Репортаждың екі түрінде де журналист оқырманға оқиғаның куәгері болғандай, арасында жүргендей мүмкіндік береді. Сол үшін репортаждың тілі айта білетін, сипаттай білетін болуы керек, сонда ғана болған оқиға нақты, сезімтал және тікелей беріледі.

4. Қазіргі қоғамда кедергі мен қашықтық деген ұғымдар ауыспалы мағына береді: журналист әлеуметтік қашықтықты институциялық кедергілерді жеңе біледі, ал адамдар оларды жеке-жеке жеңе алмайды.

5. Әрбір жақсы репортаж тақырыбы қашықтықты немесе кедергіні жоя біледі. Егер репортаж аталған екі тақырыпты да қамти алса тіпті керемет. Керісінше әрбір ренжіткен тақырыпта кедергілер мен қашықтықтар аз болады, бірақ оны репортажға айналдыру өте қиын. Мұндай жағдайда журналист аталған тақырыптың күтпеген қырын табуы керек. Мысалы, ол оқиға туралы бөлік пен шымылдық арқылы қарап, белгілі тақырыпты жаңа тақырып етіп көрсете білуі керек. Тағы бір тәсіл – оқиғаны орайлату. Оқиғаны репортаждың ортасына айналдыруы керек.

Репортаждың материалын жинау үшін өзіңді оқиғаға міндетті түрде қатыстыру керек. Тікелей бақыламай репортаж жазу мүмкін емес. Егер журналистің оқиғаны бақылауға мүмкіндігі болмаса, ең дұрысы репортаж жазудан бас тарту немесе жаңалық мақала жазу, оны тікелей бақылаудың қажеті жоқ.

Журналист оқиға болған жерге бармай тұрып, репортаж тақырыбы бойынша материалды қандай жолмен жол алуға болатынын зерттей білуі керек. Бұл мынау үшін қажет. Себебі, даярланбай барсаң, оқиғаның ерекше маңыздысы мен жалпы оқиғаны ажырата алмай қалады немесе оқиғаның ішіне кіруі үшін уақытын босқа жіберіп алады. Сол үшін журналист оқиға болған жерге бармай тұрып, нені көру керек, неге басты назар салу керек, оқиғаға қатысушыларға қандай сұрақтар беретіндігін жоспарлап, біліп алуы қажет.

Оқиға болған жерге барғандағы журналистің тек қана материал жинау емес, нақты ақпарат жинау емес. Бұл тек қана жаңалық мақалаға жарайды. Жазылған репортаж оқиғаның ерекше қырларын, эмоциясын оқиғадан туындаған барлық жағдайларды қамту керек.

Оқиғаның ерекше жағы – тақырыптың оқырманға белгісіз жағы. Мысалы, қалалық мерекені алаңнан байқауға да болады. Бұл жерден концертті анық байқаймыз. Бірақ оқырманға басқа жағы белгісіз болып қалады. Егер осы мереке күні журналист тек қана қыдырып жүрген адамдар туралы жазбай, сол мереке күнгі комициялардың шеруі, «Жедел-жәрдем» қызметі туралы да баяндайтын болса бұл оқиға оқырмандарға белгісіз болғандықтан да қызықты болады. Тіпті репортаж жазу барысында мерекеге алдын-ала сценарии бойынша даярланған іс-шаралардан да ерекше жаңалық табуға болады. Мысалы журналист мереке кезінде белгілі бір тұлғаның қорғаушысының көзімен мерекені сипаттаса, оның талғамымен мерекені өту туралы пікір оқырманды ерекше қызықтырары даусыз.

Егер эмоцияға келсек, журналист репортаж даярлау барысында оқиғаға барынша беріліп іштей толқуы керек. Сонда ғана репортаж арқылы эмоция беріледі. Егер оқиғаға күйіп-пісіп толқымаған журналист репортаж жаза алмайды.

Эмоция алу үшін барлық сезім мүшелері қатысуы керек. Журналист тек қана есіп және көріп қана қоймауы керек. Сонымен қатар иіскеу, қолмен ұстап көру, дәмін көру де керек болады. Сонымен қатар әр түрлі эмоциялар не нәтиже беретінін білу керек. Мысалы, журналист бөлмеге кірді, оған бөлме күңгірт әрі жабырқау болып көрінеді. Немесе репортаждың бірінде журналистке түк көрмейтін көрсоқыр баланы сипаттауға тура келді. Ол кезде журналист онымен және анасымен қоштасу сәтін бейнелесе, қолын басқа жаққа қарай шұлғып жатқан баланы сипаттайды. Себебі ол көрмейді. Жалпы репортаж жазуда оқиғаға баға беру емес, оны сипаттау, суреттеу баста роль атқарады. Себебі репортажға баға беруші оқырман. Екіншіден эмоция репортаждың тақырыбына қарама-қарсы болмауы керек. Мысалы, журналист психотриалық ауруханадағы қорқынышты жағдайды жазса, эмоция осы жағдайды көрсетіп репортажды толықтыра түсу керек.

Репортаж жазу барысында адамдармен қарым-қатынас жасау үлкен орын алады. Себебі, адамдар барлық уақытта репортаждың орталығында болуға тиісті.

Белгілі журналист Валерий Панюшкин репортажды балтадан жасалған ботқаға теңейді. Бұл жерде балта оқиға, ал басқалары ботқа сияқты араласқан пісірілген адамдар мен олардың тарихы.

Кез-келген оқиға адамдар туралы жазылатын «мәңгілік» тақырыптың, оның ішінде жамандық пен жақсылық, махаббат пен өлім, үміт пен түңілу сияқты адамдар өмірін жазудың сылтауы болып табылады.

Егер жаңалық жазу барысында зерттеу жүргізу үшін журналист адамдармен сөйлеседі. Қарым-қатынас жасайды себебі дәлелдер табу керек. Ал репортаж дайындау барысында журналист адамдармен қарым-қатынас жасауына тура келеді. Адамдардың, басты кейіпкерлердің мінез-құлқын айқындау керек. Сөйлеу ерекшелігін, ойлау тәсілін білу керек болады. Сондықтан белгілі ақпараттарды адамдардан сұраумен бірге оларға пікірін айтуына мүмкіндік беру керек. Олардың ымдау тәсілімен қозғалысын да білу керек. Тақырыптан шегініс жасау да репортаждың пайдасына шешіледі. Егер сөйлесуші адам айтқысы келгенде толқып отырса, бұл көрініс үлкен эмоция тудырады. Ол алдын-ала даярланып келген журналистің сұрағына қарағанда кідіріліп айтылады.

Байқау кезеңінің ұзақтығы журналистің репортаждың басы мен аяқталуын айқындаған кезде, баяндаудың «аяқталу кезеңіне» келген кезде аяқталады. Репортаж А және В нүктесінің аралығында қозғалыста болады. Бұл аралықта оқырман журналиспен бірге жүріп өтеді. Қызыл желінің үш түрі болады. Олар хроника, саяхат және дәлелдің дамуы.

«Қызыл желіде» қозғалыс хроникасында репортаж кезеңімен болып отырады. Баяндаудың бұл сызығы іс-шараларды және «квази-шараларды» сипаттауға ыңғайлы болады.

Ең соңында сол іс-шаралардың нәтижесінде оқиға туралы бір оқиғаны жабдықтайды. Мысалы гиновке бару немесе құтқарушылар бригадасымен бірге кезекшілік атқару сияқты шараларға қатысады. Репортаждың басталуы іс-шараның басталуымен бірге болады. Ол іс-шара аяқталысымен оның ең жоғары нүктесі ретінде жетістіктерін баяндайды. Осы үлгідегі репортажға «өмірінің бір күні» деген сияқты репортаждар жатады. Мұндай репортаждар таңертең басталып, кешке аяқталады. «Қызыл желі» - саяхат – бұл қозғалыс пен кеңістік. Бұл схема шын, нақты саяхатқа тура келеді. Тақырып пен танысуға да мүмкіндік береді. Егер журналист оқиға орнынан артқа шегініп қатысушылармен сөйлессе осындай нәтижеге жетеді. «Саяхат» схемасы бойынша «абақты, әскери бөлімдер, қашқындар лагері сияқты жабық мекемелер туралы репортаждар жазылады. Репортаж жабық мекемеге кірген кезден басталып, материалдар толық жаналап болғанда аяқталады.

Хроника мен саяхат «Қызыл желінің» ең қарапайым түріне жатады. Айғақты дамыту өте күрделі вариант. Мұндай жағдайда репортаждағы қозғалыс ескі тақырыпты жаңаша ашудан басталады. Репортаж тақырыпты бұрын оқырманның қалай түсінгеніндей көріністен (эпизодтан) бастайды. Бірақ одан кейін тақырыпты өзгертетін басқа көріністер келіп, репортаждың соңғы жағында оқырманның түсінігі, көзқарасы 180 градусқа бұрылады. Нақты оқиғалар мен көріністер бұл жерде екінші планда болады. Олар тек қана тезиске куә болу қызметін атқарады. Мысалы, реалити-шоудың бұрынғы кейіпкерлерінің өмірлері туралы видеожазба хабар көрсетіледі. Міне осы видеожазба оларды бүкіл елге даңқын шығарғанхабар екендігі айтылады. Тезистің шешімі реалити-шоуға ұлдар мен қыздардың үлкен жетістігі, мансапқа жетудің тамаша басталады.

5. СҰХБАТ: СҰРАҚ ҚОЮ ӨНЕРІ. ЖУРНАЛИСТ ТАКТИКАСЫ МЕН СҰХБАТТАСУШЫ МІНЕЗІ

Журналисттің сұхбатқа даярлануы туралы төмендегідей ұсыныстар болады. Журналисттің әңгімелесуші туралы ақпарат жинауынан басқа, оның - бұрынғы сұхбаттарын оқу және сұрақтар тізімін құрастыру үшін журналист "бір қадам алға" қадамын ойласуы керек, сонымен қатар әңгімелесушінің де беретін жауабын көз алдына елестетуі қажет, одан кейін де болатынын сұрауға болады - деген сияқты мәселелерді жан-жақты ойластыруы қажет. Жай ғана берілетін сұрақты даярлап қана қоймай, сұрақ "ағашын" даярлағаны дұрыс, сонымен бірге мүмкін болатын әңгімелесу бағытын, даяр болуға тиісті мәселелердің бәрін ойластыруы қажет. Кей кезде маңызды сұхбат олардың алдында журналист "даярлық" жасап, кейбір әріптестерімен де ақылдасып алған жөн, өйткені әңгімелесушінің ролі зор маңызға ие болғанда осылай істеу

керек. Журналистің дайындығы әр түрлі болуы мүмкін - әңгіме жүргізуге бейімделген бір немесе екі сауалдан бастап бірнеше ондаған сұрақтарға дейін болуы мүмкін. Бұл жерде барлығы материалды білуге тәуелді болады. Міндетті түрде сұхбаттың "соққы беретін қырын" ғана ойлау керек - сонымен бірге әңгімелесушінің тіркесін де естен шығармаған дұрыс, сонда ғана оқырманға қымбатқа сатуға, нәтижеге жетуге болады. Мұндай тіркестер арандатуды бекітетін, шоқ түсіретін қорытындылар немесе қызықты көріністер болуы мүмкін - олар сұхбат барысында аяқ астынан туындауы мүмкін, бірақ құр армандауға, бостан-босқа аспаннан түседі деуге болмайды. Журналист барлық уақытта ақпаратқа емес, әңгімелесушінің қандай сөз тіркесін аламын деп ойланғаны жөн, сондықтан ол қолданған сөз тіркесімен өзін арандатуы керек және сол қажетті сөзді айтқызу үшін арандату тәсілін тиімді қолданған жөн. Егер сұхбат тақырыбындағы тартыс жеткіліксіз болса, сөйлесушіні кінәлау жолымен оны дамытуға болады. Бұл үшін әңгімелесушінің көзқарасындағы қарама-қайшылықты іздеу керек, қызметіндегі қарсылықты, қарама-қайшылықты іздеу керек. Мысалы, саясаткерден не себепті ұстанымы мен көзқарасын өзгерткенін сұрау керек, кәсіпкерге кез-келген дүние байлығы қылмыс жасау жолымен келетіндігі туралы сұрақ берілсе, рок-жұлдызға - сіз неге жердің шапағаты туралы әндерден бас тартасыз, ол өзіңіз сол жердің қамқорлығының арқасында осындай өнердегі жетістікке жеттіңіз деген сияқты құйтырқы, арандату сұрақтарын қою арқылы тартыс тудыруға әбден болады.

Сұхбатты көптеген журналистика туралы оқу құралдарда көрсетілген тәсілдермен бастауға болады, әңгімелесушіні сұрақтармен "қыздырып" алып, оны әңгімелесуге мүмкіндік тудыру керек, ортақ мәміле, көзқарас табу керек. Бұл өнер туралы сұрақтар болуы мүмкін (егер сөйлесушінің үй қабырғасы суреттермен безендірілген болса), үй жануарлары туралы сауал болуы мүмкін (егер онда үй жануарлары болса). Кейде осындай қарапайым сұрақтар әңгімелесушінің кәсібі туралы да болуы мүмкін. Мысалы дәрігер әңгімелесушінің кабинетіне кірген соң сұрақты қандай да бір медициналық аспаптың не үшін керек екенін сұрауға болады. Бірақ кейбір жағдайларда , керісінше "қыздыратын" сұрақтардан қашу керек. Егер журналист тіпті қолы тимейтін уақытының минутына дейін есептеулі ірі компанияның директорынан сұхбат алды делік, оның уақыты жоғарыда айтқандай минутына дейін есептеулі болғандықтан журналистке сұхбат беру үшін оған жарты-ақ сағат уақытын ғана бөлуге мәжбүр болады, сондықтан "бірден бұқаның мүйізінен алған" сияқты бірден іске кірісіп кету керек. Тақырыпқа қатысы жоқ сұрақтар тек қана ашуландыруға алып келеді. Мұндай сұрақтар кейде мынаған дейін алып келеді, ашуланған әңгімелесуші журналистті есіктің сыртына шығарады да, редакцияға бұдан кейін бұл журналист ті жібермеу туралы ескертуге мәжбүр болады. Әңгімелесу кезінде әңгімелесушіні тыңдап қана қоймай, журналистті, яғни өзін түсінуге бейімдеу керек, ол не себепті бұл сұрақты

қойып отыр, әңгімелесуші әлемді қалай көреді. Бұл мәселені дәл айқындауға мүмкіндік береді, әңгіменің бұрыс бағытта өрбуіне жол ашады. Бояулы, бейнелі жауап алудың тағы бір жолы, журналисттің де сондай сұрақ беруіне байланысты. Журналист соған сай метафораларды ойланып және даярлай білуі қажет. Кей кезде ашық жауап алғанмен журналист әңгімелесушінің дәлеліне келіспеушілігі туындауы мүмкін. Мұндайда журналист әңгімелесушінің алғашқы айтқысы келген әңгімесін өзгерткенін түрлі дәлелдермен айғақтайды, солай істеуге тура келеді. Журналист әңгімелесушіні "екіқабат үзіліс" әдісі арқылы айтуға да көндіре алады. Ол әдіс мынандай, әңгімелесуші бірінші сұраққа асықпай жауап беріп болғанша келесі сұрақты бермей қоя тұрып, үзіліс жасап, шыдау әдісі. Журналисттің тағы сұрақ бермей шыдап отыруын сезіп, алғашқы сұраққа толыққанды, асықпай жауап беруге тырысады да тағы да бірдеңе айтуға тырысады. Сонымен ол жоспарлағанын алып болады да, әрі қарай журналистке жаңалық алуға мүмкіндік туады.

Кейбір әңгімелесушілерде журналистің өзін сөйлетіп қою қабілеті болады, өйткені ондай әңгімелесушілер өздерінің бір сарынды жауабымен журналистті сиқырлағандай ұйқыға түсіреді. Мұндайда журналист күресу қызығушылығынан айырылады, айрылмағандарды, айтылғандардағы қарама-қайшылықтарды бақылап отыру қабілетінен айырылады да екеуі де алғашқы даярланған сұрақ пен оған жауап беру жолынан шығып кетеді. Сонан соң жазбаны қағазғатүсіру кезінде берілмей қалған сұрақтар есіне түседі, бірақ кеш қалғаны, уақыттың өтіп кеткені есіне түседі. Енді осы сиқырланудан құтылу үшін, журналистке бір нүктеге қарап отыру ғана қалады. Бұл үшін сөйлесушінің көзі сүйеуші бола алады. "Сиқырланған" оқиғадан кейін көзқарасын байқап, журналист сұхбат жүргізу үшін қайта жиналады. Тағы бір ескерту. Әңгіме аяқталған соң да журналист диктофонды өшірмеу керек. Егер өшіріп қойса оны жинап алуға асықпау керек, сөйтіп қалам мен блокнотты сумкаға салу керек. Әңгімелесуден кейін, журналистті шығарып бара жатып әңгімелесуші маңызды мойындау жасайтын жағдай жиі ұшырасады. Немесе әңгімелесуден де маңызды әрі қызықты әңгіме айтуы мүмкін. Міне, осылай есік алдында жаңа сұхбат басталуы мүмкін, сондықтан стол басында алынған сұхбат баспаға берілмей, дәл осы қоштасар сәттегі сұхбат басуға берілуі мүмкін.

Жоғарыда сипатталған әдістер тәжірибесіз журналист пен көңіл-күйі қош емес әңгімелесушіге қолданылады. Ал кәсіпқой қызметкерлер болсажасанды түсінік тудырудың әр түрлі әдістерін біледі, журналисттің күші жетіспегенде ақпарат ала береді. Тіпті, "айлалы әрекет" деген тәсілдер де болады, бұл тәсіл өз ойын қандай жағдайда болсын сауатты жеткізуге үйретеді, әңгіменің қандай түрі болмасын өз ойын іске асыра білуге үйретеді, өз көзқарасы шындыққа қалай жарасатындығына қарамай оны іске асыруға қалыптастырады. Сондықтан журналист

"Жасанды түсініксіздік тудыру әдісін білуге міндетті және сол арқылы қарсы әрекет етуді білу керек.

Болмаса әңгімелесуші журналистті шатастырып жібереді, сол арқылы оқырмандарды да шатастырады. Міне, енді осындай әдістің бірқатарын атап өтелік, олар мыналар: нақты емес сөздер, қатысушылар тарапынан жіберілген қателер, байланысу, шексіз, шектен тыс қайталау, қайта түзету, орындалмайтын сұраққа сілтеме беру.

"Нақты емес сөз" әдісінде әр адамның өзінше термин қолданды. Мысалы, әңгімелесушібылай деуі мүмкін: "Біз бостандық пен гүлдену үшін күресеміз!". Мұндай жағдайда оның "азаттық" пен "гүлдену" дегенді қалай түсінетіндігін сұрау керек. Егер бұған да нақты жауап алынбаса, анықтаушы, нақтылаушысұрақ берілуі керек. Журналист әңгімелесушінің жауабының нақты, анық, түсінікті болуын қамтамасыз етуге жетісуі керек. Бұл үшін "тіркеме" әдісі қолданылады, бұл әдіс бойынша жарамайтын сөздер "тіркемеге" тасталады.

- Бірінші компьютер, телефон, консерві банкасы сияқты әдістер де болады. - Екінші мысал теңдік, озықтық, демократия әдістері. "Қатысушы кейіпкердің кемшілігі" әдісі дегеніміз - әлдебір белгісіз адамдарға сілтеме жасау, мысалы "барлық саналы азаматтар бізді қолдайды" - деген бекіту. Мұндай кезде журналист әңгімелесушіні кімдер қолдайтынын, әңгімелесуші неге бұлай шешкенін бірден анықтау керек. "Байланыстыру" әдісі бір-біріне қатысы жоқ құбылыстарды байланыстыратын әдіс. Мысалы, "шахташылардың балалары ашығып жатқанда депутаттар қалай отырады" - деген сияқты сұрақтар. Бұл әдіс сұраққа жауап беруден жалтарғанда, бір жағдай болып қалғанда қолданылады. Әңгімелесуші себепті түсіндірудің орнына, алдына қойған мақсатын айтып кетеді немесе себепболмайтын кездейсоқ оқиғаларға ойысып кетеді.

Журналистке мынаны білу қажет, себебі әр түрлі қайырымдылық мақсаттар өзінің теріс әрекетін заңдастыру үшін өткен мерзімді ойлап табады. Ал себептер мен болып жатқан оқиға "мұны бұдан кейін тексеруге болмайды" деген логикалық ережеге келуге көмектеседі. Егер адам оның бөлмесінде газет оқыса, осы кезде лампочка күйіп кетсе, адам газет оқығандықтан күйіп кетті деген қорытындыға келуге болмайды. Егер аймақта әкім ауысқаннан кейін экономикалық өсім басталса, онда өсімнің шын себебі болар нарықтық жағдайдың өзгерісіне байланысты болуы мүмкін немесе жаңа қазба байлықтардың түрі Табыдықтан болуы мүмкін бірақ тіптен әкімнің ауысуынан немесе тағайындалуының себебінен емес екенін білуіміз керек.

Міндетті түрде мына себепті де бөліп қарауымыз керек, себебі әрекеттің себебі пайда болуына не себеп болғанын білу маңызды. Мысалы, егер дауыл бақтағы барлық ағашты жапыра сындырып кетсе, оның себебі, яғни ағаштардың сынуының себебі - дауыл. Егер бі рнеше ғана ағаш сынса, көпшілігі орнында тұрса, оның себебі сол ағаштардың

осалдығында, ал дауыл өзі осал ағаштың құлауына ғана себепші болған. Мысалы, мынаны айтайық, Айтбаев ұрлық қылған және оны ұрлық үшін отырғызған. Себебі, оны отырғызған ұрлық. Егер мынау белгілі болса, тек ұрлық қылған ол Айтбаев емес, Ермеков пен Болатов та ұрлық қылған, бірақ ұрлық үшін бір ғана оны отырғызған, демек қамаудың себебі ұрлық емес. Енді мынаны іздеу керек, Айтбаевтан Ермеков пен Болатовтың қандай айырмашылығы бар және осы ұрлықтың себебі болады. Мысалы, Ермеков пен Болатов Айдаровтың досы. Ал Айтбаев Айдаровпен керісіп қалған. Ұрлық бұл жағдайда Айдаровтан кек алу үшін істелінген болып шығады.

"Заңсыз қайталау" дегеніміз - сөзді заңсыз қолдану, тіктен қайталау деген мағына береді. Мысалы, әңгімелесуші жалақының қарызы, шын мәнінде түгел төленді деп куәлік жасайды, армияда әлімжеттік жасаушылар (дедовщина) тіптен жоқ деп куәлік қылады. Нәтижесінде, мәселе 100 пайыз болмаса да 90 пайызға шешілді деген бұлдыр қиял пайда болады, бірақ іс жүзінде бәрі олай емес. Сондықтан журналист барлық уақытта 90 пайызға жуық деген сөзді барлық уақытта айқындауға міндетті, сондай-ақ мәселені 20 пайызға шештік дегенді анықтау қажет болады. Тағы бір қарсы қолданылатын тәсіл журналисттің өзі барлығын шолып, әңгімелесушіні өз жауабын нақты беруге мәжбүр ету қажет.

Қайта қалыптастыру дегеніміз әңгімелесушіге қоятын сауалдың түрін өзгертіп, оған ыңғайлы сұрақ қою, неге десеңіз журналистің сұрағының орнына, осы жаңа сұраққа жауап бергізу болып табылады. Бұл тәсіл баспасөз - конференцияларында жиі қолданылады, бірме-бір болатын сұхбатта қолданылмайды. Өйткені баспасөз - конференциясында журналистке бір-ақ рет сөз беріледі және қойған сұрағына жауап алуға мүмкіндік бола бермейді.

6. ТҮСІНДІРМЕ (КОММЕНТАРИЙ)

Комментарий дегеніміз - түсіндіру және баға беру мақсатындағы жаңалықтың кеңейтілген түрі. Комментарий жанр ретінде батыс журналистикасында пайда болған және дәлел мен пікірді бөлетін дәстүр ретінде іске асқан.

Кеңестік журналистикада дәлел мен пікір бөлінбей бірге қарастырылады, сондықтан таза күйіндегі "комментарий" болған жоқ. Батыста да оқиға туралы "объективті" ақпарат беру деп аталатын жанр түрі, яғни журналистің өзі көрген немесе оқиға куәгерлері мен сарапшылар айтқан, барлық уақытта оқиғаның жағдайын барлық уақытта беруге мүмкіндік бола бермейтін жанр өте таяуда ғана табылды.

Журналист әрекет туралы хабарлайды, ал оның себептері мен әсері кадр сыртында жиі қалып қойды немесе өткінші күйде ғана жеткізілді, шын мәнінде не болғаны терең берілмейді. Бұған журналистің жауабы

болған күннің өзінді осы жауапты беруге жаңалық жанрының көлемі, ауқымы оны беруге мүмкіндік бермеді.

Бұған оқырмандар да құлықты болады, себебі баспасөз күн сайын түрлі оқиғаларды хабарлайды да оқырмандардың басының мыңғы-дыңғысын шығаратын мәлімет бере береді, ал оның себебін түсіндірмейді. Бір жағынан бұл жақсы, өйткені оқырмандардың оқиға туралы өз пікірін қалыптастыруға мүмкіндік береді. Бірақ ол болған оқиға туралы хабарларды ойлап баға бере алмаса, өз пікірін білдіре алмаса, журналистің қаншама еңбегі кеткен дәлелдер мен оқиғалар оқырман үшін түк пайдасыз болып қалады. Осы олқылықты комментарий (түсіндірме) толықтырады, себебі журналист немесе шақырылған сарапшы жаңалықтың жағдайын түсіндіреді және белгілі бір белгілеріне қарап оқиғаны бағалайды. Комментарий ережеге сай ерекше шрифтімен (әріппен) теріледі, ол кейбір басылымдарда арнайы жолдарға (қатарға) басылады, ол оқырмандарға бірден көрінуі үшін жасалады, себебі бұл дәлелдердің қызғылықты баяндалуы және біреудің пікірі.

Бұрын айтылып кекендей, комментарийлер (түсіндірмелер) түсіндірмелі және бағалаушы болып бөлінеді.

Түсіндірмелі комментарий төмендегідей төрт түрлі сұрақтың біріне жауап береді, олар мыналар:

1. Бірдеңе не себепті болды? (себебі)
2. Біреу неге мұны жасады? (мақсаты)
3. Болған оқиғаның бүге-шүгесіне дейінгі берілуі? (толық)
4. Болған оқиғаның өмірдің басқа салаларымен қандай байланысы бар? (өзара байланысы)

Ал бағалаушы комментарийді автор мақтамайды да, даттамайды да, себебі бұл әдіс даулы әдіске жатады. Оның бағалаудың үш түрлі өлшемі бар, олар мыналар:

1. Жақсы немесе жаман (этика)
2. Әдемі немесе қорқынышты (Эстетика)
3. Пайдалы немесе қажетсіз (тәжірибе)

Ал комментарийдің құрылымдық элементтері мыналар: ақпараттық сылтау, тезис, бэкграунд, дәлелдер мен шешім.

Ақпараттық сылтау міндетті, ол комментарийға ғана емес, кез келген журналистік мәтінге керек, өзектілік талабы тараған, олар журналист түсіндіруге міндетті, дәл бүгін басатын ештеңе неге жоқ. кеше де ештеңе басылған жоқ, ертең де ештеңе жарияланбайды.

Тезис дегеніміз автордың бекітуі мен комментарийдің идеясы. Егер комментарий сәтті шықсын десек, тезис қалайда ерекше арандатушы болуы керек, ол керісінше кезекті жазылған шындықтың қайталамасы болмауы керек.

Бэкграунд оқырмандарға істің мәніне кірісу үшін керек, себебі онсыз, олай болмаса комментарий түсініксіз болып қалады. Себебі болып

жатқан оқиғаны барлық оқырмандар қадағалай бермейді ғой, сондықтан оқиғаны журналист пен сарапшы сияқты бағдарлайды.

Аргумент дегеніміз дәлел мен логикалық сөйлемдер, осылардың көмегімен комментарий авторы өз пікірін бекітеді. Егер автор мәтіннің шындығын дәлелдесе, аргументтеу тура болады, егер антитезис жалған болып шықса аргумент жанама болып қалады.

Комментарий айтылғандарды қорытындылап шешім шығарумен аяқталуға тиісті.

Шешім шығып бара жатқан тезисті айқындап немесе қорытындылаушы сияқты болады, бірақ комментарийдің айтылатын ойының процесінде туындайды, жаңаша бекітіледі.

Комментарийдің маңызды композициялық элементі, кіріспе мен аяқталу. Кіріспенің үш түрі болады, олар: тақырыптық, тезистік, сентанциондық (мінез-құлық туралы мақал-мәтелдер).

Бірінші жағдайда комментарий тақырыптың мағынасынан басталады. Мұндай бастау (кіріспе) әдетте түсіндірмелі комментарийларда қолданылады. Ал тезистік бастауда комментарий шешімнен басталады да, сонсоң мәтін арқылы бекітіліп, дәлелденеді. Тезистік бастау, әдетте, бағалаушы комментарийларда қолданылады. Сентанциондық (мінез-құлық туралы мақал-мәтелдер) бастау - комментарийдің мақал-мәтелдермен басталуы немесе ерекше бекітілуімен бірден көзге ұрып тұратындай комментарийді әрлеп тұратын, бірақ тезис болмайтын ерекше бекітумен басталуы. Мұндай бастау көп жағдайда бағалаушы комментарийларға тән болып келеді, бірақ кейде түсіндірмелі комментарийлерде де қолданыла береді.

Комментарийдің соңғы түйінінің төрт түрі болады, олар: түйіндемелі, шақырушы, сентанционды және болжаушы соңғы түйіндер (концовка). Түйіндемелі соңғы түйін дегеніміз - бұрынғы айтылып кекен ойлардың шолуы мен қайталауы. Шақырушы соңғы түйін дегеніміз - нақты бір мекенге бағытталатын нақты талаптан тұрады.

Журналист бір нәрсе істеуге немесе істемеуге шақырады. Сентанциондық соңғы түйін қойылып отырған мәселеге қатысты қанатты сөзбен, мақал-мәтелдермен аяқталады. Ал болжамды (жобалаушы) соңғы түйінде қай кезде, қандай жағдайда не болатынын алдын ала айтады.

Алдына қойған стратегиялық мақсатына қарай комментарий төртке бөлінеді, олар: көзқарастық, дискурстық, диалектикалық, глоссировкалық комментарийлер.

Көзқарастық комментарий дегеніміз - автордың өз ұстанымын насихаттауы. Комментарийдің бұл түрі тағайындап, бекітуден басталып, сонан соң дәлел келтіріліп, содан кейін аталған тезис соңғы жағында өте күшті үлгіде қайталанатын. Мұндай комментарийдің ерекшелігі мынада, автор тек өзі көрген заттарға ғана иек артады да басқа "қарсы" дәлел келтірмейді. Бұл жерде талдауға бір-ақ нысан ұсынылады (оқиға,

құбылыс, адам) және бір орталықтағы тезис сол затқа ғана қатысты айтылады. Көзқарас комментарийінің артықшылығы да осы жерден көрінеді, яғни көлемі шағын болады да қабылдауы кең болады. Өмірдегі сияқты бәрі былығып, араласып, шатасып кетеді, қара, ақ болып бөлінбейді, мұндай комментарий, түсіндірмені терең білетін білімді оқырмандар тарапынан күшпен бөліп алуға ұшырауы мүмкін. Сондықтан "көзқарас" комментарийі көпшілікке белгісіз нысан туралы жақсы жұмыс атқарады. Кейбір жағдайда мұндай комментарийді автордың жақтастары жақсы қабылдайды да, қарсыластары елемейді.

"Көзқарас" комментарийінің құрылымы мынандай:

*тезистік немесе тақырыптық кіру

*тезиске дәлел

*сұраулық ақпарат

*шақыру

*шешім

*суггестивтік салыстыру, қорытынды шешім.

Енді осылардың нақты мысалын келтірейік. Мысалы белгілі бір клуб мүшелерінің бір әнді немесе өлеңді өздеріне гимн етіп алуы. Мысалы, спортшылардың "Көк ту" деген өлеңді гимн сияқты таңдап алуы. Мысалы ол әнде Жан емес маған керегі, Көк тудың желбірегені, - деп келетін өлең осыған мысал бола алады.

Керісінше, дискурстық комментарийда автор әр түрлі ұстанымдарды көрсетуге ұмтылады, өте ауқымды мәліметтер мен дәлелдерді келтіреді, нәтижесінде проблеманы жаңа түсіндіруге көшеді. "Көзқарас" комментарийі сияқты бұл жерде өз пікірі айтылмайды. Шешуші сөзді автор оқырмандардың өзіне қалдырады. Дискурстық комментарийдің стратегиясы - тыңғылықты қарастыру және ұстанымды алып тастау, автордың ұстанымынан басқа ұстанымдарды алып тастау.

Дискурстық комментарийдің құрылымы мынандай:

*тақырыптық және бірмезгілдегі тезистік кіру

*антитезис

*тезистің пайдасындағы тезистер және антитезистің мәліметтеріне, дәлелдеуіне қарсы дәлел

*шешім

7. ПОРТРЕТ

Портрет дегеніміз - адам туралы әңгімелер. Портреттің мақсаты, адамның сыртқы түрін, келбетін бейнелеу, оның ішкі жан-дүниесіне кіру. Себебі, адамдарға адамдар туралы оқу барлық уақытта ұнайды. Сондықтан портрет басылым санындағы ең кең тараған мақалаға жатады. Құрылымы жағынан портрет төмендегі элементтерден тұрады:

*қатысушы кейіпкер өмірінің маңызды көріністері (туылған жылы, мамандық таңдауы, отбасын құруы, жеткен мансабының шыңы)

*кейіпкерөмірінің қызықты сәттері

*кейіпкердің комментариі (түсіндірмесі)

*автордың бақылауы

*кейіпкерді танитындардың байқауы, бақылауы

*жаңалықтың ілгегі (құрған қармағы)

Портреттің "толқын" және жылы жазбаларының айырмашылықтары болады. Бірінші жағдайда журналист кейіпкермен сөйлесіп, пікірлеспей-ақ портрет жазады. Мысалы, көпшілікке таныс емес, аяқ астынан үкіметтегі жоғарғы қызметке тағайындалған адамды көпшілікке таныстыру үшін былай жасайды. Мәліметтің дереккөздері болып қолжетімді осы адам туралы деректер алынады және оны жақсы білетін адамдардан түсініктеме алынады, егер ондай мәліметтерді алуға сәті түссе солай болады. Егер бұрын осы журналистің әлгі адам туралы мәліметі болса, егер кездескен болса, жолы тоғысқан кезі болса немесе сыртынан бақылаған сәті болса, оған осы туралы портрет жазуға көп жәрдемі тиеді. Сол кездесу туралы көзқарасы мен алған әсері портретке кіріп, оның негізін салуы керек, мүмкіншілігінше оны жандандыру керек. "Суық" схема бойынша белгілі адамдардың қазанамасын жариялайды, бірақ журналист қаза болған адамның туысы болмауы керек.

Әдетте мұндай портреттің композициясы төмендегідей болады. Бірінші азат жолды бұл адам туралы ерекше ештеңе хабарланбайды. Содан кейін негізгі бөлім басталады да кейіпкердің мансабы туралы хабарланады, содан кейін оның кәсіби жетістіктері туралы айтылады. Портрет кейіпкердің жеке өмірін, оның неге қызығатыны туралы айтылып, өмірі қорытындалады (қазанаманда осылай болады).

"Жылы" үлгіде жазылғанда журналистің кейіпкермен жеке сөйлескен, әңгімелескенде тапқан ақпараттары портретіне еніп, оның негізін қалайды. Бұл жағдайда журналистің жұмысы материалдың кейіпкерімен кездесуден басталады. Кездесердің алдында міндетті түрде онымен әңгіменің ұзақтығы келісіп алынады, өйткені ол өте қысқа болмауы керек. Портрет үшін материал жинауға айтарлықтай уақыт кетеді. Тәжірибе мынаны көрсетіп отыр, неге десеңіз бір сағаттық әңгімелесу мәтіннің 1-2 мың таңбасына тең. Портрет жазудың сәйкестік көлеміекі машина мен жазу бетіне тең, яғни ол 4,5-5 мың таңбаға тең болады, мұндай материал алу үшін журналистің 3-4 сағат уақыты кетеді, яғни сондай уақыт жұмсайды. Егер материалдың жазылуы көлемі екі беттен көп болса, мүмкіндігінше бірнеше мәрте кездесуге келісу керек. Бұдан бөлек егер сұхбатқа даярлану барысында кездесу орнының ерекше мәні болмаса, бақта немесе кафеде әңгімелесушімен кездесуге болады, бірақ мүмкіндігінше жұмыс орнында немесе үйінде әңгімелескен жөн.

Біріншіден, өзіне таныс жағдай кейіпкердің өзін-өзі еркін ұстауына мүмкіндік береді. Екіншіден, жағдайдың әрбір деталі айтқандай, адам

туралы көп нәрсені аңғартып тұрады, ол журналистің сұрақ беруіне себеп болады, әңгімені негізгі салаға бағыттауға себепші болады. Портретке дайындалу әңгімесі статикалық және динамикалық болып екіге бөлінеді. Бірінші жағдайда журналист пен әңгімелесуші бір-біріне қарама-қарсы қарап отырып әңгімелеседі. Динамикалық әңгімелесуде материал кейіпкері бір жұмыс жасап, бір нәрсемен айналысып отырады да уақыт өткен сайын журналистің сұрағына жауап беруден ойын басқа жаққа бөле береді. Мысалы футбол командасының жаттықтырушысы футбол алаңының шетін жағалап жүріп, ойыншыларға бірдеңе деп нұсқау беріп жүреді немесе мекеме директоры өз кабинетінде журналист жауабын бөліп, телефон арқылы біреулермен сөйлеседі немесе бағыныштыларынан баяндама қабылдайды. Динамикалық әңгімелесу статикалық әңгімелесуден жақсырақ, бірақ статикалық әңгімелесу де керек.

Әңгімелесу кезінде неге назар аудару керек. Біріншіден сөзінің ерекшелігі мен ойлауына назар аудару керек, сөйлесушінің өзінше баяндайтын заты мен құбылысы бар ма жоқ әлде жалпы жұрт сияқты баяндай ма, қандай ерекше сөз қолданады, ойын қалай береді, қорытындыны қалай жасайды. Екінші маңызды сәт, ол кейіпкердің өмір жолы мен тарихы. Журналист осыларды алуға қол жеткізу керек. Бұл жердегі негізгі тәсіл - кейіпкердің тарихи кезде, оқиға болған кездегі қолданған, айтқан сөзін айқындап, тарихи кезеңін ұстап, соған қармақ салу. Мысалы кейіпкер жас кезінде геологиялық экспедицияға қатыстым дейді, қатысқандығы туралы айтады. Сол кезде журналист, олардың сол кезде адасып кеткен сәті болды ма немесе керек-жарақтары мен азық-түліктері таусылып қалған кездері болды ма? - деп сұрау керек. Әңгімелесуші кейіпкер ондай жағдайлар болды деп жауап береді. Бұдан кейін журналист әрі қарай оларды айқындай түсетін, толықтыра түсетін сұрақ береді де сол қиын жағдайда қатысушылардың өздерін қалай ұстағандығын айқындап, әңгімелесушінің көмегімен портретін ұсынады. Үшіншіден, журналист кейіпкердің басқа адамдармен қарым-қатынас жасауын, әңгімелесуін де тіркеу керек, мысалы, бастығымен, қарамағындағылармен, өзінің отбасы мүшелерімен қатынаста болуын тіркеу, жазып алу керек. Ол әртүрлі жағдайда қандай роль атқарады, соған да назар аудару керек. Міне, сол қатынаста болғанда оның даусы өзгеріп отыра ма, оның табиғи келбеті қалай өзгеріп отырады, - осылардың барлығы да журналист назарынан тыс қалмауы керек. тұтастай алғанда мынаны білу керек, себебі әрбір идеяға бір көрініс немесе дәйексөз жеткілікті болады, міне, осы жиналған материал көлеміне байланысты болашақ мақаланың құрылымы айқындалады. Егер әңгімелесуге өте аз уақыт бөлінген кезде және өзіне мүлдем таныс емес адаммен әңгімелескенде журналист GOSS-әдіс деп аталатын тәсілді қолдану керек (ағылшын тілінен алынған термин, Goal - ағылшын тілінде мақсат, Obstacte - кедергі, Solution - шешім, Start - бастау - деген

ұғым білдіреді), бұл әдісті Невада университетінің профессоры Ла Руе Гиллеланда жасаған. Бұл әдіс бойынша журналистер кейіпкерлерге сұрақты кезегімен біртіндеп қояды, яғни кейіпкердің кедергілері, яғни мақсатына жету жолында кездескен кедергілері сол кедергіні жеңіп, мақсатына жету жолындағы шешімдері, сол үшін әрекет жасайтын мерзімі, нәтижеге жету үшін жасаған жоспары журналист сұрақтарында қамтылады. Міне, бұл сұрақтардың үлгісі төмендегідей:

Мақсат туралы сұрақтар:

*сіздің не айтқыңыз келеді?

*сіздің мекемеңіздің мақсаты қандай?

*шын мәнінде сіз нені қажет етесіз?

*егер сіз өз өміріңізде бір ұлы іс жасағыңыз келсе, қандай іс жасар едіңіз?

Кедергілер туралы сауалдар:

*сізге не кедергі болады?

*сіз қандай проблемаға тап болдыңыз?

*мұны сіз неліктен жасай алмадыңыз?

*сіз мұны неге жасамайсыз?

*сіз бұл іске неге киліктіңіз?

Шешім туралы сұрақтар:

*осы мәселе туралы сіз не істеуге бекіндіңіз?

*бұл проблеманы сіз қалай шешпексіз?

*мұны орындаудың мүмкіндіктері бар ма?

*бұл сізге қалай мүмкін болды?

*бұған сіз қалайша шешім қабылдадыңыз?

Әрекетті басы немесе бастау туралы сұрақтар:

*бағдарлама қашан іске асады?

*бұл кімнің идеясы?

*бұның алғашқы нәтижесін қашан күтесіз?

бұл проблема қашан шешіледі?

GOSS-тәсіл жеке тұлғаның психологиясына "керек етемін" - істей аламын - істеуім керек" деген сияқты үш сөз арқылы әсер етеді. "Керек етемін" деген сөз адамның мақсаты мен тілегін білдіреді, ал "істей аламын" деген сөздің астарында оның мүмкіндіктері мен білетіндері, істеуім керек деген сөзден, әрекетін бастан өткізетін жағдайын, тілегін орындау мүмкіндігін білеміз. Сондай-ақ мынаны да айқындап алу қажет, жеке тұлғаның мақсаты неғұрлым көп болса, соғұрлым "істей аламын", "істеуім керек", "істегім келеді" деген тілектері де сенімді болады. Адамның бір нәрсеге ұмтылып алдына мақсат қоймауы сирек кездеседі, бірақ сол мақсатына жету үшін ештеңе істемейді немесе сол мақсатқа жетуге жақындаудың орнына алшақтап кетеді.

Тағы да бір формуланың сипаты былай болады: "кім + не істеу керек + қандай мақсатпен" деген сұраққа жауап беретін формула. Адамды таныстыру үшін осы формулаға қарап айқындаса жеткілікті және осы

формула оның әр түрлі жағдайдағы мінез-құлқын да айқындайды. Драматургияда "кедергі" және "каталист" деген ұғым болады. Кедергі дегеніміз - мақсатына жету үшін кедергілерді жеңе білетін адам, мысалы білім алуды жұмысқа тұруды өзі шешетін адам, егер біреу ренжітсе оны жеңу үшін жекпе-жек өнерін меңгеру керек деп шешетін адам. А каталист дегеніміз - әреке жасағанда өзінің санасын, сапалық қасиетін көрсете білетін адам. Дағдылы каталистер дұшпан және махаббат нысаны болады.

Сондай-ақ мінез-құлықтағы төмендегі үш түрлі басты (доминант) нәрселердің бірін көрсете білу керек, олар: ерік, эмоция немесе ақыл. Еркі күшті адам батылдықпен барлық кедергіні жеңе білетін адам. Эмоционалды адам, яғни сезімнің адамы бір нәрсені ойланбастан жобалайтын, шешетін адам. Ақылды адам дегеніміз жан-жақты ойланып, мәселені оңай жолмен жеңе білетін, шеше білетін адам. Кейіпкердің мінезін айқындау үшін 10 тараудан тұратын төмендегідей анкетаны толтыру керек, олар мыналар:

1. Интеллект. Кейіпкер шешімді қалай қабылдайды?

2. Эмоционалды. Адамдар немесе кейіпкерлер тіл табысқыш, адамдарға жуыса алмайтын, жетістікке жете алатын немесе қамқор, сенгіш немесе секемденгіш тұлға ма?

3. Физиологиялық (дене мүшесі). Кейіпкердің денсаулығы қандай? Оның салмағы бойына сай келе ме? Ол қалай қозғалады? Өзін қалай сезінеді? Спортпен шұғылдана ма?

4. Әлеуметтік базасы. Оның ата-анасы кім болған? Ол қандай әлеуметтік топқа жатады? Ол партияда бар ма? Шіркеуге немесе мешітке бара ма?

5. Экономикалық базасы. Кейіпкер қаншалықты бай немесе кедей? Өмір сүруге қажетті табысты қандай тәсілмен табады? Қарызға белшесінен батқан емес пе?

6. Дарын. Кейіпкер қандай да бір ерекше қабілеті жоқ па?

7. Сыртқы қызығушылық. Кейіпкерді өзінің негізгі жұмысынан басқа не қызықтырады? Оның қызығушылығы қандай дәрежеде?

8. Отбасы. Кейіпкердің ері/әйелі, балалары, ата-аналары жоқ па? Оларға деген қарым-қатынасы қандай? Отбасы құрудағы тарихы қандай? Оларға деген қызығушылығы басқа жаққа ауып кеткен жоқ па?

9. Білімі. Қай жерден алған, қандай? Өзінше оқыған емес пе?

10. Жек көретіні. Кейіпкер неге төзбейді, нені жек көреді?

Бұдан кейін кейіпкер туралы ақпаратты төмендегі үш түрлі көзқарас бойынша беру керек, олар мыналар:

1. Кейіпкер өзі туралы не ойлайды?

2. Ол туралы басқалар қалай ойлайды?

3. Ол туралы автордың ойы қандай?

Драматургияны жіктеуде қолданылатын пайдалы нәрсе бар, ол бойынша кейіпкердің төрт түрі бар, олар мыналар: "біздің таныстарымыз", "андердог", "рухын жоғалтқандар", "пұттар".

"Біздің таныстарымыз" дегеніміз қарапайым адамдарды қарапайым өмірдегі проблемалар толғандырады. Кереметтей бір іс тындырмаса да олар өздерінің әлеуметтік топтарындағы үлгілі өкілдер болып табылады. Сондай-ақ өз заманының, өз дәуірінің үлгілі өкілдері болып табылады.

Олардың тағдырындағы драматизм болған оқиғаға байланысты емес, бақытқа жетейін деп тұрып, бақыттың олардың тұсынан өте шыққан, айналып кеткендігінде. Міне, сонымен "біздің таныстарымыз" көптеген адамдардың өмірін еске түсіреді, ол оқырмандар өздерін олармен оңай теңестіреді.

8. ТАҚЫРЫП, ЛИД, ТҮЙІН

Тақырып, лид пен қорытынды - журналистік мәтіннің маңызды құрылымдық элементтері. Тарауда оларда жазуға талдау жасалынған және әрбір варианттың орынды қолданылуына нұсқаулар беріледі.

Мақала тақырыбының маңыздылығы мынаған байланысты, оның оқылуға сенімділігі 90% болады, себебі көз қарамен жазылған қатарды міндетті түрде бірінші байқайды. Егер мақаланың аты арқылы оқырманның назарын аударуға мүмкіндік болмаса, мақала бәрінен бұрын оқылмайтын болып қалады. Интернет-басылымдағы мақала тақырыбының (атының) орны тіпті зор болады, себебі, интернетті ашқанда мақаланың тақырыбын бірінші көреді де, сонан соң ғана аталған мақаланы ашып болғанға дейін толық мәтінді көре алмайды. Сондықтан сәтсіз тақырып материалды жазуға кеткен алтын уақыт пен күш- жігерді заяға кетіреді. Сол себепті, мақаланың атын таңдауға да мақаланың өзін жазғандай уақыт кетеді.

Мақала атының атқаратын қызметі екеу - ақпараттық және байланыстырушы қызмет. Ол мақаланы оқырманға жеткізіп, осы мақаланы оқуға деген ұмтылысын оятады. Сондықтан мақала тақырыбын дүкеннің сөресі мен маңдайша жазуына теңейді. Себебі, маңдайша жазу мен сөресі дүкеннен қандай затты алуға болатындығы туралы уәде болса, мақала тақырыбы мақалада қандай ақпарат болатындығы туралы кепілдік беруші қызмет атқарады.

Жалпы алғанда мақаланың атын қоюдың талаптары төмендегідей: айтарлықтай қызықты әрі тартымды болу керек, себебі оқырманды қызықтыруы керек, бірақ мақалада жоқ атты қойып, жоқ оқиғаны уәде етіп, оларды шатастырмау керек. Өтірік айту оқырманның ашу-ызасына тиіп, ерте ме, кеш пе басылымды оқуын тоқтатады, себебі мақала атында уәде еткен ақпарат мақалада болмай шықса нәтижесі осындай болады.

Мақала атының түріне қарай номинативті және прединативті болып бөлінеді. Номинативті тақырып толық сөйлеммен берілмейді, әдетте зат есімнен тұратын екі сөзбен немесе зат есім мен сын есімнен қойылады. Мысалы, "Басымдық жолы", "Келісілмеген фарш", "Жұлдыздың келбеті" т.б.

Номинативті тақырып, әдетте, жаңалықты бағалаудан тұрады және оның негізін ашатын, кең таралған сөйлемнен тұратын тараушалармен толықтырылады. Міне, қосымша тақырыбы бар мақаланың аты: "Аяз ата және қызыл мұрын" (мақала аты). 1-қаңтардағы мас болған театр ертеңгілігін актерлар қорқынышпен және күлкімен еске алады (қосымша тақырып (подзаголовок)).

Прединативті тақырып, керісінше толық сөйлемнен тұрады, мысалы, "Майор сковородка қорғаныс Министрлігімен 4 мың долларға соттасты", "Путин қоғамдық палата құрамын алмастырды" ("Коммерсант" 28 қыркүйек, 2007 жыл) т.б. Преданитивті тақырып тарауша арқылы да жеке дара да қойыла береді. Әдетте оны қысқа мақалаларға қояды, ал номинативті тақырып керісінше кең көлемді мақалаға қойылады. Сондай-ақ "тақырыптық комплекс" деген тақырып да бар. Бұл атаудың, қосымша атаудың, айдардың (рубрика) біріккен құрылымынан тұрады. Тақырыптық комплекс атауға күш түсіруге мүмкіндік береді, ақпараттық қызметті қосымша атауға түсіріп, байланыстың қызметті орындауға назар аударуды көздейді. Атаудың құрамына айдар (рубрика) да кірсе, ол тақырыптың міндетін атқарып (проблемалық жағдай, мақаладағы баяндалатын проблемалық сәттер)көмекші атаудың идеяның қызметін атқаруына мүмкіндік береді (осы проблемадан шығудың жолдарын ұсынады). Тақырыптық комплексті жазу барысында оның әр түрлі элементтерінің арасында бірдей сөздердің қайталанбауына назар аудару керек.

Атауға қойылатын талаптар мыналар. Тақырып төмендегідей болуы керек:

- * баяндаудың айқын болуы
- * мәтіннің негізгі идеясын өз мойнына алуы керек
- * материал мазмұнына кәріағар болмауы керек
- * нақты, жеңіл ұғынылатын, түсінікті құрылуы керек
- * оқырманның қызығушылығын оятуы керек.

Атауды ТАКТ-мәтіннің (ағылшын тілінде Taste - дәм, талғам, Attractiveness - тартымдылық, Clarity - айқындық, Truth - шындық - сөздерінен алынған термин) көмегімен тексеруге болады. Мысалы, қарттар үйінде болған, адам шығыны болған оқиға туралы жазылған "Қарттар өліміне дейін өмір сүре алмады" () деген мақаланың тақырыбын алсақ, талғам тұрғысынан қарағанда сәтті шыққан мақала тақырыбына жатады. Нашар атауға "нольдiк", "екеулік" және "түсiндiрмелi" мақала тақырыптары жатады. Нольдiк атауда бiрдеңе туралы болжамдайды, бiрақ ол оқырманға жұмбақ болып қалады.

Мұндай жағдайлар бұлыңғыр тақырып қойылып, мақал-мәтел, қанатты сөздер, ұрандар арқылы қойылған, көпшілік оқырманға түсініксіз терминдер арқылы қойылған тақырыптарда ұшырасады.

"Екеулік" тақырып - бұл бірден тақырыптың екі қырын біріктіріп баяндайтын атау. Нәтижесінде, бұл түрі жағынан өте ұзақ әрі созылыңқы, мазмұны жағынан шатысқан болып келеді. Мұндай жағдайда екеуінің біреуін алып тастау керек, болмаса екі аспектіні екі мақала етіп, екеуіне екі тақырып қою керек.

Түсіндірмелі ат қою ақпараттық мақалаларға тура келмейді, сәтсіз болады. Мұндай жағдайда оқырмандарда мынандай пікір пайда болады, осы мақала арқылы белгілі бір пікірді тықпалағандай болып, мақалада айтылған баяндаулар оқырманды белгілі бір тығырыққа тірейді. Түсіндірмелі тақырып қойылған басылымдар партиялық немесе корпоротивтік мақала ретінде қабылданып, оқырманға ақпарат беруші емес, насихат құралы немесе жарнама ретінде қабылданады.

Бұдан бөлек мақаланың атын қоюда күрделі синтаксистік құрылымды пайдаланудың қажеті жоқ, бірімен бірі байланысты сөздерді бірінен-бірін қашық қолдану керек, мысалы, анықтауыш пен анықталушы сөзді қатар қолданбаған дұрыс. Сондай-ақ тақырып қойғанда көп мағыналы сөздер мен қалың көпшілікке таныс емес сөздерді де қолданудың қажеті жоқ, мұндай жағдайда мақаланың атын дұрыс түсінбей қалуы мүмкін.

Мақаланың атына дәйексөз қойғанда да абайлау қажет. Мұндай дәйексөзді атауды портрет пен сұхбатта ғана ақылға сыйымды болып саналады.

Бұдан басқа барлық жерлерде мынаны есте ұстау керек, себебі, мақаланың кейіпкері атынан айтылған сөздер материалдың мәнін кетіріп, айтарлықтай құнын төмендетеді, өйткені айтылатын сөзді журналистің өзі де айта алады. Дәйексөзбен қойылған тақырып автор мен редактордың көп еңбек етпеуіне куә бола алады, себебі, кейіпкерге сай келетін бір тіркесті ала салады.

Атауды ойлап табу журналист жұмысының ерекше көп қырлылығын көрсетеді. Әдеттегідей өз мәтініне жақсы тақырып ойлап табуы айтарлықтай күрделі. Бұған ақпараттың көптігі кедергі болады, себебі, өзінің мақаласынан ара-қашықтықты сақтай алмайды, егер оған сырттай қараса, кейбір анық сәттеріне үңілсе, осының бәрі тақырып қоюда өзінің әсерін қалдырады. Сондықтан тәжірибеде журналистер әдетте өз мақаласының тақырыбына "жұмысшы" тақырыбын бере салады, ал ең соңғы атауды редакторлар немесе арнайы қызметкерлер қояды, өйткені олар "сырттай қарау" мүмкіндігін иеленеді. Кей кезде ат қою тапсырмасы бүкіл редакцияға беріледі, себебі мұндай "ақылды ұйымдасып жұмсау" нәтиже беретінін тәжірибе көрсетіп отыр.

Мақалаға ат қоюды оңайлату үшін төмендегідей тәсіл қолданылады. Мақаланы жазу барысында немесе мәтінді редакциялау кезінде кілт

сөздерді көшіру керек, сонда ат қоюға идея ретінде қызмет атқарады (кілт сөздер).

Мақаланы оқығандағы адам санасында туындайтын бейнелерді, эмоцияны, мақаладан алынатын эмоцияға (көңіл сезімдерін) ерекше назар аудару керек, мақаланың әрбір деталі, мәтінге назар аудару, оның мағынасын бере білу, алға қойған мақсатының орындалуы, мақалада алға қойған мақсатына жақындауы немесе алшақтауы сияқты мәселелерге ерекше назар аудару керек. Ал әртүрлі кейбір жанрлардың атына келсек, жоғарыда айтылғандай сұхбат пен портретке дәйексөздер де тақырып бола береді. Репортажда, мүмкіншілігі болғанша мәтіннің жағдайын бере білу керек, ал түсіндірмеде болса, "кілт" сөздердің бірін тақырып етіп қойған дұрыс болады, өйткені оның идеясын түсіндіріп тұрғаны дұрыс.

Қазіргі журналистикада ең көп тараған тақырыптар тұрақты айтылатын үлгі принципіне құрылған мақала аты жатады. Ол дегеніңіз бәріне белгілі дәйексөз, қанатты сөз, мақал-мәтел, тұрақты сөз тіркестері бола алады, содан соң мақала тақырыбына мәтінге қатысы бар әсерлі сөздермен ауыстырылады. Аталған мәтіннің мағынасын беретін тіркес те тақырып бола алады, мазмұнын бере білетін, бағасын бере білетін тұрақты сөздер де тақырып бола алады. Атаудың мұндай түрлерін "Егемен Қазақстан", "Айқын", "Түркістан" сияқты республикалық газеттер жиі қолданады. Мұндай тақырыптарға "Адам адамға қарыз", "Қатаң режимнің оқытушысы" сияқты мақалалар дәлел бола алады.

Мақаланың келесі бір элементі - лид " ағылшын тіліндегі кіріспе бөлім, lead - деген сөзден алынған термин). Бұл мәтіннің бірінші азат жолы, бұл қара әріппен теріледі. Кейде оны кіріспе деп те атайды. Егер атауды дүкеннің сөресімен салыстырсақ, лид сол сөреге теңестіріледі. Атаудың міндеті оқырмандарды өзіне тартып, олардың назарын мақалаға тарту, аудару болып табылады. Лидтің міндеті оқырманды ұстап тұру, оларға қызықтыратын мақала ұсыну, нәтижесінде мақаланы оқуды жалғастыруға алып келу болып табылады.

Лид жазудың көп түрлі варианттарының ішінде екі түрі болады, біріншісі тура (ағылшын тіліндегі direct), екіншісі созылған (ағылшын тіліндегі delayed) лидтер. Тура лидте оқығаның маңызды салалары хабарланады. Кіріспенің бұл түрі әдетте, жаңалық мақала жазуда қолданылады. Күн сайын шығатын газеттердегі лидтердің түрі тура лид үлгісінде болып келеді. Оның артықшылығы жаңалықпен бірден танысуға мүмкіндік беру. Тіпті оқырман лидті ғана оқып, әрі қарай мәтінді жалғастырмаған күннің өзінде мақала мазмұнымен таныс болады. Созылған лидтер мақаланың мәтініне тереңдеп енбейді, бірақ бәрібір оқиға туралы ақпараттандырады. Созылған лидтер тарихтың жағдайын беріп отырады, мақалада осы туралы айтылады. Бұл әртараптық арнайы репортаж, Нью-фиче және фиче сияқты, сол жанрлар секілді қолданылады. Әдеттегідей, созылған лидтер апта сайын шығатын

газеттерде кездеседі, оның күн сайын шығатын газеттен айырмашылығы, көп көлемде оқылады, кейде қарап шығады. Себебі апталық газеттер өзінің назарын жаңалықтарға емес, бұл жөнінде, яғни жаңалық тарату жөнінде олар күнделікті шығатын газеттер мен электронды БАҚ басылымдарымен бәсекелес бола алмайды, ол оқиғалар туралы жанама, қосымша ғана мәнге ие болады. Мұндай жағдайда созылған лидтер мақала туралы оқырмандардың мағлұмат алуына ғана мүмкіндік береді, белгілі оқиғаны қайтадан еске салады. Мысалы, күнделікті шығатын газетте футбол туралы берген жаңалығында футбол командасының шешуші ойында медаль үшін жарыстан шығып қалғандығын "Кеше Х командасы Y командасымен кездесіп мынандай есеппен жеңіліп қалды, сөйтіп жүлделі үштікке кіру мүмкіндігінен айрылды деп жаңалықты баяндайды. Жеңілудің себебі, қақпашының өрескел қателігі, себебі ойын бастала салысымен екі гол жіберіп алды". А апталық газетте осы жаңалық туралы төмендегідей баяндайды: "Х командасының қақпашысының таңертеңнен бастап жолы болмады. Автобустан түсе бергенде-ақ ол аяғын қайырып алды. Қонақ үйге кіргенде оның заттары жоғалғаны белгілі болды, сөйтіп ол қосымша форма іздеуге мәжбүр болды, ең соңында ойын басталар алдында әйелі телефон соғып, ажырасу туралы сотқа өтініш бергенін хабарлады. Сондықтан ойын басталғаннан кейінгі он минуттың ішінде оның екі гол жіберіп алғанына таңырқауға болмайды, Х жүлделі үшінші орында тұрған команданың жағдайы, міне, осындай деп баяндайды.

9. ТАҚЫРЫП ТАҢДАУ ЖӘНЕ АҚПАРАТ ІЗДЕУ

Әрбір журналистің ештеңе жаза алмай қалатын жағдайға да ұшырайтын кездері болады. Мұндайда назар аударуға тұратын ешбір оқиға да ұшырамайды. Мұндайға журналистің өзінің жалқаулығы себеп болып, жаңалықты байқамауға өзі себеп болады.

Керісінше ол оқиғаның тамырын қолына ұстап тұр, күтпеген оқиғаны бақылайды, ньюсмеркерлерді үнемі кінәлайды, бірақ дәл осы сәтте бұл журналистке шын мәнінде ештеңе болмайды. Бірақ оқиғаның болмауының тіптен мәні жоқ. Себебі дәл осы күні ештеңе туралы жаза алмайды. Мақаланың тақырыбын бәрі бір табуға болады, осы тарауда мұны қалай істеуге болатыны айтылады. Біріншіден журналистерге дәстүрлі "не?" деген сұраққа жауап беретін дәстүрлі ұғымнан арылу керек. "Не?" деген журналистикадан басқа "қалай?" деген, "неліктен?" деген тағы да журналистика бар. Егер "не?" деген журналистика жаңа оқиғаларды ілуге негізделсе, "қалай?" деген журналистика белгілі оқиғаны жан-жақты, бүге-шүгесіне дейін түгел іздейді, ал "неліктен?" деген журналистика оқиғаның себебін іздейді. Жаңа нақты оқиға туралы ақпарат та, оқиғаның жаңа себебі де жаңалыққа жатады, тек қана бұл

жерде ешкім білмейтін оқиғаны хабарламаймыз, осы оқиға туралы жаңаша түсінік береміз. "Қалай?" деген журналистика мен "неліктен?" деген журналистика "не?" деген журналистикамен салыстырғанда күрделі, бірақ осындай тәсілмен жазылған материал қарапайым оқиғаны жазғаннан әлдеқайда қызықты болады.

Екіншіден, тақырып табудың тағы бір жолы сұрақ арқылы тақырып табу, бұл тәсіл бойынша журналист өзіне-өзі сұрақ қояды да, сонсоң ол сұраққа жауап іздейді. Сонан соң сол жауаптың негізінде мақаланың негізі қаланады. Көптеген "сұраулық" тәсіл сипаттаған неміс медиакеңесшісі Йенс-Уве Мейер болды. Соның ішіндегі ең қарапайым "бес минут" тәсілі, бұл тәсіл бойынша журналист өзі таңдаған құбылысты жазғысы келгенде өзіне-өзі төмендегідей сұрақ береді:

* бұл құбылыс маған қандай ассоциация (қауымдастық) шақырады?

* бұл жағдай туралы менің жеке өзім басымнан не өткіздім, көрдім, есіттім?

* бұл құбылыс жайлы нені білмеймін?

* бұл құбылыс туралы көпшілік санасында не қалыптасқан?

* бұл құбылыс туралы менің таныстарым мен көршілерім айтқан ба?

Уақыттың жағдайына қарай ТАВ-тәсілді қолдануға болады.

ТАВ Аббревиатурасы. "Тақырып, Ассоциация, Вопрос", яғни қазақшасы ТҚС болып, ол "Тақырып, қауымдастық, сұрақ" болып аударылады. Тақырып - әлдебір кілт деген ұғымды білдіреді. Оны парақтың ортасына жазып, қоршауға алып қояды. Содан кейін осы ұғымның айналасына ыасына келген ассоциацияны (қауымдастықты) жазып қояды. Журналист қауымдастықты тауып болған соң оған сұрақтар ойлап табады. Мысалы, тақырыпқа мобильді байланыс таңдалды делік. Мұның ассоциациясы - салынған қаржының құрдымға кетуі - себебі, ол ешқандай табыс бермейтін сала. Сұрақтар: бұл технологияның пайдаланылуы қалайша өзін-өзі ұзақ сақтайды. Пайдаланушылар бұл технологияны қалай қабылдайды?

"Түрін ауыстыру", "кезеңімен араластыру", "тереңдетілген", "алып-сатарлық" сұрақтарын қолдану арқылы іске асырылатын тағы да бір тәсілдер бар. Олар мыналар:

Түрді ауыстыру сұрақтары:

* басқа жағынан қарағанда тақырып қалай көрінеді?

* бұл тақырыпты басқаша қалай атауға болады?

* осындай проблема туғанда басқа адамдар өздерін қалай ұстаған?

* қатысушылар ешқашан нені істемеу керек?

"Кезегімен ауыстыру" тәсілінің сұрақтары:

* проблема қашан пайда болды?

* ол бұрын қалай аталған?

* бұрын проблеманы қалай шешуге талпынған?

* бұл проблема болашақта қандай әсер етуі мүмкін?

"Тереңдетілген" сұрақтар:

- * бұл неге осындай?
- * бұл қандай проблемаға ұшыратады?
- * қатысушы тұлғалардың ұстанымы қандай?
- * жағдайдан шығудың қандай мүмкіндіктері бар?

"Алып-сатарлық" сұрақтар - мүмкіндіктер туралы сұрақ, мысалы:

- * не болатын еді, егер осылай болса ...

Америкалық журналист Джеки Банашински (Jacqui Banaszynski) "алты жол" тәсілін сипаттаған, бұл шартты түрде былай аталған: профиль (кескін), түсініктеме, тренд, тергеу, баяндау және сипаттау. Бұл "жол" тәсілінде мынандай сауалдар топтастырылған.

1. Кескін - бұл оқиғаның артында тұрған адамдар. Олар кімдер? Кім басты кейіпкер? Мысалы, силиконды имплант (бет пішінді жөндейтін пластикалық отаның түрі) туралы мақалаға даярлану барысында бұл отаның денсаулыққа зиянды екеніне кінә тағатын әйелді табуға әрекет жасау қажет.

2. Түсіндіру - оқиғаның басталуы. Силиконды имплантантаны кім ойлап тапқан. Ол қалай кең тарап кетті. Ол денсаулыққа қандай зиян алып келеді?

3. Тренд дегеніміз - бұл оқиғаның түгел қамтылуы. Пластикалық операция (ота) қалай дамыды. Ол әлі де қалай дами бермек?

4. Тергеу, тексеру - бұл осыдан ақша жасап жүрген адамды іздеу жолы. Бұл болып жатқандар кімдерге пайдалы? Силикон өндірушілер қанша табыс табады? Хирургтер ше? Сәтсіз отадан зардап шеккен қорғаушылар (адвокаттар) ше

5. Баяндау дегеніміз - бұл басты кейіпкермен, сюжетпен басталу мен аяқталу оқиғасы. Силиконнан бірінші зардап шегушінің өмірі қалай болды?

6. Сипаттау дегеніміз - бұл басты қаһарман өмірінен алынған күн. Имплантаттан зардап шеккен әйел өзін қалай сезінеді? Операция жасайтын жердің келбеті қандай? Ота қалай жасалады? Имплантаттар қалай өндіріледі?

Үшіншіден, көріністі ауыстырудың мынандай әдістері бар: бұл объективті тәсіл, "генералдау мен көзбояушылық" тәсілі, "мақсатты аудиторияға арналған жаңа жаңалықтар" тәсілі. "Әділ" тәсіл дегеніміз оқиғаның әділдік жағын қарастыратын тәсіл, жаңалықтың кімге арналғандығына бағытталады. Мысалы, қозғалыс схемасының өзгеруін қаладағы автотранспорт жүргізушісінің көзқарасы тұрғысынан баяндау, армияға шақыру туралы заңның өзгерістерін әскерге шақырылушылар мен олардың ата-аналарының ұстанымы тұрғысынан баяндау осының мысалы бола алады.

"Генералдау мен көзбояушылық" тәсілі жекеден жалпыға қарай, одан кейін жалпыдан соған байланысты жекеге қарай барып, содан кейін оны мақаланың тақырыбы етіп алатын тәсіл. Мысалы, фирма алыс аймақтан өкілдік ашып, қызметкерлерінің бір бөлігін сонда жібереді, олар

енді өздерінің отбасынан бөлек тұруға тура келеді. Демек фирмадағы өмір жеке өмір болса, отбасындағы өмір ортақ, жалпы өмір, демек осы ортақ жалпы өмірден фирмадағы жеке өмірге ауысамыз, себебі ерлі-зайыптылар бір-бірінен шалғай аймақтарда жұмыс істегендіктен бірін-бірі анда-санда ғана сирек көреді.

"Өзінің мақсатты аудиториясына арналған жаңа жаңалықтар" тәсілі ескі оқиғаның баяндалуын нақты жағдайға байланысты қолданатын тәсіл. Мысалы, республикалық газеттер ұлттық штабтағы ипотекалық дағдарыс туралы жазса, жергілікті газеттер осыны негізге ала отырып, аталған жергілікті жердегі ипотекалық дағдарыстың жай-күйі туралы жазады. Журналист өз тақырыбын тауып алған соң, бағытын білген соң ақпарат жинау жұмысы басталады. Жаңалық жазу туралы оқулық жазушы автор Мелвин Менчер ақпараттың үш түрлі деңгейін анықтаған, олар: арнайы, спонтанды және тексеруші жаңалықтар деңгейі (спонтанды термині ішкі себептерден пайда болған жаңалық дегенді білдіреді). Егер оны пайдалы қазбалармен салыстырсақ, арнайы деңгей жер бетіне жақын жатқан қазба байлыққа ұқсайды, спонтанды деңгей одан тереңірек жатқан қазба байлыққа, ал тексеруші деңгей жер астының тереңінде жатқан қазба байлыққа ұқсайды. Жоғары жатқан ақпаратқа баспа-релиздер, барлық қойылатын іс-шаралар (баспасөз конференциялары, митингілер, іс-шаралар т.б.) жатады.

Арнайы деңгейдегі ақпараттың ерекшелігі мынада, ол толық болмаса да белгілі бөлігі сол құрылымның қоғамдық өкілдерінің мамандарымен бірлесе даярланған ақпарат болып табылады, сондықтан мұндай ақпаратқа сүйенуге болмайды. Онда тіпті тікелей өтірік айтылмаса да, шығып сөйлеушіге ұнамайтын жерлері жасырылып, алып тасталып қалады, сондықтан арнайы ақпаратқа қарап дұрыс мағлұмат алуға болмайды. Оның үстіне кейбір маманданған журналистер негізінен арнайы деңгейде ақпарат береді, мысалы, президент аппаратының тілшілері, үкіметтің парламенттің арнаулы тілшілері жатады.

10. ЖУРНАЛИСТ МӘТІНІНІҢ ТІЛІ

Бұл дәріс журналистік мәтін тілінің ерекшеліктеріне арналады. Ыңғайлы болу үшін ол "10+10" формуласымен (тұжырымды айтылған жеке қорытындымен берілген) құрылған. Алғашқыда он түрлі ереже беріледі, мақала жазуда осыларды басшылыққа алып отыру керек. Одан кейін мақалада қолдануға болмайтын он сөз бен тіркес беріледі.

Сонымен журналистік мәтін жазуда қолданылатын он ереже төмендегідей:

1. Бір сөйлемде бір ғана ой болуы керек. Сондықтан оның мүмкіндігінше қысқа болғаны дұрыс. UPJ ақпараттық агенттігі мәтіннің

оқылуына қатысты және ондағы ұзақтығы орташа сөйлемдерді анықтаған, олар мыналар:

- 8 сөзге дейін өте оңай оқылады;
- 8-11 сөз - оңай оқылады;
- 12-14 сөз - салыстырмалы жеңіл оқылады;
- 15-17 сөз - орташа оқылады;
- 18-21 сөз - салыстырмалы ауыр оқылады;
- 22-25 сөз - ауыр оқылады;
- 25 сөзден артық - өте ауыр оқылады.

Бұл ұзақ сөйлемдерді мүлдем қолдануға болмайды дегенді білдірмейді. Керісінше, ырғақ пен ұйқасты беру үшін қысқа сөйлемдер ұзақ құрылған сөйлемдерге ауыстырылады. Сөйлемнің соңындағы нүкте жолдағы "тоқта" деген таңбаны еске түсіреді. Егер жолда осындай таңбалар жиі қойылса жүрісті қиындатады. Жетіп алу үшін жақсы жол керек. Міне ұзақ сөйлем осының қызметін атқарады, сондықтан мәтіннің жылдам оқылуын қамтамасыз етеді, ал керісінше қысқа сөйлемдер өте көп болса (егер ұзақ сөйлемдер жасанды жолмен қысқартылса) оқу баяулайды. Егер "тоқта" деген белгі жүргізушінің ойын бөліп жүргізуін жалғастыруына кедергі келтірсе, қысқа сөйлем де оқырманның ойын аяқталар кезде назарын аудартып, ойын бөліп отырады.

2. Бір азат жол оқиғаның бір қырын, ойын білдіріп отырады. Егер осы ойы түгел айтылып болса, азат жолды аяқтау керек. Бір ойды ортасынан бөліп тастауға болмайды, сондай-ақ екі аспектіні бір азат жолға тығылыстырып беруге де болмайды. Ондай жағдайда айтылатын одың біреуін бөлу керек немесе оқиғадан мүлдем алып тастаған дұрыс. Егер ол келесі азат жолға лайықты болмаса, осылай ету керек. Сондай-ақ ұзақ құрылған азат жолды бірыңғай бермей, қысқа азат жолдармен кезектестіріп отыру керек. Ұзақ азат жолдан кейінгі қысқа азат жол драматизмді қуу үшін қызмет етеді, оқиға болған жердегі жағдайға назар аударуды көзбояушылық назар аудартқызады. Кей кезде азат жол бір сөзден де тұруы мүмкін.

3. Бөлшектерден емес, ең бастысынан бастау керек. Оқиға жағдайын түсінікті етуді бұрын атқаруды ойлаған дұрыс, ал оның ұңғыл-шұңғылына дейін түгел баяндауды кейінге қалдыра тұрған дұрыс. Мәтінді оқиғаның себебі мен қалдырған әсерінен бастамаған дұрыс, ондай жағдайда алда болатын басты оқиғалар да екінші кезектегі оқиға болып қалады.

4. Түсіндірменің артықшылығын көрсететін дәлелдер. Бұл дегеніміз ең басында дәлелдер туралы хабарлау, сонан соң барып пікірлер мен бағалауды келтіру деген сөз. Қысқартқан кезде бәрі керісінше болады, яғни түсіндірмеден бастап, сонан соң барып дәлелге көңіл бөлу керек. Комментарийдің (түсіндірменің) мұндай әртүрлілігінен абайлау керек, себебі ирония сияқты бірдеңе айтқан кезде, басқа бір қарама қарсы нәрсені түсінуге болады. Мысалы, миллиардер туралы хабарланса, ол

кедей болуы мүмкін, кәсіпкер туралы айтса, олар "салықтың көтерілгеніне қуануы" мүмкін. Біріншіден, егер оқырман айтылып отырған зат туралы түсінбесе, ол туралы білімі болмаса ирония түсініксіз болуы мүмкін, журналистің тұспалдауын түсінбесе де солай болады. Егер, екіншіден, оқырман автордың пікірін ажырата алмаса, өзі ойлағандай оның келекелеп отырғанын түсінбесе, журналистің жүйкесіне тиіп, ашуын келтіреді.

5. Белсенді етістің пассивті етіске қарағанда артықшылығы болады. Мынаны еске алайық, белсенді етісте бастауыш әрекеттің субъектісі болады, әлдекімнің бірдеңе істегенін білдіреді. Мысалы, журналист мақала жазды. Ал пассивті етісте бастауыш керісінше әрекеттің нысаны болады, оның бірдеңені немен істегенін білдіреді. Мысалы, мақала журналиспен жазылды деп баяндайды. Пассивті етісті тек қана әрекет нысанына назар аудартуды көздегенде қолдануға болады.

6. Әрекет етістігін көп қолданыңыз. Оның жақсылығы, артықшылығы мынада, себебі ол қозғалысты, тақырыптың дамуын білдіреді. 10-15 етістіктің көмегімен бір азат жолға орасан зор оқиғаны сыйдыруға болады. Зат есімді қолдану, керісінше, баяндауды баяулатады, сондықтан оны қолдануды, мүмкіндігінше азайту керек. Әсіресе, бұл ұзақ арнаулы атауға қатысты, сондай-ақ статикалық сипаттауға да қатысты болады. Мұндайда атауды қысқарту керек, ол сипаттауды біреудің бірдеңе істеп жатқан қозғалысын сипаттауға да қатысты болады. Мұндайда атауды қысқарту керек, ал сипаттауды біреудің бірдеңе істеп жатқан қозғалысын сипаттауға ауыстыру керек.

7. Таныс емес жағдайларда белгілі, түсінікті көріністермен сипаттаған дұрыс. Бұл тәсіл көрнекіліктің нәтижесі. Мысалы, химиялық лабораторияда болғанда, болып жатқан оқиғаны үйдегі әйелдің ас үйдегі тамақ даярлап жатқан оқиғасымен салыстыру осының дәлелі. Сонда оқырман журналистің не айтқысы келгенін бірден түсінеді. Бірақ журналист ойлап тапқан ол салыстыру аталған жағдайға сәйкес келуі керек. Мұны Валерий Панюшкин қалай жасайды екен: "Мен журналистерге қаратып айтамын, - деді Мельникова ханым, бұдан кейін съезд Ресей партияларының съездеріне ұқсамау керек, себебі шағын Хрушевтық пәтерлерде өтетін үйлену тойы мен мерейтойларға ұқсап кетті, - сондықтан мен журналистерге қарата айтамын. Жігіттер, призидиумда екі телефон істеп тұрса сіздерге кедергі келтірмейді".

(Панюшкин В. Бейбітшілік, Еңбек, Ана//Коммерсант. 2004, 9 қараша).

Барлық адамға белгілі болған "түлкі сияқты қу", "үкі сияқты ақылды" деген сияқты мақал-мәтелдерді қолданбау керек, себебі әрбір оқырман аталған тіркестерді өздерінше түсінеді. Яғни журналистің айтайын дегенін оқырмандар мүлдем басқаша ойлайды, ол дегеніміз ақпарат тура мәнінде жетпейді деген сөз. Сондықтан құбылыстар мен заттарды дәл осы жағдайға байланысты теңеулер мен метафораларды, өзі ойлап тапқан теңеулерді қолданған дұрыс.

8. Тілдің айқындығы тақырыптың айқындығына кері пропорционалды болуы керек. Басқаша айтқанда журналист мақұлданған оқиғаны сипаттаса, тіл соғұрлым қарапайым, соғұрлым құрғақ болуы керек. Міне, осы тұрғыда Бесландағы мектепті басып алған лаңкестердің әрекеті туралы репортаждан үзінді келтіріп көрелік:

Автоматтардың легі мен гранамедтердің атыстары жақыннан шығып жатты, ұрыс жүз метр жерде болып жатқан сияқты көрінді. Кенеттен қарсы беттегі жеке там жақтан ер адам жүгіріп шықты. Оның қолында жүзі күрең тартқан, арық, бір ғана қысқа іш киімдегі жалаңаш, сегіз жас шамасындағы бала бар. Баланың басы артқа қарай шалқайып кеткен, жіңішке аяқтары жүгіріп бара жатқан адамдардың аяқтары сияқты салбырап кеткен. "Жедел жәрдем қайда?!" деп шыңғырды ер адам - Машина беріңіздерші, ол тірі, әлдебір жеңіл машина орнынан қозғалып ер адамды баласымен бірге машинаға мінгізді. Тоқта деп айқайлады біреу тобырдан. - Тағы да бір адамды әкеле жатыр". Тағы бір ер адам бір әйелді екі қолымен көтеріп әкеле жатыр. Әйел жүргісі келіп еді, жүре алмады. Себебі оның бір бетін қан жуып кеткен екен. Әйел таңғаларлық күліп, жан-жағына қарады. Біреу оған жалма-жан суы бар шыны қыстырды. - Олар мектепті жарды, - деп айқайлады әйел сонан соң. - Қабырға құлады!" Тобырда қайтадан бақырып жылаған дауыс естілді.

Керісінше, егерде мақалада қатардағы ештеңе сипатталмаса, мысалы, алдын - ала даярланған сценарий бойынша ешқандай да мереке өтілмесе, журналиске толық бағдарлама бойынша өзінің стилистикалық дарынын көрсетуіне болады. Мұны коммерсанттық Кремль тілшісі Андрей Колесников қалай істейтінін көрейік:

(Бұл жерде Путин туралы жазылған, сондықтан Назарбаев туралы жазылған бір газеттің материалынан үзінді беру керек.)

Бұл жерде нені сипаттаймыз? - деген баланс пен "Қалай сипаттаймыз? - деген сұрақтың жауабын бақылау жасау керек, себебі, екеуінің үлесі 100% болуы керек.

9. Сөйлемдегі сөйлемнің бірыңғай мүшелерінің санын дұрыс анықтаңыз. Американдық медиакеңесші Рой Питер Кларк (Roy Peter Clark) сөйлемнің бірыңғай мүшелерінің санының әр түрлі болуы тіпті әртүрлі мағына беруі мүмкін деп атап өткен. Себебі, бір сөздің өзі бірнеше мағына береді, бұған "ақылды қыз" деген сөздің мағынасы дәлел бола алады. Сөздің жеке сипатының өзі оқырманға ақиқат шындық болып қабылданады. Мысалы екі сөзді қатар қойып салыстырып көрейік, "Қыз ақылды және көрікті", сондықтан екі сипаттау да бір мезгілде болған бір-біріне қатыссыз қолданыста. Сөздің қатар, қосарланып қолданылуы зат есімге де қатысты болады, мысалы "мама мен папа" сөзін алайық, "еркектер мен әйелдер", "соғыс пен бейбітшілік" сияқты қолданыстар осыған дәлел. Егер үш сөз қайталанса, айнала тұйықталып қалғандай болады, мысалы "қыз ақылды және көрікті, тез шешім қабылдағыш". Енді оның сипаты бізге толық түсінікті. Тағы да бір мысал: "Басы, ортасы,

соңы", "әкесі, баласы және қасиетті рух", "тіл алғыш, заң қабылдайтын және сот билігі". Егер осы үш сипатқа тағы да бір сипатты қосатын болсақ, бұл бірлік бұзылып кетеді, мысалы қыз ақылды, көрікті, шешім қабылдағыш және анорекциямен ауырады". Сондықтан үш бірыңғай сөйлем мүшесіне төртінші бірыңғай мүшені қосудың қажеті жоқ, тек қана төртінші бірыңғай мүшені журналист өзі сипаттап отырған нысанның қарама-қарсылығын көрсетуге бағыттағанды мақсат еткенде ғана қосуға болады.

10. Архетиптерді қолдануға болады, бірақ оған сізді пайдалануына мүмкіндік бермеу керек.

Архетип дегеніміз - адамдардың ұжымдық санасында жүрген базалық сюжеттер. Бұл сюжеттер діни кітаптарда, халық ертегілерінде, қазіргі фильмдерде болады. Архетипке деген негіз, тірек журналистке оқиғаны айтып қана қоймай, оны "мәңгілік" тақырыппен де байланыстыруға дәнекер болады. Оқырман осы "мәңгі" тақырып арқылы оқиғаның мәтінінен өз өмірін біледі, ал ол оның көз алдында мақаланың құнын өсіреді. Бұдан басқа архетиптік жағдайда өмір сүруге деген қажеттілік БАҚ-қа деген айналымның бір түрі болып табылады.

Архетипті сюжеттің кейбірі мынандай болады:

* бір нәрсеге саяхат жасау және одан кері қайту (алтын алқапқа саяхат)

* сүйіктіні ұшырату, табу және одан айрылып қалу

* қарғысқа ұшырағанда бата беру

* күлден қайта тұру

* балшы үйрек.

Сондай-ақ Хорхе Луис Борхестің "Төрт бөлім" әңгімесін мысалға келтіруге болады, ол мынаған басымдық береді, бұрын, әлдеқашан болған тарихта айтылған барлық сюжетті өзіне қабылдап алу туралы баяндайды.

11. ЖУРНАЛИСТ ЖҰМЫСЫ: ӘДІСТЕРІ МЕН ТӘСІЛДЕРІ

Бұл тарауда журналистің еңбегін қалай бағалау керектігі жөнінде, оны редакция тарапынан қалай бағалау керектігі туралы, сондай-ақ жұмыстың нәтижелілігін қалай арттыруға болатындығы туралы баяндалады. Нәтижелілік туралы айтқанда еңбек шығыны мен оның нәтижесі туралы қарым-қатынас ескеріледі. Еңбек шығыны ретінде, бәрінен бұрын уақыт есептеледі, оның ішінде ақпарат жинауға кеткен уақыт, мақала жазуға кеткен уақыт, мәтіннің сапалы болуына кеткен уақыт, қосымша өңдеусіз оның басуға жарамдылық ұғынылады.

Мынандай көзқарас қалыптасқан, журналистің кәсіби деңгейін цифрлармен бағалау керек деген ұғым қалыптасқан. Тәжірибеде редакция басшылары мынаны біледі, бәрінен жақсы жазатын кім,

бәрінен төмен жазатын кім, ал басқасы, ал қалған қызметкерлердің деңгейі шамамен бірдей деген ұғым қалыптасқан. Одан басқа журналистің жұмысы шығармашылық жұмыс болып табылады, сондықтан көптеген журналистердің өзінің әдісі болады, бір-бірімен салыстыруы қиын тәсілдері де болады. Журналистикада басқа салалармен қызметтік айырмашылықтар болады, арнайы белгіленген разрядтар мен мамандардың категориялары болмайды (кейбір редакциялардағы сияқты тілшілерді аға тілші және жолаушылар деген сияқты шартты түрде бөлгені болмаса және олар журналистің кәсіби деңгейіне, жалақы мөлшеріне әсер етпейді).

Жұмыстың нәтижесіне қарай нақты журналистті былай деп бағалайды, ол редакция басшылығының талғам белгілеріне байланысты болады. Ал журналистің жалақы мөлшері журналистің өзінің қабілетіне, жұмысқа қабылдар кездегі "саудаласуына" байланысты болады. Сондықтан сирек жағдайда, журналист жалақысы бірдей кәсіптік деңгейде, бірдей жұмысты атқарғандығы үшін 1,5-3 есе айырмашылығы бола береді, оның есесіне ондай жағдай әр түрлі редакцияда немесе бір редакцияның ішінде де бола береді. Бұл журналистикада кадрлардың жиі ауыса беруі салдарынан болады (олардың бір орнында қызмет атқаруы 1-1,5 жарым жыл шамасында болады), сондықтан кәсіби біліктіліктің өсуі көп жағдайда бір мекеменің жалақысының өсуіне қатысты бола бермейді, оның үстіне журналист жұмысының нәтижесі кей кезде сандық өлшемге әсер етеді. Кім жақсы, кім жаман жұмыс істейді, журналистің кәсіби деңгейін қалай бағалау керек деген көрсеткішті қалай анықтауға болады. Себебі, бұл көрсеткіш басылымның экономикалық жағдайына байланысты болады, себебі, кез келген жолды, қатарды адам-сағатына айналдыруға болады, ол кез келген материал оны қалай "сатуға" болатындығымен өлшенеді, оқырманды өзіне тартуымен өлшенеді. Журналист жұмысының нәтижелік көрсеткішін анықтайтын мәселелердің он маңызды көрсеткіші жатады, олар мыналар:

1. Мақала жазудың жылдамдығы. Мақала жазуға кеткен уақытты да, ақпарат жинауға кеткен уақытты да, мәтін жазуға кеткен уақытты да өлшеу керек. Журналист тәжірибелі болған сайын ол артық операцияларды аз жасайды. Ақпарат жинау барысында ол тек қана мақалаға қажет жауап алынатын сұрақтарды ғана қояды. Жаңадан бастаған журналист орасан зор материал жинайды да оның 90-95% мақалаға кірмей қалады. Кей кезде олар ньюсмейкерлермен жарты сағаттап сөйлеседі, содан соң сұхбаттан екі-үш-ақ дәйексөз ғана алады. Мұны жүзумен салыстыруға болады.себебі кәсіпқой жүзгіш сирек сілтеп, жылдам жүзеді де, ал енді үйреніп жүрген суды шалпылдатып, көп күш жұмсап, суды жан-жағына шашып, есесіне өте жай жүзеді.

Ал мәтінді жазуға келгенде жоғары білікті журналист, тағы да мақала қандай болатынын алдын-ала ойластырады да кейін мақаласына енбейтін бөліктерге уақытын босқа жібермейді. Жаңа үйреніп жүрген

журналист барлық қамтыған оқиғаларын соңына дейін жазып шығады да, сол жазғандарының көп бөлігі қажетсіз болып қалады. Уақытты үнемдеуге шимақ парақты қолданбау арқылы да жетуге болады, яғни журналист мұндай кезде мақаласын бірден баспаға беретін етіп жазуы керек, Әр түрлі материал жазу үшін әр түрлі уақыт мөлшері керек болады, бірақ оның орташа мөлшерін бірнеше уақыттағы орташа мөлшерін есептей отырып, сондай-ақ тренд қолдана отырып, журналистің кәсіптік деңгейін анықтауға, кәсіби өсуінің деңгейін анықтауға болады.

2. Жарамсыз материалдың саны. Барлық саладағы кәсіпқойдың негізгі сипаты оның сапасының бірқалыптылығымен өлшенеді. Кәсіпқой барлық уақытта өз жұмысын белгілі деңгейден түсірмей сапалы деңгейде орындайды, ал әуесқой болса бір кезде жұмысын "өте жақсы", бір кезде орташа етіп, ала-құла орындайды. Бұл кәсіпқойлықтың ең төменгі шегіне қарап анықталады, мысалы, кәсіпқойдың ең нашар жұмысына қарап анықталады, осыған қарап оның сенімді журналист, кәсіпқой маман екенін анықтау керек, яғни ол уақыт жетпесе де, тақырып бейтаныс болған жағдайда да, көңіл-күйі мен өзін-өзі нашар сезінген жағдайда да бабына келген, илеуі қанған материал береді. Бір кәсіпқой боксшының "нағыз ұрыс қарсыластар шаршағанда басталады" деген сөзі еске түседі. Жаманды бағалау арқылы белгілі бір журналистің әр түрлі кезеңдегі кәсіби деңгейінің артып, дамып келе жатқан деңгейін анықтауға болады.

3. Аталған журналистің мәтінді редакциялауға қажетті уақыты мен қатесін жөндеуге кететін мерзімінің мөлшері. Бұл көрсеткішті жылдам анықтауға болады. Мұны редактордың әр түрлі тілшілердің материалын түзетуге кеткен уақытымен білуге болады, сол арқылы кімнің жақсы жұмыс істейтінін, кімнің нашар жұмыс істейтінін оңай анықтауға болады. Оның үстіне қазіргі жағдайда мұндай есепті әр түрлі редакциялық-баспалық жүйемен жылдам анықталады. Бағдарлама сондай-ақ жасалған түзетулер санымен және оның мәтін көлемінің қанша мөлшеріне тең екендігімен анықталады.

Журналистің өзі де кәсіби деңгейін өзі анықтауға болады, оны өзі редакцияға ұсынған мәтін мен басылып шыққаннан кейінгі мәтінді салыстыру арқылы анықтауға болады. Олардың айырмашылығы неғұрлым аз болса, дәл осы басылымға жарамдылығы жақсы болса, соғұрлым журналистің кәсіби деңгейінің жоғары болғандығын көрсетеді. Оның үстіне редактор тарапынан тіптен көп, мөлшерден тыс қателердің түзетілуі журналист пен редактор арасындағы түсінбеушілікті да есте ұстау керек. Мұндай жағдай редактор мен журналистің екі мектептің өкілдері болуына да қарайды, сондай-ақ мәтін жазуға десек әр түрлі көзқарастарына да байланысты болады. Кей кезде журналист мақалада өзіндік пікірін білдірсе, редактор мақалада өзіндік пікір болуы мүмкін емес деп, пікір білдірілген тұсты түгел сызып тастайды. Немесе

журналист "маңызды" ақпарат беруді мақсат етсе, редактор күлкілі, көңіл көтеретін деталь талап етеді де аямай сызып тастайды. Мұндай жағдай қайталана беретін болса, журналиске басқа жақтан жұмыс істеуге тура келеді. Барлық адамға бірден берік отбасы құруға мүмкіндік бола бермейді ғой, сол сияқты журналиске де өз редакторын тапқанға дейін бірнеше редакцияда болуға тура келеді.

4. Дедлайндағы олқылық. Бұл жердегі әңгіме журналистің белгіленген уақытта мәтінді өткізе алмай қалуы туралы болып отыр, мұны дедлайн деп атайды (бұл термин, яғни дедлайнтермині *deadline* деген ең соңғы мерзім деген мағына беретін сөзінен алынған термин). Журналистің деңгейі неғұрлым жоғары болған сайын, ол уақытты тиімді деп есептейді, мәтін жазу барысындағы әрбір операцияға (атқарылар іс түріне) қанша уақыт керек екені, одан көп уақыт кетсе мәтін мен материал даяр болмай қалатынын нақты есептей алады. Дедлайн кедергісі журналистің ең үлкен кемшілігі болып саналады. Кейбір редакциялар бұл үшін айыппұл салады, айыппұл болғанда адамды тұншықтыратын дәрежедегі айыппұл салады, кешіктірілген әрбір минутқа бір доллардан айыппұл салуы осыны көрсетеді. Егер журналист мәтінді үнемі кешіктіретін болса оны ауыстыру туралы пікір туады.

5. Ұсынылған тақырыптың тереңдігі. Журналистің кәсібилігі ол қамтитын, жұмыс істейтін саладағы қақтығыстар мен қарама-қарсылықтар санымен өлшенеді. Бұл теңіздегі көзқарасқа ұқсайды, адам теңізде бірінші толқындарды көреді, сонан соң, біраздан соң су бетінің шымырлағанын да көреді. Міне, осы су бетінің шымырлағаны арқылы үлкен, ірі толқындардың дәрежесін байқауға көмектеседі, ал олардың болмауы материал жазуға дереккөз болады. Сондықтан бірдей жағдайға біреулер шағым айтады, ал біреулер мезі болған тақырып екеніне шағым айтса, біреулер барлық қамтуға мүмкіндік болмағанына шағым айтады. Міне, осылай дилетант пен кәсіпқойдың мақаласы осылай бір-бірінен бөлінеді, айырмасы болады. Біріншісі негізгі оқиғаны ғана байқайды, екіншісі байланыстары мен ньюанстарын, материалды байытатын, көлеміне көмек болатын сәттерді түгел байқайды. Журналист белгілі дәрежеге жету үшін басқа ешкім жетпеген ерекшеліктерді меңгереді, белгілі тақырыптағы тәжірибеден өтеді. Егер редакция басшылары журналист жеткен осы жетістіктерді уақтылы байқамаса, жалақысын тиісті дәрежеде көтермесе, ол сіңірген еңбегіне лайықты жоғары жалақыны басқа редакциядан алуға мәжбүр болады.

12. ЖУРНАЛИСТІҢ КАРЬЕРАСЫ МЕН ЖУРНАЛИСТ ЖҰМЫСЫНЫҢ ПСИХОЛОГИЯСЫ

Мансаптың екі түрі болады, олар: әкімшілік мансап және ішкі кәсіби мансап. Әкімшілік мансап дегеніміз қызметінің өсуі, ол бағыштылар

санымен өлшенеді. Әкімшілік мансап әскерде және басқа да күш құрылымдарында анық байқалады. Мысалы, әскери училищені бітіруші алғашқыда взвод командирі болады, сонан соң қызмет өтіліне қарай рота командирі, батальон, полк, дивизия, корпус командирі, армия, әскери округ командирі болып көше береді. Әкімшілік мансапты азаматтық салада да жасайды, алғашқыда қызметкердің бағыныштысы болмаса, содан кейін бөлім бастығы, департамент, филиал директоры болып, сонан соң бүкіл мекеме директорлығына дейін тағайындалады. Әкімшілік мансаптың тағы бір түрі болады, онда қызмет өспейді, бір-бірінен жоғары тұратын құрылымдар өседі. Мысалы, кәсіпкер дүкен ашады да, онда өзі сауда жасайды. Содан соң дүкен кеңейіп, онда жалдамалы сатушылар қызмет етеді. Содан кейін алғашқы атаумен бірнеше дүкен ашылады, одан кейін ондаған дүкен ашылып, бәрі бір фирмаға қарайды, оның барлығы алғашқы кішкене дүкеннен басталған, бірақ кәсіпкердің қызметі баяғыдай осы фирманың директоры.

Кәсіп ішіндегі мансап дегеніміз - адам жасайтын жұмыстың құнының өсуі. Бәрінен бұрын ол "еркін" кәсіп өкілдеріне қатысты болады, оларға артистер, қорғаушылар (адвокаттар), спортшылар сияқты мамандық иелері жатады. Мысалы, барлық артистер сахнада ән айтады және билеумен айналысады, кино мен театрда белгілі бір рольді ойнайды, бірақ "жұлдыздардың" қаламақысы (гонорары) жай артистердің қаламақысынан жүздеген есе көп болады. Бұлардың мансаптық өсуінің көрсеткіші артистің алғашқыда ән айтуы мен киноға түсуі тек қана ақшаға қатысты, содан кейін басқасына, сонсоң үшіншісі үшін түсіп кете береді. Қорғаушылардың (адвокаттардың) мансабы да осыған ұқсас. Алғашқыда адвокат "тегін" жұмыс атқарады, яғни адвокатқа төлеуге ақшасы жоқтарды мемлекет есебінен қорғайды. Содан соң орташа класты қорғайды да, одан кейін министрлер мен олигархтарды қорғауға дейін өсе береді. Бірақ оның жұмысының сипаты өзгермейді, бұрынғыдай шағым даярлайды, ұсыныс түсіреді, талап арыз түсіреді, сотта сөйлейді, сондай-ақ болған оқиғаны жеке тексеру жасайды. Футболимстердің мансаптық жолы одан да айқын: алғашқыда спортшы үшінші лигада ойнайды, сонсоң екінші лигада, содан кейін бірінші лигада, жоғары лигада немесе легионер болып Еврапаның ең үздік командасының бірінде ойнайды. Ал жұмысы іс жүзінде ауыспайды.

Ал журналистикаға келсек, әкімшілік мансап редакция сатысының баспалдақтары арқылы алға жылжуымен ерекшеленеді. Шындығында мұндай баспалдақ әскерде онға жуық болса, журналистикада бар-жоғы төртеу болады, олар: тілші, бөлім редакторы, бас редактордың орынбасары және бас редактор. Тілші мақала жазады. Бөлім редакторы тілшілерді басқарады. Бас редактордың орынбасары газет сандарына жіберілетін ағымдағы жұмыстарды қадағалайды. Бас редактор стратегиялық басқаруды және өкілдік қызметін іске асырады. Бұдан басқа әкімшілік баспалдақ жоқ, бұдан басқа қызмет түрлері мансаптық

өсудің елесін тудыру үшін ойлап табылған, сонымен қатар жалақы өсіру себептері болып табылады. Мысалы, тілшімен редактордың арасына "аға тілші", "арнаулы тілші", "шолушы тілші" деген сияқты қызметтерді жиі кіргізіп жібереді. Кей кезде мұндай қызметкерлер арнайы бір сала бойынша маманданады да, ағымдағы репортерлық жұмыспен шұғылданбайды. Бірақ олардың жұмыстары ерекшелігі бойынша бұрынғыша ақпарат жинау мен мақала жазу күйінше қалады.

Журналистикадағы ішкі кәсіби деңгейі бар-жоғы үшеу: жай журналист, сарапшы және "жұлдыз". Жай журналист ортаңқол сападағы мақала жазады, яғни жариялауға жарайтын мақала жазады. Сарапшы бір тақырыпты өте жақсы біледі, осы тақырып бойынша жай журналистке қарағанда әлдеқайда терең мақала жазады. Бұл деңгейлердің арасындағы айырмашылық таза журналистік шеберлікке байланысты емес, тақырыпты білуіне, оқиғаны жақсы білуі мен өзара байланыстыруына қарай бөлінеді. Сарапшы жай журналист байқамайтын әрі түсінбейтін тақырыпты көреді әрі ұсынады, сондықтан сарапшының еңбегі бірнеше есе қымбат болады. Егер редакция аса тереңдікке жататын мақала алғысы келсе, амал жоқ сарапшының шартына көнуге мәжбүр болады. Жай журналисті басқа жай журналистпен ауыстыруға болады. Ал сарапшыны ешкіммен ауыстыра алмайсыз.

"Жұлдыз" журналист оқырманға белгілі, мойындалған журналист. Журналистің есімін оқырман есіне сақтаса, дәл оның мақаласын іздейтін болса, ол үшін басылымды таңдайтын болса, "жұлдыз" болады. Журналистік ұғымдағы жұлдыздардың санының болуы басылымның бәсекелестігі мен жеңісін қамтамасыз етеді, сондықтан басылым "жұлдыздарды" сатып алуға тырысады, өйткені оның құны еңбек нарқында өте жоғары, сарапшы мен жай журналиспен салыстырғанда әлденеше есе артық болады.

Сонымен, журналисте екі мансаптық мақсат болуы мүмкін: біріншісі әкімшілік баспалдақпен жылжып, бас редактор дәрежесіне көтерілу болса, екіншісі - өз кәсіби шеберлігін арттырып "жұлдыз" болу. Бұл жоғарыға баратын жол. Тәжірибеде бұдан да басқа "жанына" қарай өсетін мансаптың түрі болады. Мұндай мансаптың негізгі түрлері төртеу: мұндай мансапта қызметтік өсу болмайды, ол ең төменгі деңгейдегі деңгейден қызметке өсу, PR-ге шығу және мамандық ауыстыру. Оның әрқайсысын түгел қарастырамыз. Бұрын айтылып кеткендей, журналистикада мансаптың баспалдақтың өте аз болуы - өзіндік ерекшелігі болып табылады. Жас қызметкер редакцияға келген соң, бірде-бір сатыға жоғары көтеріле алмайтынын тез арада байқайды, тіпті бөлім редакторы да бола алмайды екем - деп ойлайды. Себебі, бөлім редакторы кез келген уақытта жұмыстан шығарып жібереді, сонсоң ешқайда өсе алмаймын - деп ойлайды. Ал адамда өсуге деген талпыныс қалыптасқан. Және бұл қажеттілік соншалықты жеккөрінішті түрде іске

асырылады. Бір редакцияда жұмыс істеу жалықтырып жіберген журналистке, тағы да осындай сәл ғана жалақысы артық жұмысқа ауысады. Бір жыл немесе бір жарым жыл өткенде әлгі оқиға қайталанатын болады. Мынандай оқиғалар да болады, адам бір "айналыс" жасап, бірнеше басылымдарды ауыстырып, содан кейін барып өзі алғаш істеген басылымға тілші болып келетін жағдайлар да болады. Сол үшін журналистикада басқа салаға қарағанда ауысулар ағымы көп болады, сондықтан 30-35 жылдың ішінде журналистиканың барлық басылымдарында істеген тілшілер көп болады. Төменгі деңгейдегі басылымнан қызметі өсуіне байланысты ауысқан журналистер аға буын журналистерге тән болады. Мысалы мұны былай түсінсе болады, себебі, жалпыұлттық газеттен шеткері жатқан, муниципальды газетке немесе ведомствалық, корпоративтік газетке редактор болып кетіп жатқан журналистерге де қатысты болады. Мұндай ауысу тіпті жалақының азғантай көтерілуіне байланысты болады, мұның басты себебі - мәртебесінің өсуі. Мұндай өсу арқылы журналист арнайы кабинетке ие болады, оның ендігі жұмысы басқалардың мақаласына редакторлық жасау, әкімшілік және компания жетекшілерімен сөйлесу, сөйтіп, баспасөз-конференциясына барудан, жолсапарлардан құтылу. Бұл жағдай тыныштық пен жайлылық әкеледі, кәсіби өсу тоқтайды, себебі кішкентай газетте белгілі болуға және бәсекелестікке жол жоқ.

Егер төменгі деңгейдегі басылымға ауысқан кезде оған жоғары деңгейдегі басылымда орын қалмағандығын білдіреді, болашағы қалмағандығын білдіреді, көптеген журналистің PR-ге шыққандығын білдіреді, себебі, журналистикада оған мансаптың аралық кезеңі ғана қалғандығын білдіреді. Айтарлықтай көпшілігі журналистикаға байланыстарды арттырып, сонан соң баспасөз қызметіне немесе қандай да бір мекеменің қоғаммен байланыс бөліміне, өзі жаза алатын салаға кетуге, сол салаға орналасу үшін барады. Екінші жағынан, баспасөз хатшылығына журналистік жұмыстағы тәжірибе қажет болады. Мамандықты ауыстырудың астарында мамандықты өсіру мақсаты жатады, мұндай жағдайда журналист ньюсмейкердің жағына бекерден-бекер өтіп кетпейді, PR жағына шыққан соң өзі де ньюсмейкер болады. Бұл түрі әсіресе саяси журналистикаға тән болады: журналист мұндай жағдайда партия мен саясат туралы жазып, өзі де партияға өтіп, өзі де саяси белсендіге айналып кетеді. Мұндай жағдай кәсіпкерлікте жиі болып тұрады, ал арнайы білімді қажет ететін немесе бірнеше жылғы дағдыны қажет ететін, мысалы медицинада, юриспруденцияда, спортта ешқашан болмайды. "Мамандық ауыстыруға" мынандай жағдай кіреді, егер журналист ғалым немесе жазушы болса, монография жазуға көшеді немесе көркем шығарма жазады.

Мансап құалаушылыққа қатысты психолог Михайл Литвок қызметкерлерді үш топқа бөледі, олар: мансапқорлар, мәдениетшілер, салақтар (бос белбеулер). Мансапқорлар үшін кәсіптегі жетістік - өмірінің

басты ісі болып табылады. Сол үшін ол барлық уақытта талмай көп еңбектенеді, уақыттан тыс жұмыстан бас тартпайды, егер сұранса тегін де істей береді. Мансапқордың ерекше қыры - үнемі кәсіби өсу. Егер оған өз мекемесінде өсу мүмкіндігі болмаса, басқа жолын іздейді. Бағынышты мансапқор барлық уақытта өз бастығының орнын алуға тырысады. Бастық мансапқор да оны өз орнына қойып, өзі одан да жоғарыға ауысуға тырысады, әрекеттенеді. Мансапқорды асханада немесе темекі шегетін орында айтқан әңгімесінен тануға болады. Мансапқорлар сол жерлерде де жұмыс жөнінде әңгімелеседі.

Егер мансапқор кәсібі бойынша өссе, мәдениетші өз кәсібі бойынша өсуді қанағат етеді. Мәдениетші термині кеңес дәуірінде қалыптасқан, ол кезде мәдениет үйінде көркемөнерпаздар үйірмесі жұмыс істейтін, сол үйірмелерді хобби (қызығатын әдет) қылып көп уақытын соған жұмсайтын, оны өз жұмысынан да артық көретін жұмысшылар болатын. Бұл, әдетте, өз кәсібін дұрыс таңдамағандар арасында ұшырасады; адам музыкант немесе әртіс болуды армандады, ал оны инженер немесе дәрігер болуға мәжбүрледі. нәтижесінде ол өзі ұнатпаған мамандықпен жұмыс істеуге мәжбүр болды. Сондықтан ол жұмысқа ынты-шынтымен кіріспейді, бірақ жұмысынан да шығып қалғысы келмейді.

13. БӨЛІМ РЕДАКТОРЫНЫҢ ЖҰМЫСЫ

Газет пен журналдағы бөлім редакторының жұмысы екі бөлімнен тұрады. Біріншісі, материал үшін идея табу және болашақ мақаланың тақырыбын табу, екіншіден, штаттан тыс авторлар мен журналистер жазған мәтіндерді редакциялау. Кей кезде бөлім редакторларының өзі де мәтін жазады, бірақ ол олардың негізгі жұмысына жатпайды. Бірақ авторлар ізденіс арқылы тиісті тақырыпты аша білуі керек. Сондықтан аталған тарау редактор жұмысының алғашқы екі түріне арналады.

Идея табу редакторға оқиғаның жалпы көрінісі жайлы жақсы мағлұмат алуға мүмкіндік береді. Тілшіден айырмашылығы уақытының көпшілігі іс-шараға қатысуға ньюсмейкерлермен телефон арқылы сөйлесуге бөлім бастығы редакцияны тастап немесе ақпарат деректерімен тікелей байланыс жасауға өте сирек барады. Ол негізінен ақпаратты тілшінің өзінен болмаса басқа БАҚ өкілдерінен ғана алады. Бірақ ол оқиғаның кейбір деталін тілшіден аздау білгенмен оқиға арасындағы өзара байланыстарды түсінуде, ньюсмейкерлердің алдағы әрекеттерін есептеуде тілшінің алдын орағытып кетеді.

Осыған байланысты бөлім редакторы қызып жатқан жаңалықтарды алдын ала біліп, сол жаққа тілшілерді бағыттайды. Болған оқиғамен жұмыс істеуде және барлық белгілі оқиғалар туралы, сол оқиғалардың бір қыры туралы немесе оның сөйлемі туралы қызықты сұрақ қоюды

қисындау болып табылады. Бағынышты тілшілердің назарын аударумен бірге оларға сұрақ қисындап, ол басылымның тақырыптық күн тәртібін қалыптастырады. Тақырыптық күн тәртібі бөлім редакторының біліктілігінің деңгейін айқындайтын негізгі көрсеткіш болып табылады. Егер тілшілер, оның ішінде белгілі бір салаға жауапты тілшілер, ерекшелігі бар эксклюзивті ақпарат жөнінен және алынған ақпараттың толықтығы жөнінен редактордан озық болғанмен, аталған бөлім редакторлары тақырыптық күн тәртібін білуден артық болады. Әдетте бөлім редакторының кәсіби деңгейі саланы кеңейтіп, тереңдетуімен, кеңдігімен, көркемдігімен айқындалады.

Бөлім меңгерушісінің тақырыпты қисындауына ойлаудың жалпы мәдениеті, тақырыптың саладағы жақсы бөлімі жәрдем береді. Ол оның бөлімі айналысатын қызмет аясының қалай құрылатындығын білуі тиіс. Мысалы, саясат бөлімінің редакторы мемлекеттік билік органдарының құрылысын, партиялық жүйенің құрылымын білумен қатар саяси сұрақтарды реттейтін заңдармен де таныс болу керек. Оқиға бөлімінің редакторы төтенше жағдай қызметі мен заң қорғаушы органдардың жұмысын жетік білуі керек, сондай-ақ олардың құзырын, міндетін, қылмыс әлеміндегі билік органдарының жүйесін де білуі керек. Бұдан басқа бөлім редакторына қарастыратын саладағы болып жатқан қарама-қайшылықтар мен қақтығыстардан да міндетті түрде хабардар болу керек. Бұл редакторға оқиғаның "жаңалық көлемін" жедел бағалауға мүмкіндік береді, арзистын оқиға мен арзымайтын оқиғаны ажыратуға да, бағалауға да көмектеседі. Жүйелі түрде байқамаудың салдары жұмыстың былығына, реактивті болуына алып барады, мұны редактор түсінбей, болған уақиғамен әуре болып кетеді.

Жалпы ойлау мәдениеті өз кезегінде философиялық заңдарды білуімен және оны өз жұмысында пайдалануымен айқындалады. Ондай заңның үшеу екенін еске саламыз, олар: бірлік және қарсы келгендермен күресу заңы, қарама-қайшылық заңы және саннан сапаға көшу заңы. Бірлік және қарсы жаққа күрес заңы дегеніміз - табиғатта демалу мен қозғалу, сондай-ақ қоғамдағы ойлау өзара әсерлесу мен қарама-қарсылыққа өзара әсер етеді және олардың арасында пайда болатын қарама-қайшылыққа күрес арқылы әсер етеді. Демек бөлім редакторы кез келген жағдайды статикалық немесе орнықты деп қарамау керек, әлдебір "ұрыс шекарасы" деп қрап, өзара соғысып жатқан күштер деп білу керек. Бір жағдайдың төңірегіндегі осындай қақтығыстарды анықтауға редактор бейім, қабілетті болу керек, ол дәл көре білсе даму туралы болжау да дұрыс жасалады. Қарама-қайшылық заңы былай дейді, "Даму дегеніміз қарама-қарсы жақтың бірін-бірін үнемі теріске шығару әрекетінен болады, олардың бірін-бірі мойындамауы, себебі, алға басқан қадамы кері кетеді, сөйтіп қатаң түрде сол қадамды қайта бастайды".

Өмірде бұл заң үнемі бір нәрсені жоқ қылып отырады, оның орнына басқа бір нәрсенің келуіне себепші болады, егер, мысалы, бала жоқ болса, орнына ересек келеді, оқушы жойылса, орнына студент келеді, жерге тастап жоқ болған дәннің орнына бидай шығады. Бөлім редакторына қарайтын жұмыс сапасында да үнемі осындай болып тұрады. Онда үнемі бір нәрсе өзінің өмір сүруінитоқтатып, орнына жаңа сападағы нәрсе келеді. Осындай өзгерістерді тіркеп отыру мақала жазу үшін таусылмайтын дереккөз болып табылады. Ал саннан сапаға көшу заңына "өлшем" және "секіру" ұғымдары кіреді. Өлшем дегеніміз сапалық өлшемгеиәкелмейтін сандық өлшем, мысалы, арақтың дозасы нақты адамды сау күйінен мас күйіне жеткізе алмайды, оның үстіне аяғынан тұра алмайтын, қабілетінен айрылған адамның күйіне жеткізе алмайды. Немесе бала өседі, бірақ аяқ киім мен басқа киімдерді киюге кедергі бола алмайды. Ал секіру дегеніміз - мүлдем басқа сапаға ауысу, мысалы сау адамды мас адамға айналдыру, себебі одан кейін жүре де алмайды, саналы түрде ойлай да алмайды. Немесе белгілі бір кезде баланың киімі тар болып қалады. Заңның өзі былай қалыптасады: "Даму затта сапалы белгілер жинақталғанда ғана болады, бұл оның өлшемін өзгертуге алып келеді (қалыпты жағдайын), содан соң секіру арқылы басқа затқа айналады. Бөлім редакторы мынаны үнемі есте ұстап отыру керек: өйткені сапалық өзгеріс үнемі болып тұрады, міне соны байқай отырып, БАҚ-тағы сапаны да алдын ала біліп отыруға болады және мұны оқиға деп атайды".

Жоғарыда сипатталғандар жай тілшілердің басылымға тақырып ұсынудан біржола босанғандығын білдірмейді. Бірақ олардың негізгі міндеті - ақпарат жинап, оны хаттап, жинақтап отыру, ал оның тақырыптық күн тәртібіне редактор жауапты болады.

Тілшілер тарапынан болатын өлшемге жедел оқиғаға қатысты төрттен үшке дейінгі өтініш қана болады. Сондықтан тақырыптың негізгі бөлігін оларға бөлім редакторы береді. Оның құзырына тағы да мыналар кіреді, аталған тақырыпты "ойнап" шығу; қай жанрға материал дайындау керектігі, оқиғаның қай қырын қамту, басылымды график (кесте) бойынша безендіру сияқты мәселелер. Егер редактор әлгідей жұмыстардың барлығын тілшілердің мойнына асып қойса, оның біліктілігінің жеткіліксіздігін көрсетеді. Тілшілерге бір-бірінің мақаласын редакциялауға жүктеуге болады, әсіресе, қатал талап қойылған мақалаларды бір-біріне редакциялатуға болады. Бірақ тақырыптық күн тәртібін тек қана бөлім редакторының өзі ғана атқаруы керек, басқа ешкімге жүктеуге болмайды.

Бөлім редакторының екінші бөлімі мақаланы редакциялау. Редакциялардың мақсаты мәтінді жетілдіру, тілшілер жинаған ақпараттарды нақтылап, падалы тиімді ету. Редакциялауға мақаланы "редакторлық оқу" кіреді және жөндеу жатады. Әрі қарай бұл кезең түгел қамтылады. Жай редакциялаудан редакторлық редакциялаудың

артықшылығы мәтіннің әр түрлі жағына назар аударылатындығында. Рой Питер Кларк мұндай әртүрлілікті "ренгендік" редакциялау деп атайды. Бұл мақаланы "тесіп өтетін" оқу деп аталады, бұл кезде редактор мәтінді түгел оқып қана қоймайды, оның әрбір элементін байқайды және жетілдіру жағына мән береді. Рой Питер Кларк редакторлық оқудың 27 тәсілін атап өткен. Олар мыналар:

1. дауыс үшін
2. басқаның даусы үшін
3. дәлдік үшін
4. мағыналық үшін
5. былық пен ретсіздік үшін
6. тілі үшін
7. ақпарат үшін
8. пікір үшін
9. шың, биіктеу үшін
10. құрылым үшін
11. ашықтық, айқындық үшін
12. түсініктілік үшін
13. байланыс үшін
14. тұтастық үшін
15. бұқаралық үшін (оқырман көзімен)
16. қамтылғандық үшін
17. айтатын ойы үшін
18. шешім үшін
19. жеңілдік үшін
20. детол үшін
21. темп (жылдамдық), қадам, ритм үшін
22. екпін және астын сызып қою үшін
23. саны үшін
24. әңгімелесу және диалог үшін
25. әсер ету үшін
26. түр-түсі үшін
27. легі мен ағысы үшін.

Кей кезде редактор, сирек жағдайда мақаланы 27-ге дейін оқиды. Осы 27 ерекшеліктің біреуін оқуға орта есеппен екі минуттан кеткеннің өзінде кем дегенде бір сағат уақыт кетеді. Бұл күнделікті шығатын газет редакторы үшін 5-7 мақаланы редакциялағанның өзінде 2-3 сағат уақыты кетеді, бірақ мақаланы түзету үшін оған бар-жоғы 15-20 минут берілген. Одан бөлек, көптеген редакцияларда мәтін басылым көрердің алдында корректордың оқуынан өтеді, сондықтан редакторларға орфография мен пунктуациялық қателіктерді тексеруден құтылады, ал мақаладағы дәлелдерді тексеру кімнің құзырына жататынын білмейді. Сондықтан Рой Питер Кларктың 27 ұсынысы, редактор оқуының бағдарлама-

максимумы болып табылады. Ал тәжірибеде бірнеше оқумен, оның ішінде оқудың маңызды түрлерімен ғана айналысуға ғана тура келеді.

Біріншіден, бұл бақылау сұрақтары болып табылады, өйткені автор мақалада оларға жауап беруге тура келетін сұрақтар болып табылады.

Мұндай сұрақтардың әр түрлі саны көп. Олардың негізгілері мынандай жаңалықтың алты сұрағы, (кім? не? қайда? қашан? неліктен? не себепте? деген сұрақтар), Немесе редактор қақтығыстың екі тарапы да мақалада көрсетілгендігін тексеруі мүмкін. Мұндай дәстүр сапалы басылымдарда қалыптасады. Мұндайда сұраулықты пайдалануға болады, ол сұраулықты журналист Александр Кабаков түзген. Ол түзген сұраулықта бұрыннан бар алты сұраққа тағы да бес сұрақ қосылған, олар мыналар:

- * кімге несімен тиімді
- * кімге несімен тиімді емес?
- * одақтастары кім?
- * қарсыластары кім?
- * енді не болады?

Екіншіден, көзбояушылықпен оқу. Мұндайда редактор мақаланың негізгі идеясының қаншалықты түсініктілігіне назар аударады, бұл мақалада келтірілген дәлелдерге қарсы келмей ме, тақырыптан ауытқып кетпеген ба, журналистің шешімі қаншалықты дәлелденгендігіне мән береді. Бұдан басқа мәтіннің дағдылы қателіктеріне оның өлшеммен жазылмағандығы, яғни сиымсыздығы, бөлімдердің ыңғайсыз орналасқандығы, бөлімдердің бір-бірімен мықты байланыспағандығы және баяндаудың жүйелілігінің бұзылуы жатады. Мынаны есте ұстау керек, бір мақалада барлық уақытта бір ғана ой айтылуы керек (егер екі ой айтылған болса, дұрысы екі мақала жазу керек) және кез келген хронологиялық жүйеден ауытқушылық негізделіп отырылу керек. Басқа жағдайдың барлығында оқиға қалай болса сол ретпен сипатталуы керек.

14. РЕДАКЦИЯНЫ БАСҚАРУ

Редакция қосалқы қызметпен, басылым даярлаумен айналысатын редакцияның шығармашылық ұжымынан тұратын мекеме. Әдетте, шығармашылық ұжымның жалпы саны редакция қызметкерлерінің 30-40% құрайды, демек редакция журналистерінің саны аз болады. Редакцияны бас директор басқарады. Ол басылымның иесі алдында жауап береді және табыстығына да жауапты болады. Бас директордың қарамағында бас редактор болады және ол шығармашылық ұжымды басқарумен бірге көмекші қызметкерлерді де басқарады. Әдеттегідей көмекші қызметкерлер коммерциялық бөлімге бөлінеді, олар басылымның таралуымен, жарнаманы сатумен, басылымның өз жарнамасымен айналысады; ал қаржы бөлімі өзінің қарамағына есеп

бөлімін (бухгалтерияны), әкімшілік-шаруашылық қызметін кіргізеді және қамтиды, ал ақпараттық жүйе бөліміне компьютер қызметкерлері кіреді.

Ресей басылымдарында бас директор мен бас редактордың қызметін бір адам атқаратын жағдай жиі ұшырасады. Мұндай қызмет атқару түрі редакцияның жұмысын орталықтандыруға, басылымның баға саясаты мен кадр саясатын жедел өзгертуге мүмкіндік береді. Кемшілігі шектен тыс жұмысбастылығы, себебі бір адам әрі басылымдағы жұмысты да атқарып, шаруашылық жұмыстарын да амалсыз бір өзінің шешуі осылай болады. Бұл жұмысты екі адам басқаруы кезінде олардың арасында келіспеушілік болып қалуы мүмкін, себебі бас директор басылымның пайдалылығын ойласа, бас редактор өзінің шығармашылық мүддесін іске асыруды ойлауы мүмкін. Егер мұндай қарама-қайшылық екеуінің түсінігімен шешілетін болса, басылым қосымша дамуға қарқын алады. Ал осы міндеттерді бір адам атқарған кезде бір жағына ауып кетуі мүмкін, әдетте шығармашылық жағына ауып кетеді, бұрып кетеді. Мынадай жағдай да болады, себебі бас редактор өзіне жайлы редакция жасауы мүмкін, бірақ бұл оқырманға ұнамайды.

Редакцияның шығармашылық ұжымы оның санына қарай жазық құрылымды немесе пирамидалық құрылымды таңдауы мүмкін. Жазық құрылым болған кезде барлық журналистер бас редакторға бағынышты болады, ал пирамидалық құрылымды таңдаған кезде бас редактор мен журналистердің арасына аралық бөлім пайда болады.

Аралық бөлімнің (звено) саны қабылданған менеджмент ережесіне байланысты айқындалады, бұл бір адамға бағыныштылар санының жетеуден аспауын басшылыққа алады. Егер редакцияның шығармашылық ұжымы 50-ден асса журналист пен бөлім редакторларының арасында "топ редакторлары" бөлімі құрылады.

Келесі бір аралық бөлімнің пайда болуы журналистер саны 350-ден асқанда болады, бірақ мұндай редакциялар іс жүзінде болмайды.

Жазық құрылымның артықшылығы басылым басшылары мен бағыныштылардың арасында тікелей байланыс болуында. Нәтижесінде екі бағытта да ақпарат бұрмаланбай тез тарайды. Кемшілігі - олардың саны аз болғандықтан қызметкерлерінің нашар мамандануында. Бұл материалдың атүсті жазылуына алып келеді, себебі бір журналист бүткіл бір салаға жауап беретіндіктен тақырыпты терең зерттеуге мүмкіндігі жете бермейді. Одан басқа жазық құрылымда бас редактордың өзіне мәтінді жиі редакциялауға тура келеді, терілімді де өзі бақылайды, бұл оған басылымды стратегиялық жақтан басқаруға кедергі келтіреді.

Пирамидалық құрылым керісінше журналистерді жеке тақырыптық бағытта терең мамандануға мүмкіндік береді. Сондықтан ірі басылымдардың материалдары кішкентай шағын бюджетті газет-журналға қарағанда әлдеқайда терең баяндалуымен ерекшеленеді. Пирамидалық құрылымның кемшілігі бас редактор мен оның қарамағындағылардың арасындағы байланысының қиындығында, себебі

аралық бөлім арқылы бас редактор мен бөлім редакторлары тарапынан берілген тапсырмалар қарапайым қызметкерлерге кешігіп жетеді, әрі жолда бұрмаланып жетеді, керісінше қарапайым қызметкерлердің де идеялары бірнеше сатыдан өтіп, "бұзылған телефон" нәтижесіне ұшырайды.

Егер редакцияның шығармашылық ұжымының жазық құрылымы біртекті болса, пирамидалық құрылымның бірнеше әртүрлі көрінісі болады. Оның ішінде ең көп тарағаны бір бағытты құрылым, бұл құрылымның әр бөлімінің бекітілген тақырыптық бағыты болады (саясат, экономика, мәдениет, спорт, төтенше оқиға т.б.), ал журналистер тек қана өзінің бөлім редакторына ғана бағынады.

Бір бағынышты (сызықты) құрылымды өте тиімді деуге болар еді, бірақ оның айтарлықтай кемшілігі де бар. Бөлімдердің мамандануына сай келу үшін өмірдің көп құбылысы тіптен көпқырлы болып келеді. Міне, сондықтан осы құрылымдағы әр түрлі бөлімдерінің қызметкерлерінің өзара әрекет жасауы өте қиын, себебі бөлім редакторлары арасында келісім болуды қажет етеді. Нәтижесінде, қиын материалды бір ғана бөлім қызметкерлеріне дайындауға тура келеді, бұл тақырыпты толық аша алмауға алып келеді, сондықтан бәсекелестерінің алдында тақырыпты бірлесіп шешетін бәсекелестерінің алдында ұтылысқа алып келеді. Осы кемшілікті жою үшін пирамидалық құрылымның басқа түрлері ойластырылған, олар - көп бағытты және штабтық құрылымдар.

Көп бағытты құрылымда бөлім редакторлары, яғни белгілі тақырыпқа жауап беретін бөлім редакторлары барлық журналистерге тікелей шығады. Мұндай құрылымға редакцияда жұмыс орны кең мекемелер сай келеді, себебі ол кезде барлық журналистер үлкен залдың ортасына жиналып, яғни Ньюсрумға жиналып, бөлім редакторлары бұрыштарды отырады. Мұндай жағдайда бөлім редакторлары жұмысқа жедел араласып кете алады, әр түрлі мамандықтардың жұмысына жедел араласып кетеді де, аталған тақырыпқа жан-жақты, әрі терең баруға мүмкіндік алады.

Бірақ көп бағытты құрылымның өте үлкен кемшілігі бар. Од мынаған байланысты, себебі, әрбір бөлім редакторына қарасты журналист бола бермейді, ал әрбір журналистің бір мезгілде бірнеше бастығы болады, оның әр бірі журналиске ескерту жасай алады. Нәтижесінде кейбір журналистке тапсырма берілмей қалады да, кейбіреуіне әр түрлі редактордан тапсырмалар тасқыны түседі, ал бұл журналистің жұмыс сапасын түсіруге алып келеді.

Сондықтан бір бағыттағы майысқақ емес құрылым мен көп бағытты шектен шыққан майысқақтықты үйлестіру үшін олардың гибриді (будандасқан) түрі - штабтық құрылым жасалған. Бұл жағдайда редакция журналистердің көп бөлігі бір бағыттағы тек қана бір бөлім редакторына бағынатын құрылымға жұмыс істейді.

Бірақ күрделі тақырыпты жазу үшін, атап айтқанда әр түрлі бөлім журналистері бірігіп істейтін, соны талап ететін жұмысты қамтамасыз ететін штаб құрылады, ол уақытша құрылатын жұмыс тобын бір мезгілде әр түрлі бөлімнің редакторлары басқарады.

Енді соңында редакцияның матрикалық құрылымы редакция қызметкерлерінің бағыныштылық құрылымын екі деңгейлі тұрғыда қарастырады. Біріншісі, вертикальды деңгей бірдеңгейлі үлгіге сай келеді, себебі журналистер бөлім редакторына бағынса, бөлім редакторлары - бас редакторға бағынады. Екінші деңгей горизонтальды немесе жетістікке бағытталған деңгей. Бұл деңгейдің жетекшілері қандай да бір редакторлық жеміске жауап береді, сондай-ақ бас редакторға бағынады. Матрикалық құрылымның басқа редакциялық құрылымнан айырмашылығы мынада, бұл жағдайда бір-біріне тәуелді емес басқару шынжырына байланған. Мысалы, редакцияларда саясат бөлімдері бар, ал онда жұмыс істейтін журналистер саясат бөлімі редакторына бағынады және бұл бөлімді де бөлу керектігін ескертеді. Сондықтан осы жерде редакция бір немесе бірнеше брендпен өнімнің кейбір түрін шығарып жатыр, оған жеке басылымдар да тақырыптық беттер де, бір басылымның аясындағы ұсыныстар да қатысты болады. Бұл жағдайда да журналист жобалардың жетекшілеріне бағынышты болады және солардың ұйымдастыру құрылымдарына қарай қайта бейімделеді.

Мұнан басқа мынаны да атап өту керек, ол редакцияның ұйымдастырушылық құрылымының әртүрлілігі, себебі, бөлімдер тақырыптық бағытқа байланып қалмаса (саясат, экономика, мәдениет т.б.) материалдық жанрға да байланып қалмаса (жаңалық, репортаж, сұхбат, түсіндірме т.б.) редакцияның ұйымдастырушылық құрылымы осындай әр түрлі болады. Мұндай жағдайда әрбір бөлімнің қызметкерлері белгілі бір ғана жанрға материал даярлайды. Мұндай құрылым мысалы компьютерлік немесе спорттық сияқты белгілі бір салаға маманданған басылымдарда болады. "Көпшіліктің қызығушылығын тудыратын" басылымдарда белгілі бір жанрға бір бөлімнің жартысы байланысты болады, мысалы арнайы репортаж бөлімі немесе түсіндірме (комментарий) бөлімі деген сияқты бөлімдер шұғылданады.

15. БАСЫЛЫМ МАЗМҰНЫ

Редакция басшылары журналистерді басқарумен қатар тақырыпты да басқарады, ол дегеніміз мынаны айқындайды, яғни басылымда не жарияланатындығын айқындайды. Бар тәжірибеге сүйенсек, басылымның маңызды толтырылуы үш тәсілге қатысты болады, олар: суырып салмалық, айдарланған және комплексті жоспарлау тәсілдері.

Суырып салма әдіс ең қарапайым және кең тараған әдіс түрі. Бұл жағдайдағы шешім былай болады, басылымның әрбір санында жарияланады, ешбір ұстаным мен жоспарға қарамайды, кәсіби тәжірибе мен интуицияны тірек етеді. Журналистер мен бөлім редакторлары мұны тікелей жоспарлау алдында шешеді, дәл осы сәтте не жазуға тура келеді, кезекті санның мазмұнын басшылыққа ала отырып басына келген идеясын жазады. Суырып салма әдістің артықшылығы қарапайымдылығы мен жеделдетілгендігінде, себебі оны жоспарлау санаулы минуттарда-ақ шешіледі. Кемшілігі - сенімділіктің төмендігі, себебі, басылымның сапасы өзекті оқиғалар мен редакция қызметкерлерінің психологиялық жағдайына қатысты болып келеді. Егер қарбалас күн тәртібінде және журналистердің жұмысқа деген көңіл-күйінде номерді (санды) сапалы материалдармен толтыру туралы проблема туындамаса, мерзімдік тыныштық пен жиі болып тұратын жалпы желпіну кезінде не туралы жазуды анықтай алмайды. Егер журналистер мен редакторлар мақала үшін тақырыпты апыр-топыр іздей бастаса, әйтеуір басылым санын қалай болса солай толтыруды ғана ойлайды. Мұндайда табылған шешім өте жақсы бола алмайтыны түсінікті. Мұндай жағдайда көптеген тақырыптар сәтті шықпайды. Ең бастысы мұндай асығыс жасалған номер оқырмандарды басылымнан алшақтатады. Егер адам газет немесе журнал сатып алса, одан өзіне оқитын ештеңе таппаса, екінші рет ол газет-журналды дәл айтқанда сатып алмайды.

Айдарлау (рубрикалау) әдісі басылымнан қатал айдарлаушы - матрицаның санын қарастырады, өйткені бұл әр санда қапталады. Кей кезде рубрикаторды "басылымның үлгісі" деп атайды. Рубрикатор (айдарлаушы) тақырыптық бағыттың аралығындағы алаңды бөлуші, қалыптастырушы болып табылады. Сондай-ақ, кейбір материалдың жанрлық сипаты мен өлшемін білдіреді. Әдетте ол А4 немесе А3 формат қағазына басылады және бірнеше қатарға номерленген тік төртбұрышқа жазылады, бұл басылымның беттерін білдіреді. Басылымның қатты композициялық үлгісі тіктөртбұрыштылар қосымша бөліктерге бөлінеді, оның әрбірі мәтінге сай келеді әрі суреттер мен жарнамалық блокқа бөлінеді. Оның қаттылығын бағалау бірнеше ретімен келген номерлерді алуға жеткілікті болады және бетпе-бет салыстыруға мүмкіндік береді. Қатты үлгі арқылы беттің барлық элементтері бір-біріне сәйкес келеді.

Аталған әдісте басылыммен жұмыс сәйкес келетін мәтіндермен және суреттермен айдарды механикалық толтыруға негізделеді. Журналистік ізденіс "жалпы" емес, яғни суырып салмалық (импровизация) тәсіл сияқты емес, өзіндік талаптарға сай нақты айдармен (рубрикамен) байланыстырыла жүргізіледі. Суырып салмалық әдіспен салыстырғанда айдарлық (рубрикалық) әдістің артықшылығы - басылымның сапасындағы тұрақтылық болып табылады. Егер суырып салмалық әдіс бойынша әрбір келесі шығатын санның сапасына кепілдік

беруге болмаса, айдарлық әдісте оқырман кез келген басылым санынан өзіне тиісті жаңалық мәзірін алатындығына сенімді болады. Бұл әдістің кемшілігі белгілі бір кертартпалықтың болуы, себебі форманы мазмұнның үстінен бастайды. Нәтижесінде, журналистер мәтіннің көлемін кішірейтуге мәжбүр болады, оны келтірілген айдардың көлеміне сай өлшемге алып келеді, кей жағдайда маңызды емес жерлерін қырқады, ал кейбір жағдайда мәтінді нақты емес ақпараттарға қосып жібереді.

Комплексті жоспарлау әдісі айдарлау әдісінің дамуына бағытталған әдіс, сондықтан бұл әдіс мазмұнның негізгі көрсеткішін есепке алады, олар үшін тиісті сәйкестік жасайды, бұл басылымның сапасын арттырып одан сайын тұрақтандырылуын қамтамасыз етеді де оқырмандардың мүдделерін есепке алады. Төменде мазмұнның негізгі көрсеткіштерінің үлгі саны берілген, бірақ нақты басылымдардан мақсаттарына қарай бұл тізім кеңейтілуі де мүмкін, қысқартылуы да мүмкін.

* Тақырыптық бағыттың иерархиясы. Бұл көрсеткіш басылым орын алатын "барлығына арналған басылым" мен "қуыс басылымның" аралығындағы орнын белгілейді. Бірінші жағдайда тақырыптық бағыттың саны артады, ал екіншісінде өңделген тереңдік ортады. Тиімді шешімді іздегенде мынаны ескеру керек, себебі басылымның тақырыптық спектрді (түрлі-түсті жолақты) өлшеусіз кеңітіп жіберу "ешкімге де емес" етіп жіберуге тәуекелдік жасайды, ал басылымның аудиториясын (аясын) тіптен тарылтып жіберу өте аз болып қалады да экономикалық негізін қамтамасыз ете алмай қалады. Тақырыптық бағыттың иерархиясы кімге "міндетті" тізімді болжауға мүмкіндік береді, ол басылымға қатысушыларды стандарттық сапаға сай келетіндігін айқындайды, әсіресе, басылымның саласына сай келетіндер кіреді, бірақ оны таңдау құқығы берілмейді. Міндетті тақырыптың, мысалы экономикалық басылымға биржалық дағдарыс болса, дәрігерлік дағдарыстың мысалы СПИД-ке қарсы дәрінің табылуы. Таңдаған тақырыптың мысалдары - шетелдегі роумингтің бағасы, мұны демалыс науқанында барлық қоғамдық-саяси басылымдар жариялайды, ал диета сақтау туралы мақалалар әр көктем сайын әйелдер журналында жарияланады.

* Материалдың жергіліктілігі - басылымның мәтіндерінің географиялық аймаққа қатыстылығын айқындайтын көрсеткіш (жергілікті, аймақтық, жалпыхалықтық, шетелдік) және кімнің нарығы белгілі бір территорияға байланысты екендігінің бәрінен бұрын газетке маңызды болып саналатындығы. Редакция басылым таралатын барлық аймақтан түскен материалдарды қадағалап отыру керек, белгілі бір аймаққа назар аудармау, сол жердегі оқырмандардан айрылуға алып келеді. Журнал нарқы әдетте оқырманға тікелей байланысты болады, сол үшін оған жергіліктілік екінші кезекте тұрады.

* Материалдардың авторлығы. Мақалалар редакция қызметкерлерінің жазғанына қарай, шақырылған сарапшылардың жазғанына қарай, ақпараттық агенттіктің хабарламаларын қарай, басқа басылымнан алып қайта басылғанына қарай, оқырмандар почтасына қарай бөлінеді. Редакция осылардың әрбір түрін және олардағы материалдар үлесін тіркеп, есепке алып отыру керек, сонымен қатар оқырмандар сұрауының ерекшелігіне байланысты да есепке алуы керек. Мысалы, сапалы басылымдар сарапшылардың санына қамқорлық жасауы керек, себебі олар беделділіктің белгісі болып табылады. Жергілікті газеттерде оқырмандар хаттарына көп көңіл бөлу керек, себебі, оның кең тарауы жергілікті тұрғындарды жұмысқа жұмылдыруға көп байланысты болады.

* Материал кейіпкерлері. Бұл көрсеткіш оқиғаға қатысқан топтың қабылданған ара-қатынасын білдіреді, яғни басылымда баяндалған адамдардың өмірі туралы болады. Бұл жердегі жалпы ереже мынандай: адам барлық уақытта референттік топтың өкілдері туралы оқығысы келеді, яғни өзі ұқсатқан әлеуметтік топ жайлы білгісі келеді. Бұл өзі кіретін әлеуметтік топ болуы да мүмкін немесе басқа да әлеуметтік топ болуы мүмкін. Мысалы кедей студент өзін басқа бір кедей студентке ұқсатуы мүмкін, сондай -ақ нәтижеге жеткен кәсіпкерге ұқсатуы мүмкін. Референттік топ әлеуметтік зерттеу жүргізу барысында айқындалады, оны жүргізуге мүмкіндік болмаса баспагерлер мақсатты аудиторияның әлеуметтік-демографиялық сипаттамасына сүйенеді. Мысалы, егер басылым зейнеткерлерге бағытталса, ол негізінен оларға арналып жазылуы керек.

* Мәтіннің модальділігі (рой грамматикалық категориясы). Бұл жерде әңгіме ұнамды, бейтарап және сыни материалдарға қатысты болады. Бұл қатынас басылымның мақсатына, оқырманның көңіл-күйіне байланысты болады. Ақпаратқа бағытталған басылымда бейтарап мәтіндер басым болса, егер қызықты оқиғаға бағытталса ұнамды мәтіндер басым болады. егер басылым болып жатқан оқиғаларға наразы адамдар туралы болса, сыни материалға күш салынады.

* Мекен-жайлық (адрестік) жарияланым. Бұған өмірдегі проблемалық жағдайлары ұқсас, тағдырлары ұқсас адамдарға арналған материалдар жатады. Бұл мысалы, "су астындағы тастан" сақтандыратын, автомашина алу үшін несие алған, олардың балаларының наша шегуден сақтандыру туралы ата-аналарға кеңес беретін мақалалар жатады. Мекенге бағытталған жарияланымдар адамдардың тиісті тобына ықыласпен қабылданады, сондықтан басылымдарды өзіне ынтықтырады. Мекен-жайлық жарияланымның спектрі басылымның аясының кеңеюіне пропорционал болады. Автомобилдік басылымдарда бұл мақала автомобиль иелерінің бір тобына әсер етеді, ал "жалпы қызығу" басылымдарында - әр түрлі оқырмандар тобына әсер етуі мүмкін.

* Басылым тілінің ерекшеліктері. Мұнда тілдік қабаттың кей түрін қолдану марапатталуы мүмкін немесе рұқсат етілмеуі мүмкін. Мысалы жастар баспасының мәтіндерінде саналы түрде жасөспірімдердің тіліне тән сленг (жастарға тән ауызекі сөз) қолданылса, іскер басылымдардың мәтнінде қарапайым тұрмыстық сөздерге шектеу қойылады, ал бұқаралық басылымдарда журналистерден 2-3 мың ең көп қолданылатын сөздерді пайдаланып мақала жазу талап етіледі. Сондай-ақ сөйлемдерді қолданудың ережелеріне де ереже қойылған, мысалы барлық сөйлем қарапайым 4-5 сөзде құралған сөйлемдерден жазылу керек (бастауыш, баяндауыш, толықтауыш).

* Шығармашылық қолданысқа (стильге) қарай мәтін түрлерінің жіктелуі (классификациясы). Осы жіктелуге байланысты мәтіндер төмендегідей жіктеледі. Олар мыналар: мифологиялық (адамның ақылы жетпейтін (иррациональды) психикаға бағытталған), сендіретін (кейбір ғалымдармен шындығын салыстыруға арналған), прагматикалық (өзекті мәселеге бармай, нақты өмір жағдайын сипаттайтын), гедонистикалық (өткір сезімнің жетістігіне бағытталған), сезімдіайқындайтын (болмыстың жоғарғы құндылықтары тұрғысынан мағына іздеу мақсатында нысанның ракурсын парақтау (ақтарып шығу), тор құру (өзара қиылысатын сілтемелердің торы, ол мүмкіндігінше бір мәтіндегі әр түрлі сөйлемдерге сілтеме келтіре отырып, оған әр түрлі мағына беру). Мәтін түрлерін таңдау аудиторияның қажеттілігіне байланысты болады, басылым бірінші кезекте осыны ескереді, осыны қанағаттандырады.

Пайдаланылатын әдебиеттер тізімі:

1. Дэвид Рендалл. Универсальный журналист. - М, 1996
2. Теретичный А.П. Жанры периодической печати . - СПб., 2001.
3. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. - СПб., 2001.
4. Қазақстандағы практикалық журналистика. - Алматы: СОРОС-Қазақстан, 2008
5. Қазақ журналистикасы. 3 томдық. – Алматы, 2009
6. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пособие. - М., 2003.
7. Вацлавик П., Бивин Дж., Джекомон Д. Психология межличностной коммуникации. - СПб., 2000.
8. Е.М. Бортник, Э.М. Коротков, А.Ю. Никитина. Управление связ с общественности. Оқу құралы. – М., 2002
9. Том Волек. Журналистік этика. Баспасөздің даму институты. - Солтүстік-Батыс, 2002

МАЗМҰНЫ

Қолданбалы журналистиканың жанрлары	3
Жаңалық қалай жазылады	11
«Қалыпты» жаңалықтан – фиче-ге дейін. Ньюс-фиче және талдамалы мақала	18
Репортаж	26
Сұхбат: сұрақ қою өнері. Сұхбат: журналист тактикасы мен сұхбаттасушы мінезі	38
Коментарий	49
Портрет	57
Тақырып, лид, түйін	65
Тақырып таңдау және ақпарат іздеу	75
Журналист мәтінінің тілі	83
Журналист жұмысы - әдістері мен тәсілдері	92
Журналист карьерасы мен журналист жұмысының психологиясы	103
Бөлім редакторының жұмысы	113
Редакцияны басқару	120
Басылым мазмұны	125

Оқу басылымы

Сердали Б.

ПРАКТИКАЛЫҚ ЖУРНАЛИСТИКА

Оқу құралы

*Шығарушы редакторы А. Сәдібеков
Мұқабасын көркемдеген Ә. Оспанов*

Басуға 26.10.2020 ж. қол қойылды. Пішімі 60x84 1/16.

Көшірме басылыс. Көлемі 8,31 б.т.

Таралымы 500 дана