

**Маматжанова З.М., Мамырова М.К., Умарова А.А.**  
**МЕДИАТЕКСТ ЖУРНАЛИСТИК БИЛИМ БЕРҮҮНҮН**  
**НЕГИЗГИ ЭЛЕМЕНТИ КАТАРЫ**

**Маматжанова З.М., Мамырова М.К., Умарова А.А.**  
**МЕДИАТЕКСТ КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ**  
**ЖУРНАЛИСТСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**Z. Mamatzhanova, M. Mamyrova, A. Umarova**  
**MEDIA TEXT AS THE MAIN ELEMENT**  
**OF JOURNALISTIC EDUCATION**

УДК: 811.1/42:378.1/016

Акыркы жылдарда журналист кесибинин мазмуну, багыттары заманбап медиа мейкиндигинин структуралык көп түрдүүлүгүнүн таасири менен улам толукталып барат. Муну менен бирге эле массалык маалымат каражаттары да жаңы багыттарга жана түшүнүктөрдүн формасына ээ болууда. Салтка айланган телекөрсөтүү, радио, газета жана журналдардан сырткары, ММК практикасына мультимедиялык, маалыматтык, медиалык, глобалдык долбоорлор киргени талашсыз. Бул инновациялык багыттар журналистикадагы өнүгүү жөрөлгөлөрү болгону менен, аймактардын медиа тармактарына адистерди чыгарууда салттуу даярдоо жоболорун өзгөрттү жана болочок адистердин билимдеринин жаңы принциптерин кабыл алды. Макалада заманбап медиа, медиатекст, массалык маалымат каражаттары, жаңы маалымат мейкиндигинин өзгөчөлүктөрү, журналисттик кесипкөйлүк, медиасабаттуулук жана журналисттерди өндүрүшкө даярдоодогу сапаттуулук маселелери тууралуу сөз болот.

**Негизги сөздөр:** медиатекст, журналистика, медиасабаттуулук, массалык маалымат каражаттары, журналисттик кесипкөйлүк, журналисттик мектеп, текст.

В последние годы содержание, направления профессии журналиста пополняются под влиянием структурного многообразия современного медиaprостранства. Вместе с тем средства массовой информации приобретают новые направления и формы понимания. Помимо традиционных телевидения, радио, газет и журналов, в практику СМИ, несомненно, входят мультимедийные, информационные, медийные, глобальные проекты. Хотя эти инновационные направления являются ритуалами развития в журналистике, они изменили традиционные принципы подготовки специалистов для региональных медиа-сетей и приняли новые принципы обучения будущих профессионалов. В статье речь пойдет о современных медиа, медиатексте, особенности нового информационного пространства, средствах массовой информации, журналистике, журналистском профессионализме, медиаграмотности и вопросах качества подготовки журналистов к производству.

**Ключевые слова:** медиатекст, журналистика, медиаграмотность, средства массовой информации, журналистский профессионализм, школа журналистики, текст.

In recent years, the content and directions of the profession of a journalist have been replenished under the influence of the structural diversity of the modern media space. At the same time, the mass media are acquiring new directions and forms of understanding. In addition to traditional television, radio, newspapers and magazines, the practice of mass media undoubtedly includes multimedia, information, media, global projects. Although these innovative directions are rituals of development in journalism, they have changed the traditional principles of training specialists for regional media networks and adopted new principles of training future

professionals. The article will focus on modern media, the features of the new information space, media text, mass media, journalism, journalistic professionalism, media literacy and issues of the quality of journalists' training for production.

**Key words:** media text, journalism, media literacy, mass media, journalistic professionalism, journalism school, text.

"Медиатекст" термини ХХ кылымдын 90-жылдарында англис тилдүү илимий адабиятта пайда болгон. Эл аралык окумуштуулар катары таанымал болгон Роберт Фаулер, Норман Фейерклаф, Алан Белл, Тён ван Дейк, Мартин Монтгомери медиатексттерди социолингвистика, функционалдык стилистика, контент-анализ багыттары боюнча карап чыгып, массалык маалымат каражаттарына тийгизен таасирин, медиатексттердин түрлөрүн аныкташкан.

Заманбап тил илиминде "медиатекст" терминине "оозеки кеп массалык маалымат каражаттары аркылуу текст түрүндө ишке ашкан динамикалык татаал бирдик" деген аныктама берилет. Бул журналистиканын, PR жана рекламанын контенттеринин комплексттик жыйындысы дегенди түшүндүрөт. Бул түшүнүктүн семантикасын эске алганда, медиатексттердин функционалдык стилистикалык таандыктыгы жөнүндө суроого жооп ачык.

Медиатексттин аныктамасын карап жатып, ал эки сөздүн компонентинен тургандыгын көрөбүз – медиа жана текст. «Медиа» деген сөз англис тилинен келип чыгып, массалык маалымат каражаттары камтыган телекөрсөтүү, радио жана гезит сыяктуу түшүнүктөрдүн жыйындысын билдирет. Интернет да, албетте медиага тиешелүү.

Ал эми "текст" деген – бул мааниси жана грамматикалык жактан байланышкан сүйлөмдөрдүн жыйындысы. Тексттин негизги белгилери болуп анын семантикалык бүтүндүгү жана структуралык байланышы болуп саналат. Бир чоң сүйлөмдөн турган текст – текст эмес деген көз караш бар. Бирок бир сүйлөмдөн турган тексттер болушу мүмкүн – алар афоризмдер, макал-лакаптар, накыл сөздөр ж.б.

Медиатекстти журналисттик билим берүүнүн негизги элементи катары карап жатып, биз "медиатекст" түшүнүгүнүн аныктамасына кайрылабыз. Орус окумуштуусу Григорий Солганик белгилегендей, "Медиатекст – массалык маалымат каражаттарына

таандык болгон тексттин түрү. Ал автордун өзгөчө түрдө мүнөздөлгөн кеби менен, конкреттүү тексттик модалдуулук менен, массалык аудиторияга багытталгандыгы менен өзгөчөлөнөт.

Ошондой эле Солганик медиатексттерди - радио, теле, гезиттик-публицистикалык тексттерге бөлүп, дифференциялоочу изилдөөнү талап кылган белгилүү өзгөчөлүктөргө ээ деп атаган. Бирок ошол эле учурда алардын бары биригип массалык маалымат каражаттарына таандык деген пикрин билдирген [1].

Медиатекст – массалык маалымат контексттериндеги тексттердин мейкиндигинде жашайт. Бул публицистикалык сүйлөө стилинин тексттери, бирок азыркы учурда бирдиктүү публицистикалык стиль деле күмөн ойлорду жаратууда. Публицистикалык стиль индивидуалдык стилдик мүнөзгө гана ээ болбостон, 15-20 жыл мурун бардык медиатекстке мүнөздүү болгон жалпы белгилерин да жоготпойт [2]. Медиатекст - бул маалымат берүү ыкмаларын гана эмес, диалог куруу үчүн аянтчаларды да камтыган кеңири термин. Бул термин колдонулган башка чөйрөлөр медиа эмнени билдирерин түшүнүүгө жардам берет.

Биз изилдеген медиатексттердин өзгөчөлүгү студенттер тарабынан даярдалгандыгында. Биз бул өзгөчөлүктү эске алып, тексттерди изилдөөдөгү түрдүү усулдарга таянып, болочоктогу журналисттерди университеттерде даярдоодогу логикага кайрылдык.

Журналисттерди даярдоо процессинде Ош мамлекеттик университетинде студенттерге медиатексттерди түзүү үчүн үзгүлтүксүз практика каралган. Окуу процессинин схемасына ылайык максатка багытталган тартипте, студенттер адегенде маалыматтык мүнөздөгү медиатексттерди түзүшөт. Андан кийин автордук материалды түзүүнүн үстүндө иштөөгө багыт алышат. Мындан соң публицистикалык, аналитикалык жана көркөм жанрларда иштөөнү өздөштүрүп, окутуунун акыркы этабында конвергенттик редакцияларда медиатекст түзүүгө далаалаттанышат.

Студенттик веб-журналистиканын тажрыйбасын талдоодо, студенттер тарабынан университеттин сайтына байма-бай жарыяланып турган медиатексттердин структурасынын толук туташкан түзүлүшү басымдуулук кылды.

Университеттин сайтында журналистика адистигинин студенттери туруктуу авторлор. Мындай структуралык модель бүтүндөй маселелердин комплексин чечүү үчүн абдан ыңгайлуу. Ошондой эле бул гипертексттик мейкиндик аркылуу саякаттоонун окуу траекториясынын биринчи баскычы болуп калат. Ошондуктан медиатексттер басма сөздөгү макалаларга салыштырмалуу тактык, кыскалык менен айырмаланат. Айрыкча бул мүнөз семантикалык маа-

лыматтарда болот. Электрондук медиатексттердеги-дей эле биринчи жана акыркы абзацтар кыска болуп, ар бир абзацтын биринчи сүйлөмү кийинки сүйлөмдөргө караганда көбүрөөк семантикалык жүктөмгө ээ. Гипертексттик интернет чөйрөсү заматта которууну жаратат, ошондуктан электрондук басылмалардын авторлорунун милдеттеринин бири - окурмандын көңүлүн материалга буруу. Бул максатта кыскартылган текст принциби колдонулат:

- а) бир ой бир абзацтан ашык ачылбайт;
- б) сүйлөмдүн түзүлүшү синтаксистик жана лексикалык жактан өтө татаал болбошу керек;
- в) макаланын негизги абзацтары көбүнчө чоңойтулган шрифт менен жасалат;
- г) аталышы окурмандардын көңүлүн буруу процессинде маанилүү ролду ойнойт.

Журналистика факультеттеринде медиатекст боюнча берилген курстарда практикалык сабактардын салмактары жана алардын окутулушу окуу планына кандайча киргизилгендиги тууралуу ар кандай пикирлер жана практикалар бар. Дүйнө жүзүндөгү мисалдарда журналисттик билим же бир гана теориялык, же бир гана практикалык болуусу менен айырмаланат. Ал эми Кыргызстандын журналистика факультеттеринде окуу процессинин башында эле теориялык жана прикладдык курстар негизинен тең салмактуу болот. “Бул жараян тармактын талабына, муктаждыгына туура келеби же факультеттер тарабынан аныкталып жатабы? Бул университеттик билим талап кылган максаттардын жана моралдык жоопкерчиликтин алкагындабы?” деген суроолордун алкагында талкуулар жүргүзүлдү. Бирок, академиялык билим берүүнүн максаты жумушчу күчүн рыноктун талабына ылайык даярдоо эмес, билим деңгээли жогору адисттерди даярдоо зарыл.

2019-2020-жылы болгон коронавирус пандемиясынан улам, жалпы ЖМКларда олуттуу өзгөрүүлөр болуп, көпчүлүк өнүккөн өлкөлөр өндүрүш чыгымдарын үнөмдөө максатында онлайн режимде иштөөгө өтүшкөн. Бул көрүнүш өнүгүп жаткан өлкөлөргө чоң таасирин тийгизбесе да, журналистика жаатындагы окутуучуларга учурдагы туруктуулук үлгүлөрүн кайра баштан карап чыгуу зарылчылыгын белгилеп, мүмкүн болгон сценарийди сунуштайт. Демек, жалпыга маалымдоо каражаттары эл учурда эмнеге муктаж болуп турса, ошонун тегерегинде иштеши керек деген тыянакка келебиз. Журналисттерди окуткан адистер да ушул нерсени эсине түйүп коюшса ашыкча болбос.

Экономикалык, саясий, техникалык жана маданий прогресс ар коомду ар башка убакытта жана ар башка даражада өзгөрттү. Журналистика да бул өзгөрүүнүн алкагында пайда болуп, ошондой эле бул процессте өзүн-өзү жаңылаган кесип катары коомду демокра-

тиялаштырууда негизги ролду ойной алды. Убакытын өтүшү менен капиталисттик экономиканын түзүлүшү, коомдук пикирдин жана басма сөздүн олуттуу мааниге ээ болгону, басма сөздүн өндүрүш тармагы катары пайда болуусу жана тездик менен өнүгүүсү, практикалык окутуу сымал көйгөйлөр коммуникация билиминин жаралуусуна жана журналистика мектептерин ачууга өбөлгө болду. Мындан сырткары, коомдук пикирди жаратууда жана коомчулукту демократиялаштырууда ойногон ролу менен бирге, коомду өзгөртүүгө өбөлгө түзгөн жана журналистиканын эркиндигин калыптандыра алган журналисттерди тарбиялап өстүрүү - журналисттик билим берүүнүн маанилүү бөлүгү болгон.

Дүйнөлүк журналистика жергиликтүү коомчулуктун ой-пикирлерин журналистикага тийиштүү дүйнөлүк жана жергиликтүү мамилелердин тутумуна чейин жайылтып жеткире алат. Журналисттер дүйнөлүк платформадагы медиа ишмердүүлүгүнүн принциптерин жакшы түшүнүп, ошол эле маалда жергиликтүү деңгээлдеги чыныгы жашоонун көрүнүштөрүнө ачык болушу керек.

Америка Кошмо Штаттарында биринчи университеттик деңгээлдеги журналистика боюнча билим берүү 1893-жылы Пенсильваниядагы Вартон бизнес мектебинде Джозеф Френч Жонсон тарабынан башталган. Ошондой эле өзүнчө журналистика мектеби 1905-жылы Америкадагы Висконсин университетинде Виллард Г. Блейердин демилгеси менен алгачкы жолу ачылган. Андан кийин 1908-жылы Миссури штатында гезит ээси Уолтер Уильямс журналистика мектебин негиздеп, аны өзү башкарып турган.

Мындан сырткары 1912-жылы Колумбия университетинде журналистика факультетинин алдында Нью-Йорктун басма дүйнөсүнүн колдоосу менен Пулитцер журналистика мектеби ачылган. Белгилей кетчү жагдай, журналист квалификациясы биринчи жолу дал ушул Колумбия университетинде ыйгарыла баштаган. Ошол күндөн ушул күнгө чейин өнөр жайдын өнүгүшү менен, пропорционалдуу түрдө журналистика мектептеринин саны тынымсыз көбөйүп келе жатат.

Алгач журналистика боюнча билим берүүнү тажрыйбалуу журналисттер кабар чогултуу, аны жазуу, таратуу, сүрөткө тартуу жана басып чыгаруу, дизайн сыяктуу техникалык предметтерди окутуу менен баштаган. Кийинчерээк коммуникация тармагын академиялык дисциплина катары кабыл алып, 1920-жылы Чикаго мектебинин окумуштуулары (Кули, Мид жана Дьюи) аны коомдук илим тармагы катары өнүктүрүшкөн. Технологиянын өнүгүшү менен кийинчерээк факультеттер жана колледждер коммуникация деген аталыштагы орто мектептерди да ачууга жетишти.

Континенталдык Европада журналисттик билим берүү АКШдан кийин башталган. Буга журналистика менен алектенгендерге академиялык билим берүүнүн зарылчылыгы жок деген жүйө себеп болгон. Мындан сырткары журналисттик кесипти практика учурунда эле устат-шакирт ыкмасы менен өздөштүрүү керек деген көз караш басымдуулук кылган. Бирок Экинчи дүйнөлүк согуштан кийин журналистиканын маанилүүлүгү артып, бара-бара ал предмет катары окуу планында орун алган [3].

**Жыйынтыктоо.** Адам орточо эсеп менен күнүмдүк убактысынын 70 пайызын баарлашууга жумшайт, андыктан коммуникациянын динамикалуу жана тез өнүгүп жаткан дүйнөсүндө медиатекст маанилүү дисциплина экендиги таң калыштуу эмес.

Бүгүнкү күндө медиа же байланыш каражаттарынын жыйындысы басма сөз, фотография, кино, радио, телекөрсөтүү гана эмес, мобилдик түзмөктөр үчүн тиркемелер, компьютердик оюндар, электрондук китептер, виртуалдык жана кеңейтилген реалдуулук технологиялары жана башкалар. Медиатекст курсу медиа мейкиндиктин чыгармачылык жана технологиялык ыкмаларын гана эмес, башкаруучулук көндүмдөрдү да билген медиасистемалардын универсалдуу адистерин окутууга багытталган.

Университеттерде медиатекст боюнча теориялык материалдарды берип, изилденген темалардын жана предметтердин кеңири спектрин камтыйт. Айрым факультеттерде 50% практикалык иш, тил илимин изилдөө, фото редакциялоо, теле жана радио өнүмдөрүн түзүү, аудио иштетүү жана маданиятты изилдөө курстары сунушталат. 2-3-курста студенттер тар адистикти тандап, практикадан өтүшөт.

Жалпысынан алганда, медиатекст боюнча курс XXI кылымда массалык маалымат каражаттары жана коммуникация кандай иштээрин терең түшүнүүгө, аналитикалык жана критикалык ой жүгүртүүнү, ишке болгон чыгармачылык мамилени өнүктүрүүгө, маалыматтык технологиялар боюнча билимди кеңейтүүгө мүмкүндүк берет.

Медиатекст курсунан кийин студенттер андан ары телекөрсөтүү, радио, кино, копирайтинг, маркетинг жаатында изилдөө иштерин жүргүзүшөт. Алган билимдерди коммуникация индустриясынын дээрлик бардык багытында кеңири колдонууга жана чыгармачылык менен ишке ашырууга мүмкүндүк берет.

Бул нерсе студенттерге билим берүүдө жана заманбап педагогиканын муктаждыктарына шайкеш келүүдө медиа билим берүү методдордун жана формалардын спектрин кеңейтет.

Жогоруда айтылгандарды чыгармачылык менен өздөштүргөн медиапедагогдор ЖОЖдордогу методи-

калык эксперименттик иштерде теориялык идеяларын натыйжалуу өнүктүрө алышат.

**Адабияттар:**

1. Солганик Г.Я. К определению понятий «текст» и «медиа-текст» // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 2. - С. 14.
2. Федоров А.В. Медиаобразование: история, теория и методика. – Ростов- на-Дону, 2001 - 708 б.
3. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: инновационный подход к изучению языка СМИ // Язык. Культура. Общение. - М., 2008. - 264 б.
4. Модель учебной программы по журналистике. / Серия ЮНЕСКО по образованию для журналистов. – Б., 2017.
5. Маматжанова З.М. Исторический обзор профессии журналистика. / Научный журнал «Научные технологии и инновации Кыргызстана», №8. - Бишкек, 2019. - 2013-2019-бб.
6. Мамырова М.К. Кыргызстандагы экинчи «Ош окуясынын» басма сөздөгү чагылдырышы жөнүндө (2010-жыл, июнь). / Журнал «Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана», № 6. - Бишкек, 2018. -184-186-бб.