

УДК 070.1

**ЖАПАРКУЛОВА А.Ж.**  
*Ж. Баласагын атындагы КУУ*  
*КНУ им.Ж.Баласагына*  
**JAPARKULOVA A.J.**  
*J.Balasagyn KNU*

## **БАСМА СӨЗ БЕТТЕРИНДЕ СОЦИАЛДЫК КӨЙГӨЙЛӨРДҮН ЧАГЫЛДЫРЫЛЫШЫ**

### **Освещение социальных проблем в прессе**

#### **Social coverage in the press**

**Аннотация:** Бул макалада учурда, жалгыз гана Кыргызстанда эле эмес, дүйнө жүзүндөгү бүткүл өлкөлөрдө массалык маалымат каражаттарынын ролу өзгөрбөстөн тескерисинче көп артыкчылыктарга ээ болгондугу көрсөтүлдү. Мындан тышкары маалымат каражаттарынын жардамы менен дүйнө эли, коомдо болуп жаткан маалыматтар жана анын ичинде социалдык темадагы орчундуу материалдар кабардар болуп келишкендиги берилди.

**Аннотация:** В этой статье показано, что сегодня не только в Кыргызстане, но и во всех странах мира роль СМИ не изменилась, и имеет множество преимуществ. Кроме того, с помощью СМИ люди всего мира узнают о том, что происходит в обществе, включая важные материалы по социальным вопросам.

**Annotation:** This article shows that today, not only in Kyrgyzstan, but in all countries of the world, the role of the media has not changed, but has many advantages. In addition, with the help of the media, the people of the world became aware of what is happening in society, including important materials on social issues.

**Урунттуу сөздөр:** масс медиа, мониторинг, факт, плагиат, социалдык маселелер, социалдык журналистика, онлайн медиа, миграция, реформа

**Ключевые слова:** СМИ, мониторинг, факт, плагиат, социальные проблемы, социальная журналистика, интернет-СМИ, миграция, реформа

**Keywords:** mass media, monitoring, fact, plagiarism, social issues, social journalism, online media, migration, reform

Массалык маалымат каражаттары (ММК) - бул коомдогу массалык жаңылыктарды алып жүрүүчү жана аны коомго жайылтуучу каражат болуп эсептелет. Ага, басма сөз каражаттары, радио, телевидение, маалымат агенттиктери, электрондук интернет басылмалар ж.б. ММКга тиешелүү болгон жаңылык таратуучу каражаттар кирет.

Кыргызстандагы массалык маалымат каражаттарынын коомдо ээлеген ордучоң. Элге маалыматты жеткирүү жагынан алганда ролу зор. Анткени, журналисттердин талыкпас эмгектеринин арты менен коомчулук баардык маалыматтарга ээ болуп, чындыкты билип жатышат. Массалык маалымат каражаттары болбосо, эл маалымат менен камсыз боло албайт. Маалыматты элге жайылтуу жагынан басма сөздүн ойногон ролу зор. Анткени кээ бир аймактардын

көпчүлүгүндө телекөрсөтүүлөр көрсөтпөгөндүктөн же интернет тартпагандыктан, ал жактын эли көбүнчө басылмалар аркылуу маалымат менен таанышып турат.

Учурда, жалгыз гана Кыргызстанда эле эмес, дүйнө жүзүндөгү бүткүл өлкөлөрдө массалык маалымат каражаттарынын ролу өзгөрбөстөн тескерисинче көп артыкчылыктарга ээ болууда. Маалымат каражаттарынын жардамы менен дүйнө эли коомдо болуп жаткан маалыматтар жана анын ичинде социалдык темадагы орчундуу материалдар менен толук кабардар болуп келишет. Бүгүнкү биздин мамлекеттеги массалык маалымат каражаттарынын коомдогу ээлеген орду чоң. Алар өз ролун жогорку деңгээлде аткарууда. Өзгөчө анализделип берилген ар тараптуу коомдогу социалдык көйгөйлөрдү чагылдыруу менен басылмалардын багыты коомчулукка аз да болсо, таалим-тарбияны берүүдө десек болот. Мында басылмалардын негизги ролу - коомдо болуп жаткан актуалдуу маселелерди коомчулукка оперативдүү жеткирүү болуп саналат. Бүгүнкү күндө коомчулук азыркы массалык маалымат каражаттары аркылуу бардык маалыматтар менен толук камсыз болуп жатат.

Учурда масс-медиада социалдык темага өзгөчө көңүл бурулууда. Себеби, “социалдык тема” бул "социалдык маселелерди" жана "коомдук маселелерди" түшүндүрүп, б.а. адамдын жашоосундагы олуттуу маселелерди чечүү үчүн жамааттык күч-аракетти талап кылат. Ошондуктан журналисттер социалдык темадагы публикацияларында көтөрүлгөн маселени чечүү үчүн жооптуу мамлекеттик бийлик органдарын проблемага көңүлүн буруу аркылуу, айрыкча, жакыр жарандарга колдоо көрсөтүү максатын көздөшөт.

Ошондуктан журналисттердин иштерин керектөөчү рынок коомдо болуп көрбөгөндөй чоң эбегейсиз аудиторияны камсыз кылышып, жергиликтүү чакан гезиттерден тартып, дүйнөлүк ири телеканалдарга жана жаңылыктар сайттарына чейин социалдык темаларга көңүл бурушууда. Анткени, бүгүнкү күндүн актуалдуулугун социалдык темалар түзөөрү баарыбызга эле белгилүү көрүнүш.

Демек, республикалык гезиттердин басымдуу бөлүгү коом менен тыгыз байланышта жана анын көпчүлүк маалыматтары, рубрикалары коомго атайы негизделген социалдык темаларга багытталууда десек жаңылышпайбыз. Демек, акыркы жылдарда социалдык маселелердин спецификасы массалык маалымат каражаттары үчүн кызыгууну жараткандыгы, бул боюнча өзгөчө иликтөөлөр көп жүргүзүлгөндүгү баарыбызга эле маалым. Чындыгында социалдык сферанын масс-медиада потенциалы чоң болгондуктан социалдык маселелерди өзүнчө сегменттерге бөлүп кароого негиз бар. Анткени, жогоруда биз белгилеп өткөндөй, күндөн-күнгө коомдогу актуалдуулду маселелер жаңы мыйзамдарга, окуяларга, социалдык топтордун кызыкчылыктарына, улуттук профессионалдык ар түрдүү калыптанган деңгээлдерине жараша жалпы каралып келүүдө.

Журналисттер каралып жаткан социалдык маселеде, аудиторияны такталган фактылар жана кырдаалдар, алардын тагдырларын мүнөздөө, окуялар жана

көрүнүштөргө ылайык маалыматтын конкреттүүлүгүнө, актуалдуулугуна, оперативдүүлүгүнө жараша коомдун жана анын айрым топтордун, структуралык кызыкчылыгын аткаруу менен тең салмакта сактоосу өз убагында кризистин өнүгүшүн тоскоол болуп, алдын алууга мүмкүндүк бергенге шарт түзүп келет.

Жогоруда каралган тармактардын ар биринин өзүнчө өзгөчөлүктөрү бар. Айрыкча, социалдык чөйрөдөгү коомдук журналистиканын негизги тематикалык өзгөчөлүктөрү: эмгек маселелери, билим, социалдык коргоо, эл аралык мамилелер, социалдык инфраструктура ж.б. аркылуу аныкталат. Коомдун муктаждыктарына, социалдык багыт массалык маалымат каражаттарынын өнүгүүсүнө чоң өбөлгө түзүп, ошону менен бирге өз позициясын жоготпой, кайрадан чыгармачылык потенциалын жогорулатууга түрткү болот.

Ал эми басылма ишмердүүлүгүнүн негизги объектиси, ага мүнөздүү болгон социалдык сферадагы төмөнкү мүнөздөмөлөр тиешелүү:

- өз алдынчалуулук,
- бүтүндүк,
- функционалдуулук,
- инерциондуулук (аракетсиздик),
- персонифицировандуулук (жандандыруу).

Социалдык багытты чагылдырууда басылмалар кандайдыр бир шарттарды жана мамилелерди түзүп, анын объектиси катары, бүтүндүктү, функционалдуулукту, о.э. драматургияга карама-каршы мамиледе документалдуулукту көрсөтүп, толук жана конкреттүү окуянын фрагменттерин чагылдыруусу аркылуу ишке ашырууга аракет кылып келет. Аталган маселелердин статусун жана анын келечегин журналисттин иш-аракеттери менен аныктайт.

Мына ошондуктан ата мекендик басылмалар коомдук чөйрөдөгү көйгөйлөрдү жөн гана чагылдырбастан, заманбап маалымат каражаттарынын соода жана PR-тажрыйбасын алдыга жылдырып, баарынан мурда, кесиптик идеологияны тармакташтырат. Бул тармакташтырууда жана анын структуралык күчү менен өз ара бекемдеп, өзүн-өзү сактоо коомдун көйгөйлөрүн алып чыгуу аркылуу кызматташат. Социалдык проблемаларды чагылдыруу журналисттин комплексттик билимди жана турмуштук тажрыйбаларды талап кылат. Себеби, бул тармака жаңы аралашкан журналист гуманитардык технологиялык билими, тажрыйбасы жок ишти аркалай албайт. Анткени, азыркы учурда социалдык тема жалпы эле ММКда, анын ичинде басылмаларда эң кеңири жайылган жана чагылдырылган тема катары өз орду бар жана өз актуалдуулугун бүгүнкү күндө да жоготпой келген негизги тема катары каралып келүүдө. Ошондуктан акырындык менен коомдогу турмуштук окуялар ММКда жана басылмаларда стандарттык формага өтүп, эмоционалдуу чагылдырылып, көнүмүш калыптанган темаларга айланып бара жатат десек жаңылышпайбыз.

Социалдык журналистика тармагында, журналистти комплекстүү даярдоодо үчүн эң алгач функциялары, коммуникативдик спецификасы, ММКда социалдык маселелерди чагылдырууда анализ жасоонун түрлөрү жана ыкмалары менен чыгармачыл жаңычылдыкты эске алып, этикалык нормаларды өздөштүрүүнү жана аны журналисттик материалдарда пайдалануусу теманын актуалдуулугун арттырууда. Демек, бул тармак өзүнө конкреттүү негизги социалдык саясатты, учурдагы социалдык сферадагы көрсөткүчтөрдү (аны кантип жөнгө салуу, структурасы, процесстерди, социалдык топторду ж.б. ) учурдагы саламаттыкты сактоонун абалын, билимдин сапаттык деңгээлин, комуналдык чарбаларды, калктын социалдык жактан корголушун, социалдык чөйрөдөгү субъектер: мамлекеттик жана мамлекеттик эмес уюмдар жана структуралардын ишмердүүлүгү менен коомчулукту тааныштыруу иши сыяктуу көрүнүштөр ММКнын негизги функцияларына киргендиктен, мына ушулар тууралуу ММК аркылуу кенен маалыматка ээ болууга негиз бар десек болот. Анткени, журналисттер коомго керек маалыматтарды таратуу менен бирге чагылдырган социалдык проблемаларга түзмө-түз көзөмөл жүргүзүү аркылуу көтөрүлгөн көйгөйлөрдүн чечилишине таасир этип келет.

Журналист басылмалар жана жалпы эле ММКлар аркылуу коомчулуктун көйгөйлөрүн профессионалдуулук ыкмаларын колдонуп, проектерди жана акцияларды уюштуруп гана тим болбостон, өздөрү да активдүү катышып, маселеленин чечилишине ар түрдүү иш-чараларды иш жүзүнө ашырууга түрткү болот.

Ал эми социалдык көйгөйлөрдү чагылдырууда журналисттен төмөнкү талаптар сөзсүз түрдө аткарылуусу абзел :

- Оперативдүүлүктү;
- Профессиналдуулукту;
- Коммуникабелдүүлүктү;
- Мобилдүүлүктү;
- Уюштуруучулукту;
- Социалдык чөйрөдөгү негизги маанилүү окуяларды табуу;
- Социалдык көрүнүшкө туура булактардан маалыматтарды топтоо жана ага баа берүү;
- ✓ Социалдык көйгөйлөрдү классификациалоо;
- ✓ Коомчулукка такталган маалыматтарды ММК (телевидение, радиолор, гезит-журналдар, интернет басылмалар, маалыматтык агенттиктер ж.б.) жана социалдык тармактардын булактары аркылуу оптималдуу чагылдыруу.
  - ✓ Коомдо көтөрүлгөн көйгөйлөрдү этаптарга бөлүп, андан ары дагы өнүгүүсүн көзөмөлгө алуу;
  - ✓ Социалдык маалыматтык булактарындагы компетенттүүлүктү баалоо;
  - ✓ Социалдык көйгөйгө кабылган каарман менен журналист туура жанрдагы диалогду түзүп, керек маалыматтарды топтоо.

Азыркы учурдагы басылмаларда социалдык сферадагы актуалдуу маселелерди чагылдырууда журналисттин ишинде биз жогоруда карап өткөн талаптар ММКнын кайсы тармагында иштебесин, радио, телеканал, гезит-журнал жана интернет басылмалар чагылдыруудагы көңүл чордонунда кароосу зарыл.

Журналист коомдук пикир жаратууда социалдык маселелер коомдук аң- сезимдин бир бөлүгү катары эсептелинуү менен бирге адамдын күнүмдүк жашоосундагы окуя жана фактылардын аныктыгын, кээ бир адамдардын же топтордун иш аракеттерин өзүнө камтыйт. ММКнын көз-караштары, пикирлери коомчулуктун аң-сезимге чоң таасир берээри белгилүү. Мында журналист - коомдун адамы жана ал коомдогу болгон социалдык чөйрөдөгү жаңылыктарды топтоп, иштеп чыгып, кайра коомго ММКлар аркылуу таратуучу инсан. Ошондуктан профессионалдуу журналист коомдо, коомдук пикирдин алып жүрүүчүсү, окурмандын, көрөрмандын психологиясын, ой-жүгүртүүсүн, күткөнүмүтүнүн булагы катары да кароого болот.

Азыркы ММК (Массалык маалымдоо каражаттары) - бир эле учурда өндүрүш ишканасы жана чыгармачыл жамаат катары ишмердүүлүктөрүн жүргүзгөндүктөн, заман талабына ылайык журналист жөн эле социалдык чөйрөдөгү болуп жаткан көрүнүштөрдү гана чагылдырбай, ал маселе боюнча жигердүү иш алып барып жана көзөмөлгө алып, мамлекеттик структураларга жеткирүү кызматтарын аткарууга милдеттүү.

Маалымат каражаттары өзү социалдык темада маалымат чогултуп, жыйнап, даярдап, коомчулукка тааныштыруу менен ошол эле учурда журналист өз атынан экономика, саясат же медицина, билим берүүнүн билерманы боло албайт, болууга укугу да жок. Эгерде журналист кайсы бир тема же социалдык проблема жөнүндө жаза турган болсо, ошол тармактын өкүлүн адис катары сүйлөтүү журналисттин милдети экенин да эске алуу зарыл.

Ошондуктан журналисттин коомдогу орду, ролу, башка кесиптегилерге караганда өтө эле айырмалуу, ошол эле мезгилде маанилүү десек да болот. Ар кандай окшошкон социалдык материалдардагы фактылардын, факторлордун үстүнөн иштөөдө журналист кыска убакыттын ичинде аны ар тараптан изилдеп, маселенин бардык аспектилерин ачууга умтулушу керек.

Мында журналисттер өздөрү ээ болгон же жаңылык булактары аркылуу берилген жалпы жана атайын социалдык темалардын негизинде окуяны же маселени аудиторияга түшүндүрүп жана чечмелеп берүүгө милдеттүү болот. Алар социалдык маселелерде каралган көйгөйдү эки тарабынан берүүгө, карама- каршылыктарды баяндап, белгилүү жана коомчулукка белгисиз маалыматтарды ачып берүүгө тийиш.

Азыркы коомдо демократиянын шартында, адамдар социалдык тема жөнүндө билип гана тим болбостон, ошондой эле түшүнүшү да, өз алдыларынча кандайдыр бир тыянакка келүүсүнө окуя жана маселени ар тарабынан чечмелеп берүү маанилүү. Журналисттин милдети аудитория үчүн тыянак чыгаруу гана

эмес, аны түшүнүүгө, салыштырып берүүгө жана оюн айтууга жардам берүү болуп эсептелинет.

Социалдык маселелер салттуу басылма жана ММК каражаттары аркылуу да жүзөгө ашып, алар социалдык журналистиканы өнүктүрүү үчүн чоң мүмкүнчүлүк берет, анткени масс-медиа маалымат каражаттарына жарыяланган социалдык маалыматтарды окурмандын окуу кызыгуусун арттырыш максатында, көп учурларда мазмунуна негизделген бир бөлүгү социалдык темаларга атайын бөлүнүп берилип турат.

Жогоруда биз сөз кылган жалпы атамекендик басылмаларда жарыялаган социалдык темадагы материалдарды анализдеп көрүп, биз акыркы жылдары социалдык маселелер боюнча темалар көбөйгөнүн байкай алдык, бирок азыркы учурда коомдук маселелер, ММК өкүлдөрү тарабынан изилденбей, дагы деле терең анализи жүргүзүлбөй келет деген тыянакка келдик. Ошентсе да, коомдогу социалдык көйгөйлөрдү чагылдыруу аркылуу, анын чечүү жолдорун көрсөтүүдө ММКлардын жана журналисттердин эмгеги эбегейсиз чоң деп баса белгилөө болот.

#### ***Пайдаланылган адабияттар:***

1. Бережная М.А. Проблемы социальной сферы в алгоритмах телевизионной журналистики. СПб.: С.-Петербург, 2015.
2. Бурмистров, Г. В. Отражение социальных тем Интернет-агентствами: Региональный опыт / Г. В. Бурмистров // Журналистика и массовые коммуникации. — Екатеринбург, 2012.
3. Гессен М., Назари М. По жизни: пособие по социальной журналистике. - UNICEF - Детский фонд ООН, 2012. -127 с.
4. Иванян Р.Г. Журналист социальной сферы: личностные и профессиональные характеристики. –Новосибирск, 2013.
5. Катенева И. Г. Социальная журналистика: учебное пособие / И. Г. Катенева. — Новосибирск, 2013.
6. Сабитова А.Р. Особенности освещения социальной тематики в Интернет-СМИ. –Челябинск, 2017.
7. Социальная журналистика. Профессия и позиция // Сборник. — М., 2005.
8. Ясавеев И.Г. Средства массовой коммуникации и социальные проблемы. Социальные проблемы: конструкционистское прочтение. –Т., 2015.

***Рецензент: Джанпаров Н.Р. - филология илимдеринин кандидаты,  
И.Арабаев атындагы КМУнун доценти.***