

УДК: 316.77 + 070.11(045) (575.2))
DOI 10.53473/16946324_2024_3/2

Токтогулова Айгуль Токтогуловна,
Кыргыз Республикасынын Эл аралык университети,
Ага окутуучу,
toktogulova-92@mail.ru

Токтогулова Айгуль Токтогуловна,
Международный университет Кыргызской Республики,
Старший преподаватель,
toktogulova-92@mail.ru
Toktogulova Aigul,
International University of the Kyrgyz Republic,
Senior teacher,
toktogulova-92@mail.ru

ЖМКДАГЫ СОЦИАЛДЫК МАСЕЛЕЛЕРДИН ТЕМАТИКАСЫ

ТЕМАТИКА СОЦИАЛЬНЫХ ВОПРОСОВ В СМИ

THEMES OF SOCIAL ISSUES IN MASS MEDIA

Кыскача мазмуну: Макалада социалдык маалыматтардын коомдогу орду, мазмуну жана формасы, багыттары каралган. Өлкөдө эң орчундуу делген социалдык көйгөйлөр катары жумушсуздук, аялдарга жана балдарга болгон зомбулук, майыптарга болгон мамиле, социалдык жактан аз камсыз болгондук, көп балалуулук, ажырашуу, мектептеги рекетчилик өңдүү маселелер өлкөдөгү социалдык көйгөйлөрдүн катарын толуктап, айрымдары сап башында турат. Мына ушул көйгөйлөрдүн коомго ачыкка чыгып, алардын себеп жана натыйжалары талкууланып, чечүү жолдору сунушталышында ММКнын мааниси чоң. Мына ушул өңүттөн алып караганда, бул изилдөө актуалдуу.

Ачкыч сөздөр: (Гезиттер, сыналгы, аналитика, жанрдык өзгөчөлүктөр, басма сөз).

Аннотация: В статье рассматриваются место, содержание и форма, направления социальной информации в обществе. Такие проблемы, как безработица, насилие в отношении женщин и детей, обращение с ограниченными возможностями, социальная неполноценность, многодетность, развод, издевательства в школе, являются одними из самых серьезных социальных проблем в стране, и некоторые из них являются наиболее важными проблемами на сегодняшний день. Средства массовой информации играют важную роль в том, чтобы эти проблемы стали достоянием общественности, обсуждались их причины и последствия и предлагались решения. С этой точки зрения это исследования актуальны.

Ключевые слова: (газеты, телевидения, аналитика, жанровые особенности, пресса).

Abstract: The article considers the place, content and form, directions of social information in society. Problems such as unemployment, violence against women and children, treatment of the disabled, social inferiority, large families, divorce, bullying at school are among the most serious social problems in the country, and some of them are the most important problems today. The media plays an important role in making these problems public, discussing their causes and consequences, and proposing solutions. From this point of view, this research is relevant.

Keywords: (newspapers, television, analytics, genre features, press).

"Социалдык" деген сөз азыркы коомдук дискурстун негизги элементтеринин бири болуп калды. Коомдук артыкчылыктуу багыттарды конкреттүү иш-аракеттерде билдирип, өлкө жетекчилиги аларды жалпыга маалымдоо каражаттарындагы "күн тартибинин" туруктуу компоненти кылып, социалдык маселелер саясий позициялардын алдыңкы катарында турган.

“Социалдык көйгөй” түшүнүгү адабиятта үч маанини камтыйт. Биринчиси, социалдык көйгөйдүн кубулуш катары адамдын же кайсы бир адамдар тобунун эркинен жана аң-сезиминен тыш бар болушу. Экинчи түшүнүгү, анын субъективдүү мүнөзгө ээ болушу жана адамдар тобунун, коомчулуктун муктаждыгын канааттандырбаган көйгөй катары кабыл алынышы. Изилдөөчүлөрдүн айтымында дал ушул экинчи түшүнүк коомчулуктун коллективдүү аң сезимине социалдык көйгөй катары мүнөздүү. Социумдун канааттанбоо сезими абалдын көйгөй катары кабыл алынышына кызмат кылат. Ал эми үчүнчү түшүнүк бул-социалдык көйгөйлөрдүн объективдүү жана субъективдүү компоненттерди алып жүрүшү болуп саналат. Адистер социалдык сфераны адамдардын муктаждыктарыны канааттандырууга багытталып, жашоо ишмердүүлүк шарттарын калыптандыруу экендигин баса белгилешет. Социалдык көйгөйлөр институтционалдык (институттардын деңгээлинде, мамлекет, экономика, билим берүү, дин ж.б), локалдык (индивид жана адамдар тобунун деңгээлинде) жана системалык деңгээлде экендиги айтылып келет [1.167 б.].

XX кылымдын аягында Улуу Британияда социалдык көйгөйлөргө бүгүнкү күндө да жалпы коомчулукту түйшөлткөн анти-социалдык жүрүм-турум, наркомания, психологиялык ооруулар, жумушсуздук, үйсүздүк, балдарга жана аялдарга карата зордук-зомбулук, капаланган, же жашоолоруна канааттанбаган жаштар, балдардын мектепке барбагандыгы, мектептеги дисциплина жана рекетчилик, институтционалдык камкордуктагы аялуу адамдарды дарылоо, вандализм, ажырашуу, жаштардын агрессиячыл болушу жана баланы жалгыз багуу кирген. Медиа бул сыяктуу көйгөйлөрдү чагылдыруу менен коомдогу болуп жаткан маселелерди элге жеткирип, алардын кабардар болуусуна көмөктөшөт жана бийликтин бул сыяктуу көйгөйлөргө көңүл буруусун шарттайт.

Медианын коомго тийгизген таасири жана маалымат каражаттарынын социалдык көйгөй менен байланышы алгач ирет АКШда изилдене баштаган. Изилдөөлөр 1920-1930-жж. телерадио до кеңири колдонула башталган[2.33 б.]. Азыркы күндө бул багыттагы талаш-тартыштар эл аралык деңгээлде каралып келет [3. 550 б.]. Окумуштуулар глобалдык ЖМКда саясий, экономикалык, социалдык жана күнүмдүк жашоонун чагылдырылышы улуттук маданияттарга коркунуч жарата тургандыгын айтып кооптоншат. Бул багыттагы изилдөөлөрдүн басымдуу бөлүгү ЖМКнын жеке менчик жана экономикалык саясатына байланышкан. Буга кошумча, изилдөөлөр батыш ЖМКларынын маданий империализми, капитализмге кызмат кылуусу боюнча сын пикирлер менен коштолуп келет [4. 55 б.]. Мындан сырткары, айрым окумуштуулар дүйнөлүк медиа булактарынын плюрализациясынын өсүп жаткандыгын белгилешип, дүйнөлүк жана жергиликтүү маданияттарды байланыштыруу, адабияттын жолдорун кеңейтүү менен глобалдык медиа-артефакттар жергиликтүү контекстте колдонулуп жаткандагын айтышат [5. 89 б.].

"Социалдык" деген сөз азыркы коомдук дискурстун негизги элементтеринин бири болуп калды. Коомдук артыкчылыктуу багыттарды конкреттүү иш-аракеттерде билдирип, өлкө жетекчилиги аларды жалпыга маалымдоо каражаттарындагы "күн тартибинин" туруктуу компоненти кылып, социалдык маселелер саясий позициялардын алдыңкы катарында турган. Демография, саламаттыкты сактоо, турак жай, социалдык жактан аялуу топтордун көйгөйлөрү – социалдык чөйрөнүн актуалдуу көйгөйлөрү – бүгүнкү күндө телекөрсөтүүлөрдүн маанилүү бөлүгүн түзүп, анын жаңылыктарын, аналитикалык жана көңүл ачуучу бөлүктөрүн толтуруп, ошол эле учурда карама-каршы маалыматтарды түзүштү.

ЖМК, анын ичинде басма сөз социалдык көйгөйлөрдү чагылдырып коомдук пикирди калыптандыраары талашсыз. Чагылдырылган маселелер аркылуу элдин үнү бийликке жетип, анын негизинде бийлик реакция кылган учурлар арбын. Журналистиканын эң негизги функциясы социалдык функцияны аткаруу. ЖМК бул маселелерди чагылдырбаса, көпчүлүк маселелер көз жаздымда калары талашсыз. Бүгүнкү күндө канчалык заман өнүкпөсүн социалдык көйгөйлөр чечилбей, ар кандай көйгөйлөр пайда болууда. Бул көйгөйлөр коомго чыгып, ЖМКда, басма сөздө чагылдырылбаса тамыры тереңдеп кетери айкын. Социалдык көйгөйлөрдүн басма сөздө чагылдырышы биринчиден, бийликтин реакция жасашына чакырык болсо, экинчиден, буга коомчулуктун да татыктуу жообун берүү жана андан кабардар болуу мүмкүнчүлүгүн пайда кылат. Алсак, 2019-жылы Бишкектеги калктын муктаждыктарын “Мамлекеттик социалдык заказ” мыйзамынын негизинде изилдеген “Социум” коомдук бирикмесинин жүргүзгөн изилдөөсүндө *билим алууга мүмкүнчүлүктүн жана ички мигранттарга жардамдын жоктугу, кошумча билим алуу, шаардык транспорт (жол кырсыктары) көйгөйлөрү, селсаяктык, психикалык оруулар менен ооруган адамдар жана медицина, саламааттыкты сактоо жаатындагы көйгөйлөр* элди түйшөлткөнкөн көйгөйлөр экени аныкталган. Мындан тышкары, *өлкөдө эң орчундуу делген социалдык көйгөйлөр катары жумушсуздук, аялдарга жана балдарга болгон зомбулук, майыптарга болгон мамиле, социалдык жактан аз камсыз болгондук, көп балалуулук, ажырашуу, мектептеги рекетчилик* өңдүү маселелер өлкөдөгү социалдык көйгөйлөрдүн катарын толуктап, айрымдары сап башында турат. Мына ушул көйгөйлөрдүн коомго ачыкка чыгып, алардын себеп жана натыйжалары талкууланып, чечүү жолдору сунушталышында телевидениянын мааниси чоң. Мына ушул өңүттөн алып караганда, бул изилдөө актуалдуу.

Бирок чынында ошол социалдык тематиканын аткаруу ролунун негизги максаттарынын бири болуп – коюлган маселенин тамырын табуу жана жоюуга аракет жумшоо максаты дагы эле майнапсыз болуп жатканын көрө алабыз. Өзгөчө жумушсуздук маселеси кабыргасынан турган эң бир актуалдуу маселеге карата жергиликтүү ЖМКлардын кайрылууларынын санынын төмөндүгү абдан зээнди кейитет. Дал ушул жумушсуздук көйгөйү бир миллиондон ашуун мекендештерибиздин чет жерлерде, өзгөчө Орусия, Түркия, Араб Эмираттары, Дубайда миграциялап жүрүүгө аргасыз экендигин, ал жактарда көбүнесе кара жумуш менен алектенип, өз өлкөсүнө кайтып келе албай, үй-бүлө институтунун солгундашына алып келет. Анын ичинен көптөгөн жаш балдардын эне мээримин, ата мээримин көрбөй чоңойгону, андан да коркунунчтуусу зордук-зомбулук, сабоо, өлтүрүү жана башка көптөгөн кордуктарга дуушар болгону коомдун аялуу катмарынын калыңдашына алып келет.

Тилекке каршы дал ушул маселенин артында көптөгөн башка маселелерге көз ачылат десек жаңылышпайбыз. Ал эми өлкөбүздөгү социалдык-экономикалык деңгээлдин төмөндүгүнүн натыйжасында, кийинки көйгөйлөр аныкталат. Алардын орчундуулары – пенсиялык фонддордун туруксуз иштөөсү, бюджеттик негизде жашаган мугалим, мамлекеттик кызматта иштегендер, студенттердин турмуш-тиричилик деңгээлинин төмөндүгүн сүрөттөп, ЖМКлардын бул маселелердин үстүнөн дыкат иштебей жатканын көрө алабыз.

Жергиликтүү басылмалар жана интернет-медаларда өзгөчө криминалдык хроникага, башкача айтканда каргашалуу окуялар, уурулук, зордуктоо, адам уурдоо, аялдардын укугун басмырлоо сыяктуу фактыларды биринчи орунга коюп, ошол эле учурда бул үрөй учурган окуялардын аягына чейин жетип, маселенин түйүнүн чечүүгө, адилеттүү чечимдин чыгуусу үчүн аракеттердин жоктугу байкалат. Гезит-журнал, телевидение жана интернет-айдыңдарына чыгарылган көптөгөн маселелердин 2-3%ы гана маселенин аягына чыгып, тиешелүү органдар тарабынан тескөөгө алынаары маалым. Негизи эле, кыргыз ЖМКлары маалыматтарды жеңил-желпи, эмоционалдуу басым берүүчү маалыматтардын массасын калктын калың катмарына таратып, чынында орчундуу, көңүл бурууга татыктуу жана көптөгөн маселелердин тамыры жаткан чоң

маселелерге анчейин кайрылбастан, орунсуз, коом үчүн чоң мааниге ээ болбогон маселелер тоptomун чагылдырып жатканын акыркы күндөрү көп байкалууда.

Учурда социалдык тематикага өзгөчө көңүл бурулуп, бул чөйрөнүн актуалдашуусу нормалдуу көрүнүшкө айланууда. Анткени, бир гана биздин өлкөбүздө эмес, дүйнөнүн булуң-бурчтарында, ал тургай эң өнүккөн мамлекеттерде да коомдук аң-сезимдин өсүүсү менен бирге коомдук-социалдык маселелерге карата олуттуу мамиле орноп, аларды чагылдыруу актуалдуулугу күн сайын өсүүдө. [6. 60 б.] Ошондой эле глобалдык ааламдашуу учурунда айрым саясий күчтөрдүн агрессиялары, терроризм, экстремизм, саясий дестабилизацияга карата чоң күч-аракеттер, жер, суу ресурстарынын дефицитинин негизинде келип чыккан согуштар менен бир катар экологияга карата өсүп келаткан андап иш кылуу, туура тамактануу, спортко болгон кызыгууну дүйнөлүк деңгээлде жайылтуу жана өндүрүүчү менен керектөөчүлөрдүн туура пропорцияда иш алып баруусу, минимализм, эссенциализмге болгон умтулуу – бул көптөгөн карама-каршылыктардын кайсы бирине басым жасап, кайсы бирин алып чыгуу тууралуу талаш суроолор күн сайын жаралып турганы турган иш.

Бирок дал ушул суроолорду позитивдүү өңүттөн алып чыгуусу, же маселелердин абалын курчутпастан, аларды чечүү жолдорун сунуштоо, натыйжалуу алып баруу жана коомдогу жарандардын келечекке карата ишенимин арттыруу – журналисттердин, тактап айтканда, социалдык тематикада иш алып барган журналисттердин милдеттеринин бири.

Тилекке каршы, биздин өлкөдө социалдык журналистиканын деңгээли канааттандырылгыч деңгээлде деп айта албайбыз. Балким замандын талабына ылайык же ЖМКлар чынында компетенттүүлүгүн жоготуп жатканы менен байланыштуу граждандык журналистиканын коомдун жашоосундагы ролу, орду чоң жана аткарып жаткан функциясы өзүнүн гана (граждандык журналистиканын) милдеттерин аткарбастан, айрым учурларда социалдык журналистиканын жана социалдык кызматтардын ишин эффективдүү аткаарын баса белгилеп айтып кетүү керек.

Социалдык чөйрө журналистикадагы чагылдыруу объектилеринин бири болуп саналат. Жумушсуздук маселеси саясий жана экономикалык чөйрөлөр менен байланышкан, ал эми жаш балдардын санынын аздыгы жалпы европалык демографиялык тенденциялардын таасири, карыларга карата мамиле, улгайган адамдардын экономикалык абалынан же коомдун жаңы културологиялык моделинен көз каранды. Ошондуктан журналисттер жазган тематикалык макалаларында социалдык чөйрөнү шарттуу жана формалдуу түрдө чагылдырышат.

Социалдык маселелер деп биз коомдун жашоо жана өзүн-өзү сактоосуна тиешелүү сфераларындагы көйгөйлөрдү айтабыз. ЖМКларда берилген тематикалык сегмент коомдун социалдык маселелерге болгон көз карашына олуттуу таасирин тийгизүүсү мүмкүн. Бул кандай жол менен чагылдырылып, чыныгы реалдуулукка канчалык дал келүүсүнөн көз каранды.

Бир караганда кеп социалдык темалар тууралуу болуп жатат. Чынында профессионалдуу журналистикада “социалдык маселе”, “социалдык чөйрөнүн маселеси”, “социалдык тема”, “социалдык” сөз айкалыштары синоним сөздөр катарында кабыл алынып, бир катарда каралат. Бирок, бул түшүнүктөр маанилик жактан ар башка нерселерди туюндурат. Андыктан колдонулуп жаткан түшүнүктөрдү кылдатыраак карап чыгуу керек:

- “социалдык тема” – бул адамдардын күнүмдүк турмушундагы окуяларды чагылдырып, алар сөзсүз түрдө көйгөлүү болуусу шарт эмес. (Мисалы, биринчи сентябрь тууралуу мектептен алынган репортаж, жаш балдардын бий коллективи тууралуу заметка, жергиликтүү жашоочулардын короосун, секичелерин жашоо шартына ыңгайлаштыруусу тууралуу зарисовка ж.б.у.с.);
- “социалдык” профессионалдуулугу – социалдык теманын көп түрдүүлүгүн камтып, жанрларга карата чектөө койбойт;

- “социалдык маселе” түшүнүгү абдан чоң предметтик маселелерге кулачын жаят – улуттук коопсуздук абалынан тарта, таштанды урналарынын санына чейин, экономикалык инфляция маселесинен, Пенсиялык фонд мекемелериндеги кезектерге чейин камтыйт. Башкача айтканда, каалагандай маселе анын тематикалык обочолуулугуна карабастан, социалдык маселе катары каралуусу мүмкүн;
- социалдык чөйрөнүн маселелерин көбүнесе экономикалык же коомдук мамилелердин чөйрөсүндө карап чыгышат. Бул ката ой болуп саналат. Иш жүзүндө “социалдык чөйрөнүн коомдук жашоодогу функционалдык ролу – анын алкагында адамдардын ортосундагы коомдук байланыштардын, алардын жашоо образынын шарттуу түрдө көбөйүп, өзгөрүп, калыптанышын жана муктаждыктарынын канааттандырылышын камсыздайт”. [7. 33 б.].

Социалдык темалар берилген социалдык маселенин предметтик маңызын изилдебейт, бирок ал өзүндө журналисттик чыгарманын социалдуулугун камтыган профессионалдуу ачыкчтарын камтыйт. Башка чөйрөлөргө салыштырмалуу (идеяларды жаратуучу саясаттан, финансылык экономика, материалдык баалуулуктарды жараткан өндүрүш, нравалык баалуулуктарды жараткан руханий) социалдык чөйрө ошол материалдык, руханий, нравалык баалуулуктардын идеясы эмне үчүн баалуу экенин изилдейт. Бул чөйрөдө коомдун сакталуусу үчүн бардык механизм жана шарттары каралган.

Социалдык журналистиканын маңызын берүүчү бир нече түшүнүктөр белгилүү. Биздин көз карашыбызча, алардын ичинен эң комплекстүү түшүнүктү Т.И.Фролова «Социалдык журналистика адамга арналган, анын күнүмдүк жашоосунун бардык аспектилерин чагылдырган, анын ичинде жаранды өнүктүргөн, ар бир адамдын инсандык позитивдүү жана чыгармачыл принцибин жүзөгө ашырган, дүйнө менен жеке байланыштарынын байлыгын ачкан, чыныгы жарандыкты ойготуп, коомдо социалдык мүнөздү түзгөн атайын чыгармачыл арсеналды колдонот» деп баса белгилеген [7. 60 б.].

Учурда Кыргызстанда коомдук курч социалдык маселелерди чагылдыруу – кыргыз журналистикасынын негизги тематикасы катары бааланып жатат. Алардын ичинен айрым макалалар тиешелүү мамлекеттик органдарын, жооптуу адамдарды көтөрүлүп жаткан көйгөйгө көңүлүн бурдуруп, маселени чечүүнү максат коюшат. Өзгөчө калктын аялуу катмарынын таламдарын талашып, жарандардын маселелерин адилетүү, мыйзам жолу менен чечүүгө басым жасашат. Журналистикада социалдык маселелерди чагылдыруунун максаты – маселелерди козгоп, ачыктоо гана эмес, алардын чечилүүсүнө өбөлгө түзүп берүү. Социалдык маселени козгогон журналист өзүн “Аудитория менен биргеликте турмуштун татаал маселелерин чечүүгө кызыктар адам катары” көрүүсү керек [6. 90 б.]. И.М.Дзялошинский социалдык маселелерди чагылдырууда негизги (ачкыч) спецификалык өзгөчөлүгүн камтыган «катыш журналистикасы» деген түшүнүктү сунуштаган.

Журналистиканы тематикалык чөйрөсүнө карата салттык түрдө саясий, экономикалык, социалдык, маданий, спорттук ж.б бөлүп карашат. Учурда дагы деле талаш маселе катары теоретиктер менен практик журналисттердин социалдык тематикага саламаттыкты сактоо, билим берүү, маданият, социалдык камсыздандыруу, турмуш-тиричилик жана башка айрым жашоо чөйрөлөрүн алып кароосу болуп саналат. Бирок коомдук социалдык абалына формалдык белгилери боюнча саясат же экономика маселелерине тиешелүү болсо да өз таасирин тийгизет, андыктан бул жөн гана шартуу чектөө. Башкача айтканда, бул специализация “бирдиктүү ишмердүүлүк үчүн же адамзаттын мамилелерин уюштуруу ыкмасы катарында” [8. 142 б.] кабыл алынат. Бул контекстте социалдык тематикага кененирээк түшүнүктү М.А.Бережная берет: “... социалдык тематикадагы бардык макалалар жалпы маалыматтык фонду негиздеп, социалдык абалды жакшыртат же маселени курчутат” [9. 112 б.]. Эгерде социалдык тематиканы регулятор катары алып карасак, маселени изилдөөдө терс жыйынтыктар, абалдын дагы начарлап калуусуна алып келүүсү мүмкүн эмес.

Мында С.Г.Корконосенко тарабынан киргизилген социожурналистика түшүнүгүн атап өтүү негиздүү болот. Ал кубулуштардын жана бардык процесстердин социалдык маңызына терең кирүүгө багытталган. “Бул жалпыга маалымдоо каражаттарынын кызматкерлеринин квалификациялык деңгээлин, социологиялык ой-жүгүртүү маданияты, маалыматты издөө, топтоо, чечмелөө ошондой эле алардын ишмердүүлүгүнүнүн кесепеттери үчүн социалдык жоопкерчилик менен мүнөздөлөт” [5. 89 б.]. И.М.Дзялошинскийдин аныктамасы боюнча социалдык тематика башка журналистиканын тематикаларынан жөн гана турмуш чындыгын окурмандарга маалымдап, пикир алышуу мүмкүнчүлүгүн гана жаратпастан, адамдар менен социалдык жалпылыктар ортосунда мамилелерди регуляциялап, мамилелерге жана коомдук жашоо чөйрөлөрүн башкаруучу социалдык структураларга позитивдүү тассирин тийгизүүдө активдүү катышат [1. 95 б.].

Башкача айтканда социалдык тематикадагы макалалардын чындыкка позитивдүү таасирин тийгизүү, конфликттерди чечүүдө максималдуу эффективдүү жолдорун табуу – анын башкы максаттары, өзгөчөлүгү жана фундаменталдык сапаттарынын бири болуп саналат. Ошондой эле, социалдык маселелерди чагылдырууда “социалдык ракурс” түшүнүгү да маанилүү. Биринчиден, бул ыкма менен аудиториянын социалдык көйгөйлөргө карата көңүлүн буруп, адамдардын граждандык позициясын активдештирүүдө салымы зор. Ал эми экинчиден, саясий, экономикалык жана маданий маселелердин социалдык аспектилерин карап чыгат.

“Ракурс иретиндеги социалдуулук – бул “кичинекей адамдын” каалаган бурчунан көйгөйгө көз чаптыруу... Иш жүзүндө “жөнөкөй” адам тарабынан берилип жаткан каалагандай тема социалдык боло алат”. Т.И.Фролова бул чыгармачылык түрүнүн спецификасын “камера объективи же башка жолдор менен жөнөкөй адамды өз мейкиндигинен бөлүп кароо” деп аныктайт. Ошентип, социалдык тематика – коомдун жашоосуна түздөн-түз таасир этүүчү, иш учурунда жогорку социалдык жоопкерчиликти талап кылуучу, өзүнө коомчулуктун турмушунда позитивдүү өзгөрүүлөргө алып келүүнү максат койгон социалдык маселелердин сферасы деп аныкталды. Айрым изилдөөлөрдө социалдык журналистика менен граждандык журналистиканы бир катарга коюшат. Албетте, эки журналистиканын кеслиш чекити бар. Граждандык журналистика терминин негиздегендердин бири, “Шарлот обзервердин” редактору Дженни Бакнер экөөнүн айырмасын төмөндөгүчө белгилеген: граждандык журналистика коомчулукта атуулдук сезимдерди ойготууда, калкка маалымат жеткирүүдө, өз тандоосун кылууда чоң роль ойносо, социалдык журналистика көбүнесе коюлган маселенин түйүнүн чечүүдө жана иш жүзүндө көйгөйдү жок кылууга максат кылып аракет жасайт.

Т.И. Фролова социалдык жана граждандык чыгармачылыктын айырмаларын төмөндөгүчө бөлүп карап чыгат: граждандык журналистика “максаттык функция, баалуулуктар, басма сөздүн социалдык жана граждандык жоопкерчиликтери жана алардын коом астындагы милдеттери тууралуу түшүнүктөрдү берип, айрым учурда социалдык тематикадан чыгып кетет”. Бирок социалдык тематикалар да өзүндө граждандык тарбиялоо милдеттерин камтырын эске түйүү зарыл: белгилүү каармандар жана көйгөйлөргө көңүл бурдуруп жатып аудиториянын өзүнүн граждандык позициясын активдүү билдирип, катышуусун камсыздоого болот. Социалдык тематика өзүндө бир гана коомдук пикирди камтып, маалымдоо функциясын гана эмес, реалдуу жашоодо түзмө-түз катыш функциясын камтыгандыг менен өзгөчө спецификага ээ.

КОЛДОНУЛГАН АДАБИЯТТАРДЫН ТИЗМЕСИ:

1. Бережная, М.А. “Алгоритмы освещения социальных проблем на телеэкране.”, Санкт-Петербург. 2009. стр. 167-172.
2. Социология журналистики / под ред. С. Г. Корконосенко. М., 2004. Ст. 125.
3. Социальная политика: энциклопедический словарь. М., 2005. С. 550.
4. Дзялошинский И. Поле для профессионалов или поляна для дилетантов? // Социальная журналистика: профессия и позиция. М., 2005, стр 55.

5. Ломовицкая В.М., Петрова Т.А. Элита как социальная страта научного сообщества современной России // Социальные и политические ориентации Санкт-Петербургской элиты. Материалы международного симпозиума. Санкт-Петербург. 25 – 26 июня 1997 г. / Под ред. С. А. Кутеля. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1998, стр 89-91, 120-125.
6. Дзялошинский И. М. “Интегративные процессы в современных российских медиа-системах, или Что происходит в российском информационном пространстве” // Мы — сограждане / Под общ. ред. И. М. Дзялошинского. М.: Бонфи. 2002. стр 60-65.
7. Социология журналистики / под ред. С. Г. Корконосенко. М., 2004. стр 33-38, 60-70.
8. Ермаков Ю. А. Манипуляция личностью: смысл, приемы, последствия. Екатеринбург, 1995. С. 142.
9. Сарчинелли У. Старые СМИ – новые СМИ. К вопросу об отношениях между журналистикой и политикой // Средства массовой информации и демократия в современном мире. Сб. статей и рефератов / М.: РАН ИНИОН, 2002, стр 112.