

ОЮН-ЗООК ПРОГРАММАЛАРДЫН ФУНКЦИЯСЫ ЖАНА ОРДУ

Макалда теле жана радио берүүлөрдөгү көңүл ачуучу мүнөздөгү программалардын пайда болушу тууралуу айтылат. Көңүл ачуучу программалардын эфирден чыгышы, аудиториянын ошол программага болгон талабына дал келүүсү жана суроо-мүдөөсү тууралуу кеңири баяндалат.

Оюн-зоок программалары журналистиканын рекреативдик функциясын аткарат. Рекреация-(развлечение) көңүл ачуу дегенди билдирет.

Көңүл ачуучу программалардын түрү эфирден өзгөчө орунду ээлеп, аудитория менен бөтөнчө мазмундагы байланышта болот. Оюн-зоок мүнөзүндөгү программалар угарман жана көрөрмандарга толугу менен кайрыла алат, алар бул байланышсыз жашашы мүмкүн эмес.

Эң алгачкы оюн-зоок мүнөзүндөгү программалар (Мурдагы СССР мамлекетинде) радиоуктуруудагы «Пионерская зорькада» пайда болгон [1]. Балдардын кабыл алуусун, жомокко, предметке болгон кызыгуусун, сыйкырдуу жана боорукер феяга ишенүүсүн, балдар аудиториясынын өзгөчөлүгүн эске алууну, балдардын көңүлүн бурууда уктуруунун маанилүүлүгүн айтууга болот. Балдар радиоуктуруудан монологу угушпайт. Эгер угушса андан тез чарчашат. Аларга жандуу сүйлөшүү керек, б.а., алардын уктурууга, көрсөтүүгө аралашып кетүүсү эсеп. Бардык кыймыл балдарды кызыктырат. Уктурууда же көрсөтүүдө оюндун элементтери болсо, балдарды кызыктырууга болот. Демек, кызыгуудан улам акыл-эстин жогорулашы жана эске тутуусу өнүгөт. Оюн аркылуу кичинекей адам дүйнөнү таанып, балдар арасында мамиленин өзгөчөлүгүн үйрөнө алат. Балдар моралдык сентенцияны жаман көрөт. Дүйнө көңүл ачуу аркылуу таанылат деген девиз бар. Ал эми көңүл ачуу бул оюн болуп эсептелет.

Өткөн кылымдын 20-жылдарынын орто ченинде балдар үчүн радио журналдар радио газеталар эфирге чыга баштаган. Алар көңүл ачуучу мүнөзгө ээ. Андан соң көңүл ачуучу жана тарбия берүүчү, көңүл ачуу жана билим берүү деген принцип пайда болгон [1].

Оюндун прицибинде берүүнүн алып баруучусуна негизги роль пайда болуп, ал эң алгачкы «Малыш» радиожурналында колдонулган. Бул уктуруу тез эле коомдук маанилүү мүнөзгө ээ болду жана «Петрушкиндин почтасы» аркылуу кичинекей угуучуларга толук байланыш түзүлдү. Балдар «Малыштын» берүүлөрүнө кызыгып, активдүү катышууну уюштуруп, өздөрү жазган жомокторду, ырларды жиберип турушту.

Андан соң мектепке чейинки балдар үчүн «Угадайка» деген оюн уктуруусу эфирден узак убакыт бою орун алып, кызыктуу өмүр сүрдү.

Акырындык менен оюн-зоок уктуруулары өздөрүнүн формалары боюнча татаалдана баштады. Өткөн кылымдын 70-80- жылдары оюндун элементтерин камтыган көңүл ачуучу мүнөзгө ээ ар түрдүү программалар эфирге чыга баштаган. Мисалы: «Веселый радиопоезд», «По дорогам сказки», «Загадки бабушки Насти», «Радионяня» ж.б. [1].

Ушул эле жылдары азыркы кыргыз радиосунда жумасына бир жолу «Акылтай», «Жеткинчек», «Жаш толкун» деген аталышта жарым сааттан бир саат убакытка чейин балдар турмушунан алынган жаңылыктар, балдарга арналган ар түрдүү кеңештер, кызыктуу жомоктор, ырлар табышмактар жана балдардын өздөрүнөн келген каттарды камтыган уктуруулар эфирден орун алып келген. Мезгил талабына жараша аталыштары өзгөрүп, бирок маанисин жоготпой учурда да эфирден түшө элек. Балдар үчүн жазуучулар жакшы чыгармаларды жазып, студияларда таланттуу режиссерлор, театрдын жана кинонун эң кыйын актерлору ошол чыгармаларды өз аудиториясына жеткирүүдө үзүрдүү эмгек жасай алышкан [2].

Чындыгында, маалыматтык материалдардын диапозону кеңири. Ал эми оюн-зоок мүнөздөгү көңүл ачуучу уктуруулар, берүүлөр ар кайсы массалык маалымат каражаттарында ар түрдүү. Аудитория өз табитине жараша кабыл алып жана талап кылаары бышык.

Ал эми балдар үчүн даярдалган радио уктуруулар, телекөрсөтүүлөр жалпы аудиториянын көңүл ориентирине багытталгандай. Мындай көрүнүш айрыкча телекөрсөтүүдө пайда болгонун белгилей кетүү керек. Оюн-зоок берүүлөр драмалык сюжеттерди камтуу менен, таанып билүүчүлүк профилге жакындашып, романтизмдик рухка бай, алыскы өлкөлөргө саякаттоону каалоо менен, күтүлбөгөн укмуштуу окуяларга жолугууну балдар өз фантазиясында ойлоноору белгилүү болгон. Мисалы: «Почтовый дилижанс», «Клуб знаменитых капитанов», «КООАП» булар өз кезегинде адабий драмалык жана балдар, өспүрүмдөр берүүлөрүнүн ортосундагы көпүрө катары кызмат кылышкан [1].

Берүүлөрдө кайра куруу, жаңылануу маселеси коюлганда, ММКлар маанилүү мүнөздөгү жаңы аудиторияны пайда кыла алат. Ал аудитория көңүл ачуучу программалардын эфирге чыгышынан улам пайда болот. Оюн-зоок шоу программалар Россиянын каналдарында, мисалы: «Поле чудес», «Угадай мелодию», «Дог шоу», «О, счастливчик» ж.б. программалар көп жылдык убакыттан бери аудиториясын жоготпой келет. Кыргыз телекөрсөтүүсүндө балдар үчүн «ШОК» (Шайыр окуучулардын клубу), «Акыл ордо», чоңдор үчүн «Дүйшөмбү күнү кечинде», «Күлкү - өмүрдүн мүлкү», «Сыр сандык», «Ырдап жүрүңүз» ж. б. программалар пайда болуп, өз аудиториясын таба алышкан.

Айрым басылма беттери анекдотторго, кроссворддорго, мүмкүн болушунча викториналарга толгон. Актерлордун, дүйнөлүк эстрада, кино, спорт жана теле жылдыздардын турмушунан алынган материалдар менен жык толгон. Биз муну да акыркы жылдарда чыккан «Супер инфо» аттуу газетасынан көрө алабыз. Ал эми сканворддор басылган газеталар «Кирпи», «Ийне», «Шибеге» ж.б. Сканворддор басылган газеталар акчалай сыйлыктарды уюштурушат. Анын натыйжасында, басылмалардын өтүмдүүлүгү жогору болот.

Мындай көрүнүштөрдү, айрыкча, акыркы жылдарда Ысык-Көл областынан көрүүгө болбойт. Жогоруда белгилеп өткөндөй, оюн-зоок формасындагы программалар адамдардын эс алуусуна, ыракаттануусуна, көңүл ачуусуна багытталат. Ал эми балдарды тарбиялоодо аларга кызыктуу болуп, бош убактысын пайдалуу өткөрүүсүндө, берилген программалардын тарбиялык мааниси чоң болсо, журналистикадагы таанып билүүчүлүк, агартуучулук функция да бирге аткарылат.

Аудиториянын кызыкчылыгы ар дайым канааттанууну пайда кылышы керек. Эмне себептен кичине балдар эле эмес, чоң адамдар да оюн формасын камтыган берүүлөргө көңүл бурушат? Жаңы нерселерди билүү алар үчүн да кызыктуу. Оюн-зоок программалардын эффектиси адамдардын өздөрү оюнга айланаары менен жыйынтыкталат. Ал берилген оюндун катышуучусу болуп калат.

Телекөрүүчүнүн же радио угуучунун үйүндө олтуруп эле оюнга аралашуусу менен өзүнүн билимин, эрудициясын текшерүүгө мүмкүнчүлүк түзүлөт. Катышуу эффектиси тийиштүү нормага чейин өсөт. Көрүүчүлөр кайгырышат, санаркашат, б.а., алар да сценага, подиумга чыккандай абалда болушат. Искусствону телекөрсөтүү демонстрациялагандай реалдуулуктун эффектисин пайда кылышат. Мындай көрүнүш адамдын жашоо турмуштук кыйынчылыктарын, проблемаларын, жада калса ооруларын жа унутуп коюуга дуушар кылат. Оюн кандайдыр бир дэңгээлде балалык мүнөзгө алып келиши ыктымал. Ал эми балалык ар дайым бактылуулук экендиги айкын.

Радиоуктурууда ар бир оюн угуучулардын чөйрөсүнө карай багытталган. Алар,

биринчи кезекте, жаш курак жана кызыкчылык боюнча бөлүнөт.

Программанын структурасы функционалдык багытынан жана сюжеттик элементинен түзүлөт, б.а., оюндун эрежесинен радиодогу шарттуу кыймыл түзүлөт. М., жөнөкөй вариантты карасак, радиоуктуруудагы «Алфавит» программасында тамгаларды табуу кызыгуучуларга багытталат. Бул радио менен газетанын байланышындагы заманбап шарттагы ийгиликтүү мисал болуп эсептелет. «Алфавит» газетасы тарых, адабият, илим, коомдук турмуштун тарыхы ж.б. кеңири маалыматтарды камтыйт. Угармандарга бир тамганы табуу сунушталат, ал заголовкалардагы көбүрөөк кайталанган тамгалар болот. Ал тамгаларды тапкандарды белектер күтөт, ал - газетага жазылуу. Бул оюн рекламалык мүнөздү ачык эле камтыйт.

Ушул өңдүү оюндар радиоуктурууларда көп эле кезигет. «Квадраслов» деген аталыштагы оюн жогорку класстардын окуучуларына арналган. Редакцияга телефон чалуу аркылуу оюн ойнотулат. Адабият, тарых, география, биология предметтеринен алынып түзүлгөн суроолордун негизинде (Мектеп программасы боюнча) уюштурулган. [5].

«Радио России» радиосунда «Эхо Москвы» ж.б. радиолордо оюн формасын камтыган уктуруулар көп эле кездешет. Ал эми кыргызча мурдагы «Белес» радиосунда, «Кыргызстан обондору» радиосунда уктурулуп келген.

Оюн-зоок мүнөзүндөгү уктуруулар, берүүлөр автордук программалар сыяктуу эле ар түрдүү жаңы формасы болуп эсептелет. Мындай берүүлөрдүн келечеги бар жана заманбап талаптуу экендиги талашсыз.

Ысык-Көл областындагы үч телекомпания тең куттуктоо программаларын берип келишет. Антен ТВ орус жана кыргыз тилинде «Muzpresent», «Сунам ыр десте» деген аталышта жарым сааттан бир саат убакытка чейин берилет. Ортосунда астрологиялык төлгө, эстрада жана кино жылдыздары жөнүндө маалымат берилет.

ЭМТВ куттуктоонун санына жараша берилип, убактысы чектелген эмес. Ал эми Ысык-Көл ТВда ар кандай убакытка чейин берилет, бул да куттуктоонун санына жараша. Мындан тышкары, көңүл ачуучу, балдар, өспүрүмдөр үчүн атайын арналган программа түгүл, долбоордун жоктугун көрүүгө болот.

Областтык телекөрсөтүүлөрдө областтын аймагынан алынган кызыктуу кабарлардын топтому бар. Бул топтомдорду аймактын жашоочулары атайын кызыгуу менен көрөрүнө ишеним жок. Мектеп жашындагы, кенже жаштагы жана өспүрүм балдардын Ысык-Көл областынын телекөрсөтүүлөрүн көрүшү да толук күмөн.

Ал эми LW радиосу музыкалык багытта эфирге чыгат. Жакындан тартып «Жан шерик» аттуу жаш жигит-кыздардын таанышуусун уюштурган программасы, «Кут салам» аттуу куттуктоо программалары телефондук байланыш аркылуу радиоуктуруудан орун алып калды. Андан тышкары, музыка уктуруу менен чектелет. Областтык газеталардан да көңүл ачуучу жана балдар, өспүрүмдөр үчүн жазылган материалдарды көрө албайбыз.

Демек, Ысык-Көл областтык ММКларда журналистиканын маданий рекреативдик жана агартуучулук функциясы начар абалда экендигин белгилөөгө болот. Эмне үчүн мектеп окуучуларынын ортосунда викторина, конкурс уюштуруу менен кызыктуу программа даярдоого болбосун?

Бул жерде демөөрчүлөрдүн каржылоосу зарыл деген маселе келип чыгышы мүмкүн. Албетте, демөөрчү керек. Аларды табуу оңой. Эң негизгиси - жакшы долбоор, кызыгуу жана талап керек. ММКдан балдар проблемасын тарбия берүү, таанып билүү ошондой эле көңүл ачуу мүнөзүндөгү берүүлөрдү даярдоо жана берүү мамлекеттин келечегин куруу болуп эсептелет.

Адабияттар:

1. Смирнов В.В. Формы вещания. - М., 2002.

2. Ворошилов В.В. Журналистика. - СПб., 2004.
3. Кыргыз журналистикасынын тарыхы. - Б., 2002.
4. Журналистика жана коом. - Б., 2002.
5. Зыкин В. Психологические аспекты формирования интереса к телевизионным и радиопередачам // Аудитория, 1988, № 6.