

12. Райт К., Замит Р. и Бебави С. Журналистика данных за пределами большинства стран мира: вызовы и возможности.
13. Бунегрю Л. и Грей Дж. Справочник по журналистике данных: На пути к практике работы с критическими данными. Изд-во Амстердамского университета, 2021. DOI 10.5117/9789462989511.
14. www.datajournalism.com
15. <https://ru.wikipedia.org/wiki>

УДК 070

DOI 10.58649/1694-8033-2024-3(119)-338-341

Халилов А.Д., Кенжебекова С.К.
Ж. Баласагын атындагы КУУ
Халилов А.Д., Кенжебекова С.К.
КНУ имени Ж. Баласагына
Khalilov A.D., Kenzhebekova S.K.
KNU named after J. Balasagyn

**ТЕЛЕКӨРСӨТҮҮДӨГҮ МААЛЫМАТТЫК ТЕКСТ ЖАНА СУРООЛОР
МЕНЕН ИШТӨӨ ЫКМАЛАРЫ
РАБОТА С ИНФОРМАЦИОННЫМ ТЕКСТОМ И ВОПРОСАМИ НА ТЕЛЕВИДИЕНИИ
WORKING WITH INFORMATIONAL TEXT AND QUESTIONS ON TELEVISION**

Кыскача мүнөздөмө: Бул макалада телекөрсөтүүдө маалыматты чагылдыруудагы текст менен иштөө чеберчилиги жана суроолорду берүү ыкмалары каралат. Маалыматтык жанрдагы текстти жазууда кандай сөздөрдөн качуу керектиги жана журналист даярдаган материалга кантип көрүүчүнүн көңүлүн бурдуруу керек деген маселени карайбыз. Аны менен катар, официалдуу маалыматтар, аймактык кабарлардагы тексттер, диктордук текст, маалыматты чагылдырган редакциянын багытына жараша суроо даярдоону карап чыгабыз.

Аннотация: В статье рассматриваются текстовые навыки и техники постановки вопросов в телетрансляциях. Рассматривается вопрос, каких слов следует избегать при написании текста в информационном жанре и как привлечь внимание зрителя к подготовленному журналистом материалу. В дополнение к этому рассматривается подготовка подходящих для редакции вопросов, которые включают в себя официальные данные, тексты из региональных новостей, дикторский текст, информацию.

Abstract: This article examines textual skills and questioning techniques in televised information presentation. We will consider the issue of what words to avoid when writing an informational text and how to draw the attention of the viewer to the material prepared by the journalist. Along with it, we will consider the preparation of questions depending on the direction of the newsroom reflecting official information, texts in regional news, announcer's text, and information.

Негизги сөздөр: сюжет; репортаж; диктордук текст; интервью; факт; диалекти.

Ключевые слова: сюжет; репортаж; дикторский текст; интервью; факт; диалект.

Keywords: plot; reportage; narration; interview; fact; dialect.

Кабар программалары коомчулукту маалымат менен камсыздап, күнүгө жаңы болуп жаткан оорчундуу, чукул окуялардан кабар бере турган жалпыга маалымдоо каражаттарынын кызматы. Маалымат менен жаңылыкты көпчүлүк учурда ажыратуу кыйын болуп калат. Чындыгында маалымат дагы, жаңылык дагы адамдарга кызыгуу жаратат, актуалдуу проблемаларды козгойт. Күндө ЖМКнын ар кайсы түрлөрү аркылуу маалыматтык кызматтарга байкоо жүргүзүп турабыз.

Журналистиканын өзөгүн факт, жаңылык түзөт. Жаңылык – бул жаңы окуя, жаңы эле болуп өткөн нерсе. Сөздүктө жаңылык “соңку окуялар жөнүндөгү билдирүү же мурда белгисиз болгон маалымат” деп чечмеленген. Жалпы жолунан айтканда, жаңылык – бул аудиториянын кызыкчылыгын туудуруучу маалымат [1; 18].

Жогоруда айтылгандай, маалымат билдирүү же болбосо болуп жаткан окуя туурасында жаңы кабарларды кабарлоо деп алдык. Эми маалыматтык редакцияда иштеген журналисттердин баардыгы өзү даярдаган материалдын маани бере турган бөлүгүндө көрүүчүлөрдү көңүлүн бурдурууга аракет

кылышат. Бул кезде ар түрдүү кошумча материалдарды, мисалы, графика, анимация, синхрон, лайфтарды берүү менен баса белгилешет. Андан сырткары, диктордук текстте баса белгиленген сүйлөмдөр болот. Бул учурда алып баруучу логикалык басымды ошол сүйлөмдөргө басым коюп окуйт.

Баса белгиленген сүйлөмдөргө эмнелер кирет? Бул учурда маалыматтык тексттеги эң негизги жана өзөктүү болгон окуя, иштерди же адам аттарын, текстке кошуу зарыл. Маалыматтык көрсөтүүдөгү диктор окуй турган текст – сиздин матертиалга көңүл бурдуруучу негизиги текст болуп эсептелет. Ошол себептүү негизги деген жана жаңылык боло алчу сүйлөмдөрдү диктор окуй турган текстке кошуу зарыл.

Заметка кичинекей көлөмдөгү текст, ошондуктан анын негизги өзгөчөлүгү кыскалык болуп саналат, ал өз кезегинде материалды так көрсөтүүнү талап кылат. Заметкадагы материал Марк Фабиус Квинтилиан тарабынан сунушталган принцип боюнча жайгаштырылган, ал 5 суроого жооп берүүдөн турат: Ким/эмне? Кайда? Качан? Кантип? Эмнеге?

Ал эми телекөрсөтүүдө чагылдырылган тексттик структурасын карай турган болсок: заголовок же тема (ал хроникада жок болушу мүмкүн), кириш сөз (кириш сөз, лид - тексттин биринчи абзатында) жана негизги бөлүгүндө (башында аталган фактыларды деталдар менен түшүндүрөт), корутунду адатта жок. Заметка "Качан?" же "кайда?" эмес, "эмне / ким?" деген суроого жооп берүү менен башталышы керек. Анткени анын иш-аракетинин убактысы жана орду эмес, окуянын өзү биринчи орунда турат. Окуя болгон күнгө же убакытка басым жасалганда гана сандан баштаса болот.

Репортаж – журналисттердин да, маалымат керектөөчүлөрдүн да сүйүктүү жанрларынын бири. Бул баяндамада фактылар менен процесстердин кургак баяндалбай, окуяны өзүнүн дүйнө таанымынын призмасынан өткөрүп, ага эмоционалдык баа берген автордун болгон окуяны ачык айтып берүүсү менен түшүндүрүлөт.

Баяндаманын лингвистикалык өзгөчөлүктөрү журналисттик стилдин официалдуу ишкердик менен айкалышында. Лексикалык деңгээлде бул канцеляризмдин колдонулушунда туюндурулат: ишке ашыруу, арачылык кылуу, бир катар окуялар, суроо коюу, зарылдык, категориялык билдирүү, тиешелүү жыйынтык чыгаруу, көзөмөлдөө.

Расмий иш стилинин грамматикасында: жөнөкөй сөздүк этишти татаал менен алмаштыруу (мисалы: каалоонун ордуна каалоо билдирүү, чечүүнүн ордуна чечим чыгаруу ж.б.) илик жөндөмөсү колдонулган тилдик өзгөчөлүктөр журналисттер тарабынан репортажда колдонулат [2].

Аудиторияга эмоционалдык таасир этүү ыкмаларынын маанилүүлүгү жогоруда маалыматтык жанрлардын кыскалыгына жана кургактыгына оппозиция катары сөз болгон. Ал эми айрым жерлерде автордун индивидуалдык стили өзүн-өзү көрсөтүүгө, өзүн жарнамалоого ашыкча каныккан. Бул өзгөчө искусство жөнүндөгү материалдарда жана жаштар басмаларында байкалат [3].

Кабар программаларында колдонулуучу телекөрсөтүүнүн текстинин өзүнүн өзгөчөлүгү бар. Кабар телекөрсөтүүсүнүн сөзүнүн теориялык талдоосу көрсөткөндөй, жаңылыктардын эффективдүүлүгүнө жана фактылыгына көз каранды, ошондуктан ал кыска сүйлөмдөрдүн, стандарттуу сөз айкаштарынын, аббревиатуралардын жана кыскартуулардын болушу, ал эми кириш сөздүн практикалык түрдө жок болушу менен мүнөздөлөт. Бир программанын алкагында предметтердин тематикалык ар түрдүүлүгү терминологиялык лексиканын, көз карандылыктын жана кесипкөйлүктүн болушун түшүндүрөт.

Телевизиялык маалымат тексти үчүн классикалык сүйлөм сегиз сөздөн турган сүйлөм болуп саналат. Маалыматтык телекөрсөтүү чыгармасынын автору анын текстинде тактоочтук жана жарыш сөз айкаштары болууга укугу жок экенин эстен чыгарбашы керек. Маалыматтык телекөрсөтүү чыгармасынын текстинде «маалыматтык ызы-чуунун» жана «маалыматтык таштандынын» болушуна жол берилбейт.

«Маалыматтык ызы-чуу» маалымат сюжетинде кириш сөздүн, кошумча сын атоочтун, тактоочтун, байланыштын ж.б. колдонулушу.

«Маалымат таштандылары» - сюжеттин текстинде лексикалык сөз айкаштарынын колдонулушу, ансыз берилген маалыматтын маңызы өзгөрбөйт.

Маалыматтык текстти берүү логикасы өтө жөнөкөй, эки негизги түрү колдонулат:

- «өзгөчөдөн жалпыга чейин», мында корреспондент адегенде мурунку жагдайларды баяндоо менен презентацияны баштайт, андан кийин окуянын өзүн жана анын маңызын жарыялайт;

- «жалпыдан конкреттүүгө», мында корреспондент адегенде сүрөттөлгөн окуянын темасын жана маңызын, андан кийин ага чейинки жагдайларды айтат [4].

Аймактык жаңылыктар дарек ээсине аймагы боюнча жакыныраак, бул окуялардын тематикасын, акырында, маселелердин сөздүк дизайнын аныктайт. Телекөрсөтүү кебинин башка типтеги маалымат каражаттарынын кептеринин негизги айырмасы текст менен видео ырааттуулугунун катышына негизделет башкача айтканда текст менен сүрөт бири-бирин толуктап турат. Телекөрсөтүүнүн технологиялык мүмкүнчүлүктөрү көрүүчүнүн үч өзгөчө байланыш абалын түзүүгө шарт түзөт: катышуу эффектиси, диалог эффектиси жана ишеним эффектиси. Акыркысына көрүүчүлөр экрандан көргөндөрдүн – алып баруучулардын, комментаторлордун, журналисттердин кебинин жардамы менен жетишилет.

Мамлекеттик тилдин бир бөлүгү катары маалыматтык программалардагы телекөрсөтүү анын курамы боюнча гана эмес, телепродукциянын компоненти катары да өзгөрүүгө дуушар болот. Ал күнүмдүк, коомдук, коомдук-саясий турмуштун бардык кубулуштары сыяктуу эле мезгилдин таасири астында өзгөрүп турат.

Синтаксистик жактан алганда телекөрсөтүү жаңылыктары публицистикалык стилдин талаптарына жооп берет. Сүйлөмдөр өтө эле узун эмес, мүчө жана этиштик түзүлүштөрдү сейрек колдонот, сын атоочтун сөздөр жокко эсе.

Морфология тил системасынын эң туруктуу, терең катмары катары маалыматтык телекөрсөтүү сөзүндө жалпы жыныстагы зат атоочтордун, аббревиатуралык түзүлүштөрдүн болушу менен мүнөздөлөт.

Лексика тилдин башка структуралык катмарларына караганда алда канча көп өзгөрүүгө дуушар болот. Маалыматтык берүүлөрдө стандарттык, терминологиялык, киришүү, кыскартылган лексиканы, кабыл алынган сөздөрдү жана сөз айкаштарын колдонуу, ошондой эле жаңылыктар телекөрсөтүү сөзүнө жаңы лексиканы киргизүү өзгөчө белгиленет. Телекөрсөтүү речинин бардык фонетикалык өзгөчөлүктөрү коомдук кептин ар түрдүүлүгү катары телекөрсөтүүнүн кеп стили менен тыгыз байланышы менен байланышкан. Бул айтылыш жана басым нормаларына өзгөчө тиешелүү [5;18].

Диалекти сөздөр маалыматтык жанрда колдонулабы же баары адабий тилдин нормасындабы? Диалекти сөздөр маалыматтык берүүлөрдүн кабарчы тарабынан жазылган текстинде колдонулбашы мүмкүн. Бирок, интервьюларда сөзсүз түрдө кездешет. Мисалы: Кыргызстандын аймактарында жашаган жашоочунун сөзүн сюжетке кошо турган болсок, ал кишинин сөзүндөгү диалектилик өзгөчөлүк кездешет.

Ал эми маалыматтык материалдагы синхронго алынуучу интервьюлар эки баскыч боюнча алынат. Биринчи баскычтагы интервьюларга маалыматка катышы бар биринчи адамдар кирет. Алар: окуянын түздөн-түз катышуучулары, окуянын курмандыгы, окуянын күбөлөрү болушу мумкүн. Алар менен бирдей деңгээлде сүйлөшүп, суроолорду берүүдө сиз, мырза же айым болбосо аты менен атасынын атын айтып суроо берүү керек. Мисалы: Асан Үсөнович, бүгүнкү иш-чара туурасында эмне айта аласыз? Асан мырза сиз бул окуя туурасында эмне айта аласыз? Жана башка ушул өңдүү.

Экинчи баскычтагы маалымат булагы болуп пресс-релиз, пресс-конференция, отчет, брифингдерден алынган маалыматтар болуп эсептелет. Жалпы берилген маалыматтан, даярдап жаткан маалыматтык материалга ылайыктуу бөлүгүн бөлүп кошууга болот. Маалыматтык сюжетте интервьюнун кыска түрү гана колдонулат. Башкача айтканда, темага байланыштуу өзөктүү сөздөрү колдонулат. Анын убактысы 40-50 секундadan ашпаганы дурус. Канчалык кыска интервью колдонулса, ошончолук маалымат так болот.

Биринчи баскычтагы интервью алууда респондентке бере турган суроолорду тактап жана редакция чагылдыра турган багыттагы суроолорду тандап алуу керек. Жалпы интервью алуу ыкмасында ачкыч суроолор, тактоочу суроолор болот. Эгерде мындай ыкмадагы суроолорду берүү менен сиз күткөн жоопту ала албасаңыз, эң өзөктүү деп саналсан суроого алган жоопту тактап кетүүгө болот.

Айрым учурда маалыматтык материалга интервьюну алыстан алуу муктаждыгы жаралат. Мындай учурда кат жүзүндө келген жооп, телефонго тартылгын видео, аудио-хрип болуп эсептелет.

Ошентип, телекөрсөтүүдө маалыматтык текстти жазуу өзгөчө маанилүү этап болуп эсептелет. Анын кыска жана тактыгы, маалымат колдонуучулары үчүн жеңил кабыл алууга мүмкүнчүлүк берет. Көп учурда терминология жана сүйлөмдү татаалдаштыруудан алыс болуу эң туура чечим болот. Кыскартылган сөздөр менен чет элдин сөздөрүн түшүнүктү кылып жазуу менен сиз мыкты маалыматтык кабарчы жана редактор боло аласыз. Ал эми суроо менен иштөөдө маалыматтык интервью башка интервьюнун түрлөрүнөн жеңил келет, ошол эле учурда жооптуу экенин унутпоо керек.

Колдонулган адабияттар

1. Жумагулов С. Журналистикага жол. Окуу куралы. – Бишкек, 2015.
2. Сердобинцева Е.Н. Информационные жанры в журналистских текстах: Учебное пособие. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2019.
3. Орлова Т. Феномен развития жанров в контексте журналистики нашего времени. – Минск: Белорусский государственный университет, 2018.
4. Мелешина Е.Н. Специфика работы корреспондента информационных программ телевидения: Текст научной статьи по специальности «СМИ (медиа) и массовые коммуникации». – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-raboty-korrespondenta-informatsionnyh-programm-televideniya/viewer>
5. Ковальчук Г.Л. Языковые и стилистические особенности телевизионной речи в информационных программах: автореф. канд. дис. ... – Казань, 2008.
6. Атыканова Д.А., Арзыматова А.А. Кыргызстан менен Кытайдын этностор аралык мамилелерин кыргыз ММКларында чагылдыруу тарыхы // Вестник КНУ им. Ж. Баласагына, 2022, №2 (110), 332-337-бет.
7. Халилов А.Д. Учурдагы экстремалдык журналистика // Вестник КНУ им. Ж. Баласагына, 2024, №1(117), 194-197-бет.
8. Халилов А.Д., Барманов С.М. Эгемендүүлүк шартында улуттук руханий баалуулуктарды жайылтууда жана өнүктүрүүдө республикалык ММКнын ролу // Вестник КН им. Ж. Баласагына, 2024, №1(117), 194-197-бет.