**9-дәріс тақырыбы:**

**Баспасөзге шолу контенті**

**Дәрістің мақсаты:**

 ***Дәріс барысында жанрдың өзіндік сипаты, эстетикалық танымы, корпоративтік мақсаттар туралы мәселе көтеріледі.***

Біз аталмыш тақырыпты қозғаудан бұрын қазіргі күні сәнге айналған ***имидж*** (ағылш., *image*–образ, бейне) ұғымына тоқтала кетейік. Өйткені бұл терминнің заманалы газет технологиясына, оның аудиториясына, бет-бейнесіне әбден қатысы бар. Басылым имиджі ұзақ мерзім аралығында қалыптасады. Оның орнығуына ерекше әсер етуші тұрақты элементтердің қатарында басылымның мазмұны, тақырыптар легі, жарияланымдар сын-сипаты, оның позициясы мен көзқарасы бар. Баспасөз имиджіне сондай-ақ оның пішіні, нақытырақ айтқанда, дизайны, қалыпталуы және безендірілуі қатты әсер етеді. Оны газеттің сыртқы сипаты, макияжы десе де болады.

 Мерзімді баспасөз имиджінің және бір құрамдас бөлігі – редакция ұжымы, оның шығармашылық және техникалық құрамы. Газет, журнал туралы пікір тек басылым мазмұны, оның көтерген проблемалары, материалдар пішіні арқылы ғана қалыптаспайды, сонымен қабат ол газетке кім басшылық жасап отыр, ол газетте кім істейді, басылымның авторлары кімдер – міне, осы көрсеткіштер арқылы да қалыптасады. Ең алдымен аудитория басылымның жетекші авторларының қолтаңбасын іздейді. Демек, редакцияда тұрақты қызмет атқаратын журналистер мен штаттан тыс авторлар имиджінен басылымның жалпы имиджі бас құрайды.

 Біз баспасөзге шолу жасағанда осы тараптың бәріне назар аударамыз. Яғни баспасөзге шолу шығармашылық үдеріске, динамикаға, ілгерілеу мен кері кету жайттарына арналады. Бұқаралық ақпарат құралдарының қызметіне шолу жасау – басылым имиджін қалыптастырушы факторлардың бірі.

 **Баспасөзге шолудың** басты мақсаты – ол әріптес шығармашылығына достық пейілде әділ сын айту, жанашырлық пікір білдіру. Яғни газет шаруасына, редакция ұжымының эстетикалық талғамына, нақты жұмысына шамасы жеткенше тура бидей баға беру. Қылдай қиянат жасамау.  Журналистика қисынгерлері масс-медиаға шолудың әртүрлі үлгілерін алға тартады. Айталық, С.И. Жуков: а) тақырыптық; б) жалпы; в) газет пен журнал беттеріне шолу; г) соңғы поштадан, – десе, В.Д. Пельт: а) тақырыптық; б) жалпы; в) ақпараттық шолу, - деп жіктейді. А.А. Тертычный: а) тұсау кесер шолу; б) тақырыптық шолу; в) адрессіз шолу деп бөледі. Адам жартылыс дүниесінде, қоғам сахнасында белгілі бір әлеуметтік роль атқарады. Сондықтан мен бұл тізімге ***журналист шығармашылығына шолуды*** қосар едім. Өйткені әр басылымның беделі сол газеттің таланты, принципті, батыл, өткір журналистері құрамына тікелей байланысты. Қазіргі баспасөзде жалпы, тақырыптық, ақпараттық шолу сияқты түрлері ұшырасады. Баспасөзге шолу талдамалы жанрлардың басқа түрлері сияқты қоғам өміріндегі ақпараттық үдерістерді саралайды. Нақтырақ айтсақ, заманалы ақпарат мәтіндерінің энергетикасын, қайтарымды байланысын, шыққан биігін шамалайды. Бұрындары шолулар «Жергілікті газеттерге шолу», «Газет-журнал беттерінен», «Соңғы поштадан» сияқты айдарлармен берілетін. Сонан кейін шолудың ***көшіріп басу пішіні*** де бар. Біз өткенде сөз еткен дайджест сырттай осы көшіріп басуға ұқсайды. Шолудың көшіріп басу түрі қандай мақсатты көздейді? Мұны біз беделді, танымал басылымдардың өз әріптестеріне көрсеткен қолдауы, олардың еңбегін бағалауы, керек десеңіз, жарнамалауы дер едік. Әдетте, оны «Егемен Қазақстан» сияқты ірі, ресми газеттер облыстық басылымдардың шығармашылық жетістіктеріне/кемістіктеріне сын көзімен қарайды, салмақтайды, бағалайды. Сонымен қатар көшіріп басудың және бір қыры бар. Ол – жақсы материал тапшылығы.

 Осы жерде және бір айта кететін нәрсе – баспасөзге щолудың сыншылдық табиғаты, оның көркем сын жанрымен жақындығы. Егер әдебиеттегі сын көркем шығарманы нысан етіп алса, шолу бұқаралық ақпарат құралдары материалдарын (баспа жүзін көрген дайын өнімді), оның ***қосымша атрибуттарын*** тілге тиек етеді.

 Қазақ зерттеушілерінің баспасөзге шолу туралы пікірлері де орыс теоретиктері айтқан лебізден тым алыс кеткен жоқ. Олар да негізінен жалпы және тақырыптық деп, екіге тарамдайды.

 **Тақырыптық шолу** газет, журнал тиісті тақырыпты қалай көтеріп отыр деген мәселеге арналады. Сол тақырыпты жазудағы мерзім принципі сақталып отыр ма – осы жағына да шолушы тоқталып кетеді.

 Профессор Т.Қ. Қожакеев **жалпы шолу** жасау тым тиімсіз дейді. Неге? Өйткені газеттің жалпы жұмысын тұтастай бағалауға бір адамның шама‑шарқы жете бермейді. Бірақ осы жалпы шолуды жасауға мәжбүрлейтін, түрткі болатын жайттарды ғалым‑ұстаз атап көрсетеді.

 Мәселен, басылымның мерейтойы келе жатса, оның атқарған ісін, жетістігін тұтастай неге тілге тиек етпеске? Оның өмір жолына неге жалпы шолу жасамасқа? Бұл – **біріншіден.** **Екіншіден,** бір газеттің бүкіл жұмысы ілгері баспай, тұралап қалды дейік. Осының сыры неде? Жалпы шолу осындай жағдайда жасалады. Кемшіліктер көрсетіледі, оны жою жолдары ұсынылады. **Үшіншіден**, бір басылымның бүкіл жұмысы жанданып, өрлеп кетті делік. Осының сыры неде? Осы феномен талданады, басқа басылымдарға үлгі етіледі. **Төртіншіден**, тектес, іргелес басылымдарға жалпы шолу жасалады.

 Баспасөзге шолуды кімдер жазады? Бұрын шолу сатылық принцип бойынша жазылатын, яғни республикалық газет қызметкерлері облыстық газеттерге, облыстық газет өкілдері аудандық газет жұмысына баға беретін. ***Белгілі бір уақыт аралығындағы шығармашылық еңбек нәтижесін қорытындылайтын.*** Енді заман райы өзгерді.

 Шолу жазған адам әр басылымның өзіндік форматын, ерекшелігін ескеруі қажет. Мін тағылса да, қошамет көрсетілсе де әр басылымның өзіндік қызметіне қарай.

 Қазіргі кезде, байқап отырсаңыздар, мәдениеттің технологиялық тұтқасы көркем әдебиеттен масс-медиаға көшіп бара жатқан сияқты. Кітаптардың электронды нұсқасын, театр қойылымдарының теле-радиоверсияларын айтсақ та жеткілікті. Яғни бүгінгі күннің журналистикасы әлемді, айналаны эстетикалық тұрғыдан тануда, пайымдауда, игеруде. Осы ретте журналистика эстетикасын сөз еткенде, оның медиаобраздарды танудағы сезім әдістері мен компоненттерін, медиа өнегесі мен заманалы мәдениеттің тоғысуын, материалдық әлемнің эстетикалық табиғатын естен шығармағанымыз жөн. Бұлайтылғандардың барлығы айналып келгенде газет эстетикасына, оның көркемдік, идеялық деңгейіне әкеліп тіреледі. Демек, масс-медиаға да эстетикалық талаптар қойылады. Ол – ең алдымен газеттің, журналдың сыртқы сипаты (экстерьер) және ішікі дүниесі (интерьер). Бұлар көз тартып тұрса, мәнді болса, сөз жоқ, адамның психологиясына жағымды әсер етеді, оның санасына қозғау салады. Бір сөзбен түйіндегенде, басылымның сыртқы және ішкі сипаты үйлесім тапса, ол эстетикалық талғамға нәр береді, пішін мен мазмұн гармониясына жол ашады. Яғни, газет, журнал сияқты дәстүрлі басылымдарды белгілі бір дәрежеде өзіндік, автономиялы эстетикалық орта деуге болады. Демек, бұл саладағы эстетикалық функция журналистиканың композициялық және жанрлық ерекешелігі арқылы жүзеге асады. ***Қорыта келгенде, баспасөзге шолу басылымның стиль құраушы концепциясына, ұстанымына жасалады. Атап айтқанда, оның идеологиясына, типіне, құрылымына, қозғап отырған тақырыбына, мазмұнына, экспрессивті-көкремдеуші үлгісіне (моделіне) назар аударылады.***

**Бақылау сұрақтары:**

1. Баспасөзге шолудың мақсаты мен міндеті туралы ой қозғаңыз.
2. Баспасөзге шолу жанрының саябырсуы туралы пікір айтыңыз.
3. Баспасөзге шолудың эстетикасы.
4. Баспасөзге шолудың нымандары.

Ұсынылар әдебиет:

1. Қожакеев Т.Қ. Таңдамалы шығармалар. ҮІІ т. – Алматы: ҚАЗақпарат, 2007.

2. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. – М.: Аспект Пресс, 2017.