## Пән аты: Журналист этикасы.

 **Лектор: филол. ғ. к., доцент Р.С. Жақсылықбаева**

**№ 7 дәріс**

**Бұқаралық ақпарат құралдарындағы жарнама мәдениеті**

Газет жарнамасының негізгі құралы - сөз. Сөз құдіретімен белгілі-бір тауар немесе қызмет көрсету түрі суреттеледі, оқырман санасына жетеді. Газет жарнамасындағы сөздің басты міндеті оқырман назарын өзіне аудару, қызығушылығын тудырып, ойына әсер ету.

 Жарнама да – өнер. Ол сүмірейте, қылмита соғып, делдете, құтырта соғып, леізі құлаққа жағып, жүректі тербетіп,тамырдыжелпіндіріп, бойды шымырлатуы тиіс. Ал өнер атаулыға тән баста қасиет - үнемі динамикалық қозғалыста, даму үстінде болу. Яғни, жарнамаға, оның ішіндегі қазақ тіліндегі жазылатын жарнаманы дамыту керек, керек жерінде қолдау көрсету қажет. Қазір түгеліне дерлік газеттерде арнайы жарнама бөлімдері жұмыс істейді. Бірақ сол жарнама бөлімдеріндегі әрбір адам өзіне тапсырыс алып, жеке шығармашылықпен айналысса мүмкін басқаша болар ма еді. Қазір бір бөлімде отырған барлық адам коллективті түрде жұмыс жасап отыр. Бұл жерде олар жауапкершілікті сезінбейді Егер әркім өзі үшін жеке жұмыс істейтін болса, олардың арасында бәселестік болар еді. Бәселестік дегеніміз адамдарды ізденуге, көп еңбектенуге итермелейтін нәрсе. Сонымен қатар, кейбір ағат қылықтарға итермелейтін тұстары да бар. Біз оның тек жақсы жақтарын ғана бойымызға сіңіруге тиістіміз. Қайтсе мен анадан асамын деген принциппен емес, мен қайткенде осы жарнаманы оқырман оқитындай дәрежеге көтеремін деп еңбектену керек. Олай болмайынша жарнаманың алға жылжуы екі талай. Бүгінгі жарымжан жарнамада күндердің күнінде қазақ тіліндегі мәнді жазылған дүниеге өз орнын берер. Ол үшін бүгінгі күні жарнама саласының мамандары көп еңбектенуі, ізденуі керек.

 Жарнаманы қайткенде жақсы деңгейге көтереміз деген сауалға бір сәт ойланып көрейікші. Көз алдыңыздан бүгінгі күнгі жарнамасымақтар тізіліп өте шығады. Көз тоқтатып қарайтын бірде-бір жарнама жоғына ішіңіз ашиды. Бұл тек жарнама беруші мен жасаушының ғана кінәсі, кемшілігі емес. Бұл барлығымызға қатысты нәрсе.