

Ҳ.А.АТАЖАНОВ, Ж.К.МАРЗИЯЕВ, Н.Р.ҚИЛИЧОВ

БАСПАСӨЗ ТИПОЛОГИЯСЫ



ISBN 978-9943-5231-1



9 789943 523111

Х. А. АТАЖАНОВ, Ж. К. МАРЗИЯЕВ, Н. Р. ҚИЛИЧОВ

БАСПАСӨЗ ТИПОЛОГИЯСЫ



ТОШКЕНТ
«NAVOIY UNIVERSITETI»
нашриёт-матбаа уйи
2018

Атажанов Ҳ.А., Марзияев Ж.К., Қиличов Н.Р. Баспасөз типологиясы, Тошкент: «Navoiy universiteti» нашриёт-матбаа уйи. 2018 йил. 80 бет.

Бул методикалық қолланба баспасөз галаба хабар қураллары тарауы типологиясына арналған болып, онда әсіресе баспасөз тарауындағы қәнигелесиў процеси ҳам журналистлер хызметиндеги қәнигелесиў процеслери келтирилип өтилген. Сондай-ақ қолланбада бул бағдар бойынша шет ел илимпазлары мийнетлеринен кең пайдаланылып, баспасөз типологиясы бойынша мысаллар келтирилген.

Қолланбадан журналистика тәлим бағдарының студентлери, магистрантлар, өз-бетинше излениўшилер, оқытыўшылар ҳам әмелиятшы журналистлер сондай-ақ, журналистика тарауына қызығыўшылар пайдаланыўы мүмкин.

Бул методикалық қолланба Бердақ атындағы Қарақалпақ мәмлекетлик университети Илимий-методикалық кеңеси тәрәпинен көрип шығылған ҳам басып шығарыўға усыныс етилген. 2017-жыл, 7-апрель 22-санлы баяннамасы.

КИРИСИЎ

Ғәрезсизликтен кейинги жыллары баспасөз өзиниң тийкарғы раўажланыў бағытын таңлап алды. Буннан алдыңғы яғный бурынғы аўқам дәўиринде жәмийеттеги барлық нәрсе, соның ишинде халықтың информацияға болған талабын қанаатландырыўда коммунистлик идеология шеңберинде әмелге асырылатуғын еди. Сол ушын да газеталар аудиторияның талап ҳам қызығыўшылығынан гөре мәмлекет, партияның талабы тийкарында информациялар ҳам жаңалықларды жәриялап барды, газета бетлерин безеўди де усы тийкарда орынлап барды. Буның салдарынан бирин-бири қайталайтуғын, бириниң берген жаңалығын екиншиси қайталап беретуғын дәрежеге келип жетти. Ал, бүгинги баспасөз не ушын өзгешеликке бет бурды деген тәбийий сораў пайда болады. Лекин бул сораўға дәл ҳам бир гәп пенен жуўап қайтарыў жүдә қыйын. Солай болса да, пикир жуўыртып, сораўға жуўап табыўға ҳәрекет етип көрейик.

Бириншиден, жәмийетте базар қатнасықларының қәлиплесиўи газеталарды дәслепки ўақытлары есеңкиретип қойған болса, ал кейин ала газеталардың аяққа турыўына түртки болды. Себеби, газеталар мәмлекет есабынан емес ал, өзлериниң идеялары ҳам базарға бейимлесиўи, жаңа бағдарларды таңлаўы менен базар қатнасықлары теңизинде батып кетпеўи ушын тийкар болды. Демек, газеталар жаңа талапларға бейимлесиўге мәжбүр болды. Қаржы табыў ушын реклама бериўге бел байлады. Рекламаны тартымлы ҳам реклама етилип атырған өнимниң қарыйдарда қызығыўшылық оятыўы ушын жаңа бағдарлар менен усыллар ойлап табылды.

Екиншиден, көринис, газеталардың мазмун жағынан түрлениўи менен байланыслы процесс. Жоқарыда атап өткенимиздей газеталар бурынғыдай партияның талабы тийкарында емес, ал аудиторияның қызығыўшылығы, талабы тийкарында өз бетлерин ҳәр қыйлы мазмундағы материаллар менен безеў усылларынан пайдаланыўға

Жуўаплы редактор:

З. Оразымбетова, филология илимлериниң кандидаты;

Пикир билдириўшилер:

З. Қожықбаева, филология илимлериниң кандидаты, доцент;

Қ. Қалекеев, филология илимлериниң кандидаты

ISBN 978-9943-5231-1-1

© Бердақ атындағы Қарақалпақ мәмлекетлик университети, 2018
© «NAVOIY UNIVERSITETI» нашриёт-матбаа уйи, 2018

мәжбүр етті. Бул өз гезегинде басқа ғалаба хабар куралларындағы болғаны киби газеталардың типлерге (түрлер) бөлинуіне алып келди. Соның ақыбетинде газеталардың аудиторияның талабы тийкарында қәнигелесуіне тийкар жаратып берди. Лекин газеталардың қәнигелесуі хәр бир мәмлекетте өз бағдары, мүмкиншиликлери тийкарында раўажланып барды. Мәселен, Қарақалпақстанда қәнигелесуіге бағдар алған газеталардың бири сыпатында «Талапкер» газетасын алып қараўға болады. Айрықша атап өтиўимиз керек, өткен ХХ эсирдиң тоқсаныншы жылларында шыға баслаған «Талапкер» газетасының тийкаргы бағдары қарақалпақстанлы исбилерменлер менен саўда-сатық адамларының талапларын қанаатландырыў еди. Себеби, газетаның тийкаргы материаллары гәрезсизликтен кейинги жыллары исбилерменлик жолына түсип, енди жумыс баслаған исбилерменлер өмиринен сөз ететуғын мақалалар менен бирге салық тараўындағы өзгерислер, исбилерменлер ушын жаратып берилип атырған жеңилликлер ҳақкында хәр түрли бағдардағы мақалаларды сәўлелендириўге бел байлаған еди. Тилекке қарсы, газета менеджментиниң дурыс алып барылмағанлығы себепли «Талапкер» газета базарында өз орнын таба алмай, тез арада жумысын тоқтатты.

Қәнигелескен баспасөзди Россиялы алымлар хәр тәреплеме хәм терең изертлеўди уйғарды. Өзбекстанда қәнигелескен баспасөздиң көринислери журналистика бағдарын эсиресе, баспасөз тараўын үйренген Ё. Маматованың «Периодическая печать Узбекистана: трансформация системы, тенденции и проблемы функционирования (на материалах за 1991–2010 г. г.)» докторлық диссертациясында көзге тасланады. Егер Россиялы алымлардың биз таңлаған теманы үйрениўдеги хәрекетлерине итибар қарататуғын болсақ, олар тәрепинен кең көлемли теориялық тийкар жаратылғанлығын көриўимизге болады.

Мәселен, А.А. Грабельников өзиниң «Русская журналистика на рубеже тысячелетий»¹ атлы мийнетинде қәнигелескен баспасөздиң заманагөй ғалаба хабар кураллары системасына киргенлигин нызамлы кубылыс деп атап өтеди. Е.А. Корнилов өзиниң «Журналистика на рубеже тысячелетий»² мийнетинде басылымлардың дифференциацияласыўы машқаласын үйренеди.

¹ Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. М., 2001.

² Корнилов Е.А. Журналистика на рубеже тысячелетий. Ростов н/д, 1999.

Ал, Е.П. Прохоров «Введение в теорию журналистики»¹ атамасындағы мийнетинде қәнигелескен баспасөзди бир машқалалы-тематикалық бағдарға тийкарланады деп атап өтеди.

А.И. Акопов, Е.В. Ахмадуллина, А.Г. Бочарова, И.И. Засурский, Е.А. Корнилов, В.В. Тулупов өз мийнетлеринде қәнигелескен баспасөздиң типологиясы хәм классификацияланыўы мәселелерине итибар қаратады.

Буннан басқа, қәнигелескен баспасөздиң жеке типологиялық бағдарларын үйрениўге қаратылған илимий мийнетлерде бар. Көп гана илимий жумысларда болса, аудиторияның демографиялық өзгешеликлери бойынша ис алып барыў мәселесине де итибар қаратылады.

Биз усынып отырған қолланбада қәнигелескен баспасөздиң тийкаргы бағдарларына итибар бериўди өз алдымызға мақсет етип қойған едик. Бул мийнетте атап өтилген қараслар бизиң баспасөзимизде көзге тасланбасада басқа мәмлекетлерде бундай бағдарлар турақлы түрде раўажланып баратырғанын айрықша атап өтиў орынлы. Сол ушын да китапты жазыў барысында баспасөзи турақлы раўажланған мәмлекетлерде қәлиплескен теория тийкарында пикирлерди баянлаўға хәрекет етемиз.



¹ Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики. – М., 2000.

БАСПАСӨЗ ТИПОЛОГИЯСЫ

Жобасы:

1. Ғалаба хабар құраллары типологиясы
2. Типология түсиниги
3. Баспасөз типологиясы

Егер журналистика тарихына нәзер таслайтуғын болсақ, журналистика системасы бір неше әсирлер дауамында қәлиплескенлигиниң гүұасы боламыз. Журналистика аудиторияның характери хәм жәмийеттеги социаллық-сиясий жағдайлардың өзгеріуи, ғалабалық коммуникация мүмкиншиликлериниң техникалық жақтан алға илгерилеуи менен теңдей рауажланып барғанын көреміз.

Бүгинги күни хәрекет етип турған ғалаба хабар құраллары типлерге бөлинеди. Типология ғалаба хабар құралының бир-бири менен бәсекилесиуине жәрдем береди, искерлигиниң өзгешелигин анықлайды, информациялық сиясат жүргизиуі ушын қол келеди.

Егер тип сөзине илимий жақтан анықлама беретуғын болсақ, тип - белғили бир нәрселер топары модели болып есапланады¹. Ал, ҒХҚ ларына байланыслы тәрәпине итибар қарататуғын болсақ, мәселен, В.В. Тулупов басылымлардың типин былайынша анықлайды: Бул қандайда бир жәмлескен образ. Ол бүгинги күни реал хәрекет етип турған ғалабалық информация тарқатыушы басылымларда анау яки мынау дәрежеде қайталанып турады². В. В. Ворошилов болса өзгеше анықлама береди: Типология — системалы объекттиң илимий билиуі методы, ол идеалластырылған модел жәрдемінде бирлестириледи.

«Система средств массовой информации России» оқыу қолланбасында типти анықлаушы тийкарғы белгилер сыпатында аудитория характери, оның предметли-тематикалық бағдарланғанлығы, мақсетли бағдары, басып шығарылыуы ұақыты, жийилиги атап көрсетиледи³.

Аудиторияның характери бойынша басылым, теле-радио бағдарламалардың төмендеги тийкарғы типти көзге тасланады:

- халықаралық;
- улыўма мәмлекетлик;
- регионлар аралық;
- аймақтық (областлық, қалалық, районлық);
- этникалық бағдар бойынша;
- процессионаллық топар бойынша;
- жас топары бойынша;
- хаял-қызлар хәм ерлер ушын.

Предметли-тематикалық бағдары бойынша:

- универсаллық;
- қәнигелескен.

Мақсетли бағдары бойынша:

- көркемлик;
- публицистикалық;
- кеуил-ашар;
- илимий;
- дағазалы;
- информациялық.

Шығыу ұақыты бойынша: азанғы, күндизги, кешки, түнги — теле-радио бағдарламалар ушын; азанғы, кешки — газеталар ушын.

Жийилиги: күнделикли, хәптелик, айына бир мәртебе х. т. б.

Қәлеген ғалаба хабар құралы дүнья жүзин көрместен алдын усы типлердиң қайсысы тийкарғы бағдары екенлигин анықлап алыуы лазым. Егер усы типлер анықлап алынбаса, ғалаба хабар құралының жұмыслары рауажланбайды, өз аудиториясын тауып алыуы мүшкил болады. Себеби, ол арқалы ғалаба хабар құралының жұмыс ислеу сиясаты белгиленеди.

Баспасөз ғалаба хабар құралларын көп ғана типлерге қарап бөлиу имканияты бар. Себеби басылымлар ғалаба хабар құраллары системасында бир неше әсирлик тарихқа ийе түр есапланады. Ол усы дәуир ишинде хәр тәрәплеме рауажланды хәм хәр түрли типлери пайда болды. Бизиң пикиримизше, басылымлардың рауажланыуы дәуиринде басқа ғалаба хабар құралларының пайда болыуы хәм олар менен бәсекиге түсиуі ушын бир неше түрлериниң рауажланғанлығы менен байланыслы екенлигин атап өтиуимизге болады.

¹ <http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-encycl-term-55945.htm>.

² Тулупов В.В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты / В.В. Тулупов. – Воронеж, 2000. – С. 47-48.

³ Варганова Е. Современная медиа-структура // СМИ постсоветской России. М., 2002. С. 62.

● *Баспасөз типологиясы* ~~~~~ ■ *методикалық қолланба*

Баспасөз типлерін анықлауға бір қатар илимпазлар бел байлаған еді. Баспасөз типологиясын ең жақсы үйренген алымлардан бири москвалы профессор М. В. Шкондин тип хақында мына пикирди ортаға таслайды: «Басылымның типі — бул басылым шөлкемлері топары модели, олардың характерли өзгешелиги ишине сапасы хәм өзгешелигин қамтыйды.»¹

Демек, тип — бул басылым бағдар алатуғын модель болып табылады. Тип көбирек газета ғалаба хабар кураллары ушын сәйкес келеди.

Баспасөз классификациясын бір қатар параметрлер бойынша анықлауға болады. С. Корконосенко басылымларды төмендегише бөлип қарайды:

- таралыуы аймағы бойынша (трансмиллий, миллий, регионаллық, жергиликли басылымлар);
- шөлкемлестириушиси бойынша; (мәмлекетлик хәм мәмлекетлик емес);
- аудитория характерликасы бойынша (жасы, жынысы, профессионаллық хәм динге исениу белгилери тийкарында);
- басылып шығарылыуы характерликасы бойынша (жийилиги, тиражы, формат, көлеми);
- легитимлиги бойынша (басып шығарыу искерлигин алып барыуға рухсаты бар екенлиги тийкарында);
- мазмуны жағынан (сапалы хәм ғалабалық).²

Л. Реснянская басылымларды универсал хәм қәнигелескен түрлерге бөлип қарау актуал хәм кең тарқалғанын атап өткен еді.

Басылымлардың универсал түри «хәмме нәрсе, хәмме ушын» моделин әмелге асырады. Булар ҒХҚ ларының барлық тийкарғы функцияларын әмелге асырады хәм жәмийетлик турмыстың барлық тарауларын қамтып алады. Қәнигелескен басылымлардың төмендеги модели бар: тематикалық бағдарланған басылымлар, профессионаллық-тараулық басылымлар. Сондай-ақ Л. Реснянская универсал хәм қәнигелескен басылымлардың хызметин жәмлестирген аралас типтиң бар екенлигин де атап өтеди³.

¹ Шкондин М.В. Организация средств массовой информации и пропаганды / М.В. Шкондин. – М., 1985. – С. 112.

² Корконосенко С. Основы теории журналистики. СПб., 1995. С. 34-38

³ Реснянская Л. Общероссийские газетные издания // Вестник МГУ. Сер. Журналистика. 2000. № 4. С. 3 – 14.

● *Баспасөз типологиясы* ~~~~~ ■ *методикалық қолланба*

Соның менен бирге, газеталарды белгили бир аудитория ушын бағдар алғанлығы тәрепинен де типлерге бөлип қарауға болады. Атап өтетугын болсақ:

- ғалабалық, исбилерменлик басылымлары. Олардың тийкарғы мақсети аудиторияның талабын қанаатландыруу арқалы пайда алыу. Олар еки типке бөлинеди, тууры-ғалабалық яки сары басылымлар. Биринши топардағы басылымлар, булар исбилерменлер, сауда-сатық саласы хызметкерлери ушын мөлшерленген басылымлар.

Бул типтеги газеталардың үлкен бөлимин сауда-сатық тарауындағы өзгерислер, товарлар хақындағы рекламалар жәрияланып барады.

Бизиң баспасөз терминологиясына қәнигелескен баспасөз термини мәмлекетимиз ғәрезсизлигинен кейин келип кирди. Бул тенденцияның түс алыуына бириншиден жәмийеттиң социаллық-сиясий дүзилисиниң өзгеруи болса, екншиден экономиканың хәкимшилиқ басқаруу системасынан базар қатнасықларына өтиу болды. Баспасөз бурынғы партияның идеологиялық үгит-нәсиятлаушы тутқасы тамғасынан қутылып, хақықый ғалаба хабар куралы сыпатында аудиторияның информацияға болған талаптарын қанаатландыра баслады. Илимпаз А.А. Грабельников бул тенденцияны былайынша түсиндирип береді: «Қайта қуруу хәм реформалардың нәтийжесинде сиясий баслымлардың орнын информациялық-коммерциялық, тарау басылымлары ийелей баслады»¹. Буннан тысқары басылымлардың сегментлесиуине және бир фактор яғный газета хәм журналлар өз тәғдирин өзи шешуи менен бирге хақықый жәмийетлик институттың бирине айланды. Алым С. Гуревичта қәнигелескен басылымлардың бүгинги баспасөз базарында салмағы өсип баратырғанын атап өтеди: «Тар көлемдеги аудиторияға бағдарланған қәнигелескен газеталардың келешекте рауажланыу процеси күшеймекте»².

Көпшилиқ илимпазлардың пикирине қарағанда, қәнигелескен басылымлар екнши қатардағы басылымлар сыпатында тән алынып келинбекте. Универсал типтеги газеталар (хәмме нәрсе хақында, хәмме ушын мөлшерленген газеталар) оқушының жәмийетте өз

¹ Грабельников А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий : Итоги и перспективы / А.А. Грабельников. – М. : РИП-холдинг, 2001. – С. 21-22.

² Гуревич С.М. Газета: вчера, сегодня, завтра. (учебное пособие для вузов) М.: Аспект-пресс, 2004. – С. 59.

бағдарын, жолын табыуына көмеклеседі. Ал қәнигелескен басылымлар болса, аудиторияның жәмиеттеги хәр қыйлы искерлигиндеги қызығышылығын қанаатландырыуға қаратылған қосымша хабарларға болған талаптарын қанаатландырады. Сол ушын да батыс Европада универсал типтеги басылымлар журнал көринисинде, ал қәнигелескен басылымлар болса, журнал сыпатында хәрекет етип қиятырғанын көриуимизге болады.

Қәнигелескен басылымлардың да өз басқышлары бар. Демографиялық хәм жәмиетке бағдарланған газеталар (мысал ушын, исбилерменлер ушын арналған сапалы газеталар) биринши басқышта, мәдений-саламатландыратугын (спортқа арналған) екінши басқышта, кейинги басқышта болса, аудиторияның киши көлемдеги қызығышылығына арналған басылымлар (автомобильге қызығышылар хәм басқалар ушын арналған газеталар) ийелейди.

Бүгинги күни қәнигелескен басылымларды үйрениу машқалалары менен көп ғана илимпазлар шұғылланып келмекте. Мәселен, Ё. Маматованың «Периодическая печать Узбекистана: трансформация системы, тенденции и проблемы функционирования (на материалах за 1991–2010г.г.)» атамасындағы докторлық жумысында, күнделикли баспасөз системасының трансформацияға ушырауы, жаңа типтеги басылымлардың пайда болыуы ғалаба аудитория ишинде хәр қыйлы социаллық топар ағзаларының дифференсацияланған хәм өсип баратырған информациялық талаптарын қанаатландырыуға бағдарланған»¹ делинген. А. А. Грабельников болса, өзиниң «Русская журналистика на рубеже тысячелетий» мийнетинде, баспасөз ғалаба хабар қураллары системасында компьютер, қурылыс, автомобиль хәм басқада тарауларға байланыслы қәнигелескен басылымлардың тез пәт пенен өсип баратырғанын атап өтеди. С. Г. Корконосенко «Основы журналистики» мийнетинде журналистикада ғалаба хабар қуралларының «хәмме нәрсе хаққында, хәмме ушын мөлшерленген» хәм қәнигелескен бөлып бөлинетуғынын атап өткен болса, Л. Г. Свитичтиң «Феномен журналиста» атлы монографиясында заманагөй баспасөз системасында басқа да

¹ Маматова Я.М. Периодическая печать Узбекистана: трансформация системы, тенденции и проблемы функционирования (на материалах за 1991 - 2010 г.г.). Автореф. дисс. ... докт. ист. наук. - Т.: НУУз, 2011.

структуралар қатары, қәнигелескен басылымларды белгили бир аудитория топарына арналғанын айрықша атап өтеди.

ТЕМА БОЙЫНША ТАПСЫРМАЛАР

1. Ғалаба хабар қураллары типологиясы бойынша тарау илимпазларының илимий пикирлері қандай?
2. Аудиторияның бағдары бойынша ғалаба хабар қураллары қандай типлерге бөлинеди?
3. Баспасөз типологиясының тийкарғы өзгешеликтері?

ТЕСТ СОРАУЛАРЫ

1. *«Типология — системалы объекттиң илимий билиу методы, ол идеалластырылған модел жәрдемінде бирлестириледи» деген пикир төмендегилерден қайсы бирине тийишли?*
 А) А. Тертычный
 В) В. Ворошилов
 С) В. Тулупов
 D) А. Грабельников
 E) Е. Прохоров

2. *Предметли-тематикалық бағдары бойынша ғалаба хабар қуралларының типологиясы?*
 А. Универсаллық-қәнигелескен
 В) Универсаллық-профессионал
 С) Қәнигелескен-бағдарлы
 D) Республикалық-регионаллық
 E) Тараулық-қәнигелескен

3. *Басып шығарылыу жийилиги бойынша «Қарақалпақстан жаслары» газетасы қандай газета?*
 А) Айлық
 В) Күнделикли
 С) Хәптелик
 D) Айына бир мәртебе
 E) Шеректе бир мәртебе

4. *Басылымлардың универсал түри қандай модельди басшылыққа алады?*
 А) хәммеси оқыушы ушын
 В) Хәммеси журналист ушын
 С) хәмме нәрсе, хәмме ушын
 D) барлығы аудитория ушын
 E) хәмме нәрсе газета ушын

5. *«Феномен журналиста» монографиясының авторы ким?*
 А) А. Тертычный
 В) Л. Свитич
 С) В. Тулупов
 D) А. Грабельников
 E) Е. Прохоров



ҚӘНИГЕЛЕСКЕН БАСПАСӨЗДИ ҮЙРЕНИҮДІҢ ТИПОЛОГИЯЛЫҚ АНАЛИЗ МЕТОДЫ

Жобасы:

1. Қәнигелескен баспасөздің типологиялық өзгешеліктері
2. Жәмийетлик-сиясий газеталар
3. Ғәрезсиз баспасөз
4. Тараўлық баспасөз
5. Газета-журнал баспасөз үйи
6. Газеталардың интернеттеги электрон нұсқалары

Қәнигелескен баспасөз универсал типтеги газеталардан өзгешелікке ийе. Бул баспасөз аудиториясының социаллық-демографиялық өзгешеліги бойынша бөлинуі хәм оқыўшыларының турмыстың хәр қыйлы тараўына қызығыўшылығы бойынша парықланады.

Қәнигелескен баспасөздің типологиялық өзгешелікleri сыпатында төмендегилерди атап өтиўге болады:

- мақсетли бағдары;
- белгили бир аудитория топарының қызығыўшылығы;
- социаллық-демографиялық хәм проблемалы-тематикалық бағдар алғанлығы;
- социаллық ўазыйпаларының өзгеше екенлиги.

Ғалаба хабар қураллары базарының талапларының өзгеріуи хәм усыған жараса оқыўшылардың талаплары өзгерди. Усы көз-қарастан бүгинги күни баспасөз бир неше түрлерге бөлинуіге мәжбүр болды:

- сапалы баспасөз, жәмийеттиң барлық қатламларының талапларына мас рәуиште жұмыс алып барады, әсиресе, интеллектуаллық дәрежеси жоқары болған инсанлардың пикирleri менен санасады;
- мәмлекетлик яғный мәмлекет тәрeпинен қоллап-қуўатланатуғын;
- коммерциялық, бул баспасөз жасаў, басқа газеталар менен бәсекилес болыўы ушын дәрeматты өзлери табады;
- исбилерменлик, экономикалық, бул газеталар тийкарынан исбилерменлер топарына бағдар алады;

- миллий, бир республика көлеминде басылып шығатуғын баспасөз.

Буннан тысқары баспасөздің жаңа формалары пайда болды. Мәселен, дайджестлер, шаңарақ журналлары, газета хәм журналлардың электрон нұсқалары, телевизиялық бағдарламаларды усынып баратуғын газеталар пайда болды («Садо» газетасы).

Газеталардың сан жағынан да көп түрлилиги артып кетти. Бурыңғы аўқам ўақытында партиялық хәм сиясий газеталар басым көпшиликти кураған болса, бүгинги күни хәр қыйлы тараўлар яғный газеталардың қәнигелесиуи көзге тасланып атыр.

Жәмийетлик-сиясий газеталар. Бул типтеги газеталар бурыңғы сиясий қысымнан қутылып өз бетлеринде жаңа бағдардағы информацияларды басып шығара баслады. Атап өтетуғын болсақ, бурын сырлы хўжет есапланған архив хўжетleri менен бирге хуқық қорғаў уйымларында сырлы деп есапланған папкалар жәмийетшилик нәзерине газеталар арқалы усыныла баслады. Мысал сыпатында, бурыңғы аўқам ўақытында айыпсыз жазаланған репрессия қурбанлары, миллий қахарманлар ғәрезсизликтің дәслепки жылларында Қарақалпақстан баспасөзиниң ең орайлық темаларының бирине айланды. Үлкен тиражға ийе әдебий-көркем журналларда бурын баспасөзде берилиуине тосқынлық жасалған авторлардың мийнетleri де көрине баслады.

Ғәрезсиз баспасөз. Бул бағдардағы баспасөз тийкарынан жәмийетлик-сиясий турмыста көпшиликтиң билмейтуғын мәселелерин, машқалаларын газета бетлеринде сәўлелендире баслады. Мәселен, Өзбекстан көлеминде шығып турған «Хуррият» газетасын атап өтиўимизге болады. Газета дәслепки жыллары жәмийетлик-турмыстағы машқалаларды аямай сынға алды.

Тараўлық баспасөз. Баспасөз базарында бурын болмаған газеталар типі яғный тараўлық газеталар пайда болды. Тийкарынан бул бағдардағы баспасөздің шөлкемлестириуишileri менен қәўендерleri белгили бир тараўдың министрлиги хәм ведомствалары есапланады. Оған Қарақалпақстанда шығып турған газеталарды атап өтиўимиз мүмкин. «Ғәрезслик хәм нызам» газетасы Қарақалпақстан Республикасы прокуратурасы органы, «Тынышлық сақшысы» газетасы Қарақалпақстан Республикасы ишки ислер министрлиги органы, «Мәденият хәм спорт» газетасы

Қарақалпақстан Республикасы Мәдениет хәм спорт тарауы басылымлары есапланады.

Газета-журнал баспасөз үйи. Баспасөз үйлери тийкарынан өз қарамағына бир неше газета-журналларды бирлестиреди. Россия мәмлекети мысалында алып қарайтуғын болсақ, бириншилерден болып 1997-жылы «Коммерсантъ» газетасы усы жолды таңлады. Газета өз оқыўшыларына «Коммерсантъ-плюс» газетасын усыныс етти. Буған күнделикли газеталар «Коммерсантъ-власть», «Коммерсант-деньги», айлық «Домовой» хәм «Автопилот» журналлары баспасөз үйиниң өнимлери болғанлығын көремиз.

Буннан тысқары, «Крестьянка» баспа үйи хаял-қызларға арналған журналларына ийе («Крестьянка» 160 бет, «Крестьянка. Экспресс вариант» 48 бет, «Наша усадьба», «Мода в доме», «Хозяюшка»). Сондай-ақ, «Крестьянка» хәр айда «Семейная библиотека» газетасын қосымша сыпатында бийпул тарқатады.

Өзбекстанда көпшиликке танылған «Тасвир» баспасөз үйин атап өтиўимизге болады. Баспасөз үйи, «Аргументы и факты (Узбекистан)», «Тасвир», «Тасвир-плюс», «TV-Тасвир», «Оптовик» газеталарына басып шығарады. Баспасөз үйи 1997-жылдан баслап жумыс баслады. Биринши қарлығашы сыпатында өзбек тилинде басып шығарылған «Тасвир» газетасын атап өтиўимизге болады. 1998-жылы республикамызда бириншилерден болып баспасөз базарына орыс тилиндеги рекламалы-информациялық «Оптовик» газетасын алып шықты. 2001-жылы болса орыс тилиндеги «Тасвир-плюс» газетасы жарық көре баслады.

Газеталардың интернеттеги электрон нұсқалары. АҚШ тың «The New York Times» газетасы бириншилерден болып, 1996-жылы өзиниң электрон нұсқасын интернетте усынды. Ал, 2005-жылы болса газета сайты қайта реконструкция иленеди. Енди сайтта қағаз нұсқасындағы материаллардан тысқары қосымшалар хәм оқыўшылар ушын қызықлы болған хәр қыйлы сервислер менен бирге слайдшоу хәм видео үзиндилерди де усыныс етип атыр. Соның менен бирге сайт хәптесине жети күн 24 саат даўамында өз жаңалықларын жаңалап барыўды жолға қойды. Бул өз гезегинде газетаның қағаз нұсқасын оқып үйренип қалған оқыўшылардың күнделикли жаңалықларды өз ўақтында бақлап барыўы ушын имканият жаратып берди. Веб-бетте оқыўшылары ушын арнаўлы рубрикалар, арнаўлы бетлер, пикир хәм усыныс билдириў ушын

форумлар иске қосылған. Веб-беттиң және бир имканиятларынан бири газетаның архивин газета оқыўшылары емин-еркин оқыў хәм өз компьютерине жүклеп алыў имканиятанына ийе болыўы. Бул газетаға реклама бериўшилер ушын қосымша қолайлық жаратады. Қәнигелердиң пикирине қарағанда усы хәм басқада өзгерислердиң нәтийжесинде газетаның веб-бети дүньядағы ең көзге көринген хәм көп пайда алатуғын Интернет дерекке айланған. Олардың мағлыўматына қарағанда, 2006-жылдың өзинде веб-бетке 13 миллион пайдаланыўшы кирген болса, бүгинги күни бул көрсеткиш 2-3 миллионға артқан. NYT дың басқарыўшысы хәм президенти Джанет Робинсонның айтыўына қарағанда, «Биз компанияның кейинги он жыллықтағы раўажланыў басқышын ислеп шыққанбыз. Биз өз өнимимизди эпиўайы мағлыўмат жеткерип бериўши деректен, хәр қыйлы коммуникация дереклеринен дүнья болып атырған жаңалықларды емин-еркин жарытып барыўшы дерекке айландырамыз».

«The New York Times» тың үлгисин бир қатар газеталар басшылыққа алып өз сайтларына реконструкция ислеп, оларды өз алдына газетаның қағаз формасынан айырып алып, оны ғәрезсиз Интернет-жойбарға айландырды. Бул сайтлардың тийкарғы қуралы сыпатында хәр күни жаңаланып туратуғын жаңалықлар избезизлигин атап көрсетиўимизге болады. Газета журналистлеринде оқыўшылардың талғамын арқайын түсиниў имканияты сайтта жәрияланған материалға оқыўшылардың берген пикирлери арқалы пайда болды. Бир қатар газеталар өз жаңалықларын басқада медиа орталық арқалы да тарқатыў жолларын тапты. Әсиресе, материалларға социаллық тармақ арқалы пикир хәм усынысларды алыў дәстүрге айланып бармақта. Соның менен бирге, веб-бетлер дағазаларды жайластырыў ушын жаңа бағытты пайда етти, бул өз гезегинде газетаның дәраматының артыўына алып келди.

infocom.uz сайтының мағлыўматына қарағанда on-line яки Интернет журналистика бул, дәстүрий газеталардың интернеттеги электрон нұсқалары, тек ғана интернетте нұсқасы бар Интернет-басылымлар, еки түрли нұсқасы қағаз нұсқасы да бар басылымлар. The New York Times тан кейин болса USA Today, The Wall Street Journal газеталары да интернетте өз веб-бетлерине ийе болды. Басылымлардың интернеттеги нұсқаларының дизайны, стили басылымның өзгешелигин өзинде жәмлестирген. Мәселен: The Wall

Street Journal газетасы экономикалық тематикаға бағдарланған. Сол ушында сайтта көбірек биржа көрсеткішлери, валюталардың котировкалары, хәр қыйлы графика менен диаграммалар бериледи. USA Today газетасында болса, спорт, мәденият хәм басқада жаңалықлар рәңбә-рең безелген фотосүүретлер менен бирге берилип барылады.

New York Times тың электрон нускасында, арнаўлы жойбарлар, видео ойын, пикирлерди материалға айландырыў уксаған мүмкиншиликлер пайда болды.

Хәзирги ўақытта болса, ғалаба хабар қуралларының конвергенцияға ушыраўы нәтийжесинде баспасөз ғалаба хабар қураллары хәм оның электрон нускалары арасында парық жемирилип баратырған сыяқлы. Атап өтетуғын болсақ, 2012-жылдың акырында дүньядағы ең көп тиражға ийе басылымлардан бири — «Newsweek» журналы қағаз түриндеги нускасынан толық түрде ўаз кешип, «Newsweek global» атамасы астында толық электрон нускаға өтип кетип көпшиликти хайран қалдырған еди. Буннан 80 жыл алдын жарық көре баслаған журнал электрон нускаға толық өтип кетпестен алдын АҚШ хәм Канадада 1, 5 миллион жазылыўшысына хәм дүнья жүзи бойлап 190 нан аслам мәмлекетте өз оқыўшысына ийе еди. Соған карамастан оның ең соңғы қағаз нускасында 2012-жылы 31-декабрьде баспадан шықты. Айрым дереклердиң мағлыўматларына қарағанда, журналдың бундай жолды таңлаўына финанслық жағдайының төмен болғанлығы менен байланыстырмақта. 2009-жылдың өзинде улыўма 30 миллион зыян көрген. Журналдың тиражы 3 миллионнан 1,5 миллионға түсип кеткен.

Лекин керисинше журналдың толық түрде глобал тармаққа өткенлиги пайда берип атырғанын оқыўшылар санының 5 миллионға жеткенлиги менен дәлиллеўге болады. Көпшилик қәнигелер газеталардың қағаз нускаларының өмири қысқарып атырғанын айрықша атап өтпекте. 2012-жылы ири немис хабар агентликлеринен бири «DAPD» банкротқа ушырағанын атап өтти. Ноябрь айының орталарына келип Германияның және бир үлкен газеталарынан бири «Frankfurter Rundschau» да банкротқа ушырады. Лекин кейинги ўақытлары тиражды сақлап қалыў ушын аудиториясының басым көпшилигин қурайтуғын жаслардың талабына бола, басылымның форматы да өзгертилди, бирақ бул да

пайда бермеди. Германияның және бир газетасы «Financial Times Deutschland» та тиражы жыл сайын төменлеп бармақта. 12 жыл даўамында 100 мың нускада басылған газета соңғы жылларда зыян менен шығып тур. Қәнигелердиң пикиринше, газеталар тиражларының кемейип кетиўине ондағы рекламалардың саны кемейгенлиги менен дәлиллемекте. Мәселен, батыс Европа басылымларының шемби санларында жұмыс орынларына шықарыўшы дағазалардың көбейип кеткенлиги ушын қосымша бетлер есабынан газетаның аўырлығы да артып кеткен еди. Ал, баҳасы қымбат рекламалардың басым көпшилиги интернеттеги сайтлар арқалы берилип атыр. Анығырағы, баспасөз ғалаба хабар қураллары ушын 2012-жылда 33,8 миллиард доллар сарпланған болса, онлайн рекламалар ушын 39,5 миллиард доллар сарпланған.

Мине усылардан келип шығып, соңғы ўақытлары аудиторияның интернет басылымларына итибарының күшейип баратырғанлығын көриўге болады.

ТЕМА БОЙЫНША ТАПСЫРМАЛАР

1. Заманагөй баспасөздиң қандай түрлери бар?
2. Жәмийет-сиясий газеталардың атқаратуғын хызмети?
3. Газета-журнал баспасөз үйи түсиниги?
4. Басылымлардың электрон нускаларының тийкаргы өзгешеликлери?

ТЕСТ СОРАЎЛАРЫ

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| 1. Жәмийеттиң барлық қатламларының талапларына мас рәуиште жумыс алып баратуғын басылымлар? | В) Тасвир |
| | С) Даракчи |
| | Д) Мәденият хәм спорт |
| | Е) Спорт |
| 3. Өзбекстандағы дәсленки гәрезсиз басылым? | |
| | А) Халқ сўзи |
| | В) Хуррият |
| | С) Даракчи |
| | Д) Тасвир |
| | Е) Аргументы и факты |
| 2. Өзбекстанда телевизиялық бағдарламаларды басып шығаратуғын газета? | 4. «Тасвир» баспа сөз үйинен басып шығарылатуғын газета? |
| | А) Садо |

- A) Оптовик
B) Даракчи
C) Хуррият
D) Хордик
E) Имкон-медиа
5. Дүнья жүзінде биринши болын Интернет тармағына электрон нұсқасын алып шыққан газетаны көрсетиң.
- A) Observer
B) The New York Times
C) The Times
- D) Аргументы и факты
E) Mirror
6. «*Newsweek global*» журналының қағаз нұсқасындағы атамасы қандай?
- A) Newsweek
B) Newsday
C) News month
D) The Times
E. Mirror



ҚӘНИГЕЛЕСКЕН БАСПАСӨЗДИҢ ФУНКЦИЯЛАРЫ ХӘМ ИНФОРМАЦИЯЛЫ-КОММЕРЦИЯЛЫҚ БАСЫЛЫМЛАР

Жобасы:

1. Қәнигелескен баспасөздің функциялары
2. Информациялы-коммерциялық басылымлар
3. Исбилерменлик баспасөз
4. Коммерциялық шөлкемлердің исбилермен ушын арналған газеталары.
5. Информациялы-коммерциялық хәптеликлер.

Қәнигелескен баспасөз оқышыларының кең көлемдегі талаптарын қанаатландырыу ушын аналитикалық функция мас келеди. Бул функциялар тийкарынан локал ўақыяларды сәўлелендириуши корреспонденция, ўақыядан кейин комментарийлерде яки кең көлемли мақалаларда әмелге асырылады.

Бул функцияларға қосымша сыпатында билим бериу функциясын атап өтиўге болады. Оның тийкарғы мақсети аудитория қызығыўшылығы хәм талаптары тийкарында ой-өрисин, дүнья танымын кеңейтиу болып табылады. Олар илимий мақалалар, қәнигелер менен сәўбет хәм интервью, оқыўшыларды

қызықтыратуғын тараўларда жумыс алып баратуғын инсанлардың өмиринен баян ететуғын очерклер болыуы да мүмкин.

Қәнигелескен баспасөздің адресли жумыс алып баратуғынын есапқа алатуғын болсақ, мағлыўмат-консультациялы хәм дағазалы функцияларда қолланылады. Қәнигелескен баспасөзде мағлыўмат бериу (қай жерде? Не? Қашан?) хәм қәнигелердің консультациялары бир қатар басылымлардың тийкарғы структуралық элементлеринен есапланады.

Кеўил-ашар (рекреатив) функция.

Бул функция қәнигелескен баспасөздің ең тийкарғы типологиялық характеристикасы есапланбайды. Кеўил-ашар бағдарлар қәнигелескен баспасөзде кроссвордлар, анекдотлар түринде өз сәўлелениуин табады хәм оқыўшылардың итибарын тартыу ушын хызмет етеди.

Газеталардың типологиялық характеристикасы ушын газеталардың параметри (типологиялық белгилер) есапланған көлеми, форматы, тиражы, жийилиғи, тарқалыу аймағы, безеу системасы, иллюстрация, жанрлар рәңбә-реңлиги, текстлердің тили хәм стили әхмийетли есапланады.

Тийкарғы типологиялық белгилери сыпатында «белгили бир аудитория топарының талаптары» н атап өтиўге болады. Бул белгилер төмендегилерди өз ишине алады: жас, жынысы, социаллық жағдайы, билими, талаптары хәм қызығыўшылығы, жасау орны, тили.

Аудиторияның белгили бир топарының талаптары басылымның мақсетли концепциясы хәм бағдарын белгилеп береди.

Информациялы-коммерциялық басылымлар.

Информациялық базардың тез пәт пенен раўажланыуы баспасөздің жаңа типти информациялы-коммерциялық баспасөздің пайда болыуына тийкар жаратты. Бул типтеги газеталарды еки түрге бөлип үйрениуе болады. Бириншиси, көлеми кишкене, аудиториясының тийкарын исбилермен адамлар курайды. Оның мақсети усы газеталардың оқыўшылар топарының талаптарын қанаатландыратуғын информациялық структураны пайда етиу. Олардың тийкарғы бөлимин исбилерменлик тараўындағы жағдайды түсиндирип бере алатуғын сапалы баспасөз, пикирлерге курылған баспасөз курайды.

Екинши топар газеталарының тийкарғы мақсети, газета яки журнал басып шығарыу арқалы пайда көриу болып табылады. Бул типтеги газеталарда тийкарынан аудиторияның кең қатламын қызықтыратуғын информацияларды сәулендирип барады.

Информациялы-коммерциялық баспасөздің жаңа түри **рекруитер баспасөзи** есапланады. Оның тийкарғы мақсети қәнигелескен фирмаларға жұмысшыларды тартыу (recruit - жыйнау, жаллау) болып табылады. Кейинги жыллары шет елдеги жұмыс алып баратуғын ири корпорациялар менен бирге киши фирмалар жоқары сападағы қәнигелердің теңи-тайы жоқ екенлигин түсинип жетти. Әсиресе турмысқа таза технологиялардың енгизилиуи таярлыққа ийе қәнигелерди таңлап алыуды талап етти. Бундай фирмалар дәслеп АҚШ хәм Европа еллеринде пайда болды, олардың тийкарғы бизнес бағдарының бири қәнигелерди жұмысқа тартыу еди, усының салдарынан қәнигелескен басылымларда пайда болды.

Рекруитер газеталарының тийкарғы жанры дағаза есапланады. Россияда бундай типтеги биринши газеталар сыпатында «Приглашаем на работу» хәм «Работа для всех» газеталары болды. Бул газеталар 1992-жылдан баслап басып шығарыла баслады. Кейин ала «Работа и досуг», «Заработок», «Работа сегодня» хәм тағы басқа бир қатар газеталар пайда болды.

Информациялы-коммерциялық баспаның тийкарғы тематикаларының және бири аңыз болып табылады. Буған темалар сыпатында ушатуғын тарелка хәм басқа ғайры тәбийий хәдийселер хаққындағы материалларды атап өтиуге болады.

Исбилерменлик баспасөзи.

Исбилерменлик баспасөз конкрет аудитория ушын бағдар алады. Оның мақсети исбилерменлердің талапларын қанаатландырыу, базар экономикасы принциптери хәм идеяларын үгит-нәсиятлау, нызамлар менен норматив хұжжетлерди кең жәмийетшиликке таратыу болып табылады.

Исбилерменлик баспасөздің редакторларының алып барған социаллық сорау-жууабы нәтийжесинде бул типтеги баспасөздің тийкарғы функциясы төмендегилер екенлигин анықлаған:

- мәмлекеттеги баслы ўақыяларды анализлеу хәм оның исбилерменлик орталығына тәсири;

- халықаралық экономикалық жаңалықлар хаққында хабар берип барыу;
- экономика тараўында өзгерислердің нәтийжеси бойынша социаллық машқалаларды анализлеу;
- исбилерменлик уқыпты басқаларға да үйретип барыу;
- исбилерменлик идеологиясын қәлиплестириу.

Исбилерменлик баспасөз арнаўлы аудитория топары ушын мөлшерленген бир нешше түрлерине ийе. Олар төмендегилер:

- Корпоратив хәм ведомстволардың газеталары;
- Кең жәмийетшилик ушын арналған сапалы газеталар;
- Тараўлық аналитикалық баспасөз.

Аралас типтеги газеталарда бар. Бул жағдай газета оқыўшылары қатарын көбейтиу ушын билқастан исленеди.

Лекин, исбилерменлик журналистика хәм исбилерменлик баспасөздің ортасында үлкен парық бар екенлигин аңлау керек. Биринши түрге журналистиканың аналитикалық жанрлары қолланылатуғын баспасөз түсиниледи. Екинши топарға киретуғын баспасөзге журналистлик текстлер ушыраспайтуғын газета хәм журналлар киреди. Журналистлик текстлерди биржа жаңалықлары, дағаза хәм рекламалар алмастырады.

Лекин бүгинги күни барлық баспасөз өнимлерине глобалласыу процеси тәсир етпекте. Сол ушын да көп ғана газета хәм журналлар, интернет басылымлары сапа менен биргеликте сыртқы көринисти өзгертиуге де итибар қаратып атыр.

Мәселен, 2012-жылдың күз мәўсиминде BFM.ru порталы баслы бетиниң дизайнын өзгертти. Безелиуи бойынша сайт газета версткасына жақынласты. Жаңа дизайнның пайда болыуына, әпиўайылық, қолайлық, интуитив рәуиште навигация ислей алыу принциптери тәсир еткен еди. Сайттың жаңа дүзилиси оқыўшының тезлик пенен ўақыя, мақаладағы қахарманлар, компаниялар хаққында қосымша мағлыұматларды оператив түрде алыу, эксперт пикиртери менен танысыу, фото-видео материалларды бақлап барыу имканиятын жаратып берди.

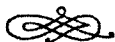
Коммерциялық шөлкемлердің исбилерменлер ушын арналған газеталары. Олардың тийкарғы өзгешеликтериниң бири, басылымларда рәсмий хұжжеттер, тек исбилерменлер ушын арналған материаллардың берилиуи болып табылады. Журналистлик материаллар онша көп болмайды. Бундай

басылымдар исбилерменлік тарауында пайда болды хәм ол керекли болған информация менен тәмийнлеп барады. Олардың қатарына «Бизнес. Банки. Биржа», «Российские экономические ведомости», «Эхо деловой жизни», «Деловой экспресс». Бул басылымдар ушын үлкен редакция жәмәәти шәрт емес, себеби материаллар хәр қыйлы мәкемелерден таяр халында келип түседі. «Деловой экспресс» баспасөз үйи хәптелик, вестник, бюллетень, рәсмий хұжжетлер топламын, аналитикалық шолыуларды басып шығарады. Лекин, бундай басылымдар фирмалардың имиджин көтеріу ұазыйпасын да атқарады. Бундай жағдайда басылымдарда журналистлердин аналитикалық материаллары менен шолыуы берип барылады.

Информациялы-коммерциялық хәптеликлер (хәптелик басылымлар). Хәптеликлердин тийкаргы мақсети, исбилерменликтин анау яки мынау тәреплерин, экономиканың инсан өмири ушын пайдалы тәреплерин кеңнен түсиндириу болып табылады. Бундай хәптеликлер еки түрде болады: жеке басылымдар хәм газеталардың қосымшалары. Россияда өткен ХХ әсирдин 90-жылларынан баслап жеке халында басып шығарыла баслаған басылымылардан, «Бизнес для всех», «Деловая женщина», «Менеджер», «Меркурий» хәм тағы басқалар болды. Бул басылымдардың тийкаргы тематикасы, сауда-сатық тарауы жаңалықлары, жеке исбилерменлик, шет ел исбилерменлериниң тәжирийбелери хәққындағы материаллар, оқыушылардың сорауларына жууап, реклама хәм сканворд, кроссвордлар жарық көрип барды. Мәселен, Россиядағы «Профиль» газетасы 1996-жылы «Империал» банки тәрепинен банк тарауы жаңалықларын сәулелендирип барыу ушын шөлкемлестирилген еди. Хәптеликтин тийкаргы қахарманлары, исбилерменлик хәм сиясат тарауындағы белгили инсанлар, олардың исбилерменлик тарауындағы жетискенликлери, жеке өмири көбирек сәулелениуин тапқан еди.

ТЕМА БОЙЫНША ТАПСЫРМАЛАР

1. Қәнигелескен баспасөздин қандай функциялары бар?
2. Информациялы-коммерциялық басылымдар дегенимиз не?
3. Рекруитер баспасөзи дегенимиз не?
4. Исбилерменлер ушын арналған баспасөздин тийкаргы түрлери қандай?
5. Коммерциялық шөлкемлердин исбилерменлер ушын арналған газеталары хәққында айтып берин.



ТЕСТ СОРАУЛАРЫ

1. **Рекреатив сөзиниң мәниси?**
 - A) Информациялық
 - B) Кеуил-ашар
 - C) Аналитикалық
 - D) Исбилерменлик
 - E) Жәмийетлик
2. **Рекруитер баспасөзиниң тийкаргы функциясы не?**
 - A) кеуил-ашар
 - B) Фирмаға адам жыйнау
 - C) Фирманың рекламасын беріу
 - D) Реклама беріушилерди қызықтырыу
 - E) Исбилерменлер менен бирге ислесиу
3. **Рекруитер газеталарының тийкаргы жанры?**
 - A) аналитикалық
 - B) Информация
 - C) Дағаз
 - D) рецензия
4. **2012-жылдың гүз мәусиминде BFM.ru порталы не нәрсени өзгертти?**
 - A) Логотипин
 - B) Бағдарын
 - C) Дизайнын
 - D) Жанрын
 - E) Көлемин
5. **Информациялы-коммерциялық хәптеликлердин қандай түрлери бар?**
 - A) жеке басылымдар хәм газеталардың қосымшалары
 - B) Жеке басылымдар хәм сапалы газеталар
 - C) Жеке журналлар
 - D) Исбилерменлик басылымдар хәм газеталардың қосымшалары
 - E) Газеталардың қосымшалары хәм рекламалық қосымшалар



БАЛАЛАР ХӘМ ЖАС ӨСПИРИМЛЕР БАСПАСӨЗИ

Жобасы:

1. Балалар хәм жас өспиримлер баспасөзиниң тийкаргы функциялары.
2. Балалар хәм жас өспиримлер ушын арналған баспасөздин типлери бойынша классификациясы.
3. Балалар хәм жас өспиримлер ушын арналған баспасөздин жас өзгешелиги бойынша бөлиниуи.

4. Балалар хәм жас өспиримлер ушын арналған баспасөздің мақсетли бағдары бойынша бөлиниўи.

Балалар хәм жас өспиримлер журналистикасы, улыўма журналистика сыяқлы жәмийетшилик алдында өзгеше функцияларды әмелге асырады хәм өзгеше социаллық институт есапланады. Өсип киятырған жас әўладларға арналған баспасөздің социаллық функциялары педагогикалық идеялар хәм жәмийеттиң көз-қараслары тийкарында қәлиплесип барады. Усыларды есапқа алып балалар хәм жас өспиримлер ушын арналған ғалаба хабар қураллары ушын тән болған бир қатар функцияларды атап өтиўимизге болады. Бул социаллық функцияларды тип жаратыўшы және бир белги сыпатында атап өтиўге болады.

Ең баслысы сыпатында төмендегилер атап өтиледі: (Капустина, 2014):

1. Информациялық-үйрететуғын функция. Газета хәм журналлар балаларға қоршаған орталық ҳаққында кең түрдеги информация берип барады.

2. Ағартыўшылық функция. Балалар аудиториясы ушын билимге умтылыў тән болып табылады. Сол ушынды болып атырған ўақыяларды туўры түсиниў хәм қабыл етиў талабы пайда болады. Газета хәм журнал баспасөзиниң тийкарғы бағыты жәмийетшилик тәрәпинен байып келген руўхый байлықларды бойына синдириў хәм оларды қолланыў жолларын үйретиўден ибарат. Л. Г. Свитич ағартыўшылық функциясын журналисткадағы ең тийкарғы функция деп есаплайды хәм олар инсанның руўхый саламатлығын тәртипке салады деп атап өтеди. С. П. Суворова да ағартыўшылық функциясын айрықша атап өтеди хәм мына пикирди билдиреди: Барлық ғалаба хабар қураллары ағартыўшылық функциясын информация бериў менен әмелге асырыў керек. Себеби, журналисттиң тийкарғы ўазыйпасы аудиторияны илим, мәденият, көркем-өнер тараўында болып атырған өзгерислер менен таныстырып барыў. Бизиң пикиримизше, балалар хәм жас өспиримлер ушын арналған газета хәм журналларда ағартыўшылық баслы орында турады, неге дегенде, ол көп ғана мақала, репортаж, интервью хәм басқада текстлерде өз көринисин табады.

3. Тәрбиялаўшы функция. Балалар хәм жас өспиримлер ушын арналған газета хәм журналлар үлкен көлемдеги тәрбиялық потенциалға ийе. Себеби, балалар баспасөзи хәр қыйлы жастағы

балаларға әдеп-иқрамлылық, эстетикалық бағдар берип отырады. Мысал ушын, баспасөз бетлеринде, не нәрсе жақсы, не нәрсе жаман, дослық, муҳаббат, гөззаллық түсиниклери ҳаққында балаларға әпиўайы тил менен жеткерип бериледи.

4. Билимлендириў функциясы. Балалар хәм жас өспиримлер аудиториясы баспасөз арқалы турмыста керекли болған билим, көнликпе, укыпты алады. Мысал ушын, бир қатар журналларда балаларды оқыўға, логикалық жақтан ойлаўға үйретиўши бөлимлери бар.

5. Жәмийетке бейимлестириўши функциясы. Балалар хәм жас өспиримлер ушын арналған газета хәм журналлардың тийкарғы ўазыйпасы инсанды жәмийетке бейимлестириў болып табылады. С. В. Фролова бул бойынша мына пикирди ортаға таслайды: Балалар ушын арналған баспасөздің концепциясы төмендегилерден ибарат: хәр қыйлы жастағы балаларға ойлаўдың хәм қабыл етиўдин хәр қыйлы формаларын синдириў менен бирге, инсан болып қәлиплесиў хәм раўажланыўы, келешек әўладтың жәмийетке бейимлесиўине жол ашып береді. (Фролова, 2003, с 108).

6. Шөлкемлестириўшилик функциясы. Хәр бир жас топарлары ушын арналған басылымлар жәмийетте, орталықта, шаңарақта өзін услап тутыў, мийнетке бағдар алыў, кәсипти туўры таңлаўға бағдар береді.

7. Мәдени-билимлендириў функциясы. Балалар хәм жас өспиримлердин ишки дүньясын байытады, баланы ғәрезсиз болыўға үйретеди.

8. Рекреатив функциясы. Рекреация искерлик сыпатында «дем алыс», «ойын», «ойын-заўыл» атап өтиледі. Балалар хәм жас өспиримлер ушын арналған баспасөзде кроссворд хәм басқатырмалар баланың психикасын раўажландырыўға хызмет етеди.

Бүгинги күни балалар хәм жас өспиримлер ушын арналған баспасөздің көпшилик тәрәпинен атап өтилген классификациясы бар, оларға төрт типтеги басылымлар киреди (Руденко, 2007, с 193-201): мектепке шекемги балалар, баслаўыш класс оқыўшылары ушын, жас өспиримлер, үлкен класс оқыўшылары ушын.

Балалар хәм жас өспиримлер ушын арналған баспасөз типі бойынша классификациясы жас өзгешелиги, инсанның

психологиялық өсіп-өнуі раужланыуына сүйенеди. Д. Б. Эльконина тәрәпинен усынылған көз-қарасты көрип өтейик:

- мектепке шекемги балалар (3-6 жас);
- баслауыш класс оқыушылары (7-10 жас);
- жас өспиримлер (11-15 жас);
- жоқары класс оқыушылары (Эльконкин, 1989, с 167-172).

Усы көз-қарастан келип шыққан халда И. А. Руденко (Руденко, 1989, с. 167-172) балалар хэм жас өспиримлер ушын арналған баспасөзди төмендегидей етип бөлип көрсетеди:

Мектепке шекемги балалар ушын баспасөз: «Веселые картинки», «Новая игрушечка», «Раннее развитие. Первые шаги», «Песочница», «Дисней для детей».

Баслауыш класс оқыушылары ушын баспасөз: «Мурзилка», «Мастерилка», «Поиграем в сказку».

Жас өспиримлер ушын баспасөз: «Бибигон», «Мы», «Путевая звезда».

Жоқары класс оқыушылары ушын баспасөз: «Бумеранг», «Маруся», «Потенциал».

Балалар хэм жас өспиримлер ушын арналған журналистикада мектепке шекемги хэм мектеп жасындағы балалар ушын бағдар алған баспасөздің пайда болууына төмендеги себеплер тийкар болды: 1. Бир жас топарына өзгергенде оның дүнья танымы өзгериске ушырайды; 2. Экономикалық жағдайға байланыслы бир қатар басылымлар да өзгериске ушырайды.

Буннан тысқары балалар хэм жас өспиримлер ушын арналған баспасөз түрлерге хэм мақсетли бағдары бойынша бөлинеди. Оларға төмендегилер киреди:

- информация-публицистикалық баспасөз;
- илимий-хэмме ушын арналған баспасөз;
- көркем-әдебий баспасөз;
- рууэхый-ағартушылық баспасөз;
- рекламалық баспасөз;
- кеуил-ашар баспасөз.

Енди оларды кецирек түсиндирип өтемиз.

Информация-публицистикалық баспасөз. Бул балалар хэм жас өспиримлер аудиториясы ушын бағдарланған басылым болып, оның тийкарғы мақсети — оқыушыларды рууэхый, эстетикалық жақтан тәрбиялау. Буннан тысқары информация-публицистикалық

баспасөздің алдына төмендегидей мақсет қойылады: балалар хэм жас өспиримлерди қоршаған орталықта болып атырған барлық кубылыслар, процесслер хәккында хабардар етиу, хәр қыйлы машқалаларды шешіуде ең қолайлы метод хэм усыллардан пайдаланыуға үйретіу.

Илимий-хэмме ушын арналған баспасөз. Бул бағдардағы баспасөзге оқыу хэм оқыу-методикалық басылымлар киреди. Олардың тийкарғы бағдары билим көнликпелерин пайда етиу. Соның менен бирге бул бағдардағы баспасөз ағартушылық, билимлендириу мақсетлерин көзде тутады. Илимий-хэмме ушын арналған баспасөздің мақсетли бағдары, илим, техника, көркем-өнер тарауын кең жәмийетшиликке танытыу болып табылады. Методикалық характердеги баспасөздің тийкарғы бағдары балалар хэм жас өспиримлердің оқыу процесине жәрдем бериу болып табылады. Мәселен, экономика, шет тиллери, мектептен тыс оқыу ушын арналған арнаулы баспасөзди атап өтиуге болады.

Көркем-әдебий баспасөз. Бул бағдардағы баспасөз балаларды эстетикалық жақтан тәрбиялауға бағдар алған. Олардың тийкарғы мақсети, балаларды мәдениет, рууэхый хэм әдеп-икрамлылық бақалықларына үйретип барыу. Балалар хэм жас өспиримлер ушын арналған баспасөздің тийкарғы тематикасы этика, эстетика, мораль болып табылады. Әдебий дөретпелер менен бирге бул журналларда көркем-өнер, тарийхты көпшиликке танытыу ушын хызмет етеди.

Кеуил-ашар баспасөз. Бул бағдардағы баспасөз балалардың мектептен тысқары уақытларында дем алыуы ушын жәрдемдин тийгизеди.

ТЕМА БОЙЫНША ТАПСЫРМАЛАР

1. Балалар хэм жас өспиримлер ушын арналған баспасөздің тийкарғы функциялары қандай?
2. Балалар хэм жас өспиримлер ушын арналған баспасөздің ағартушылық функциясы нелерден ибарат?
3. Жас өзгешелиги бойынша балалар хэм жас өспиримлерге арналған баспасөз қандай түрлерге бөлинеди?
4. Мектепке шекемги хэм мектеп жасындағы балалар ушын бағдар алған баспасөздің пайда болууына қандай себеплер тийкар болды?
5. Балалар хэм жас өспиримлер ушын арналған баспасөз мақсетли бағдары бойынша қандай түрлерге бөлинеди?



ТЕСТ СОРАУЛАРЫ

1. «Барлық галаба хабар құраллары азарттылығы функциясын информация беріу менен әмелге асырыуы керек. Себеби, журналисттик тийкаргы ұазыйпасы аудиторияны илим, мәденият, көркем-онер тарауында болып атырган өзгерислер менен таныстырып барыу» деген пикирди билдирген илимпазды табың.

- A) А. Капустина
- B) С. Суворова
- C) Л. Свитич
- D) С. Фролова
- E) А. Тертычный

2. Мәдени-билимлендириу функциясы дегенимиз не?

- A) Балалар хәм жас өспиримлердиң ишки дүньясын байытады, баланы ғарезсиз болыуға үйретеди.
- B) Балалар хәм жас өспиримлердиң билимин жетилистиреди
- C) Балалар хәм жас өспиримлердиң талантын жүзеге шығарады
- D) Балалар хәм жас өспиримлерге бағдар беріу

E) Балалар хәм жас өспиримлерге жол көрсетиу
3. И. А. Руденко балалар хәм жас өспиримлер баспасөзин неше жас көрсеткиши тийкарында болып қарайды?

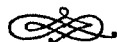
- A) 2
- B) 5
- C) 4
- D) 1
- E) 8

4. Информация-публицистикалық баспасөздиң тийкаргы мақсети қандай?

- A) Оқыушыларды рууҳый, эстетикалық жақтан тәрбиялау
- B) Оқыушыларға рууҳый азық беріу
- C) Оқыушылардың билимин жетилистириу
- D) Оқыушылардың бос ұақытын шөлкемлестириу
- E) Оқыушыларға жол көрсетиу

5. Өзбекстанда баслауыш класс оқыушылары ушын орыс тилинде басып шығарылатугын басылымды көрсетиң.

- A) Тасвир
- B) Класс
- C) Дружба
- D) Кружок
- E) 1-класс



ЖАСЛАР УШЫН АРНАЛҒАН БАСПАСӨЗ

Жобасы:

1. Жаслар баспасөзиниң теориялық тийкары
2. Жаслар баспасөзи хаққында айрым пикирлер
3. Жаслар аудиториясының социаллық-психологиялық өзгешелиги
4. Жаслар баспасөзиниң типологиялық өзгешелиги

Қәнигелескен басылымлар системасында жаслар ушын арналған басылымлар да тийкаргы орынды ийелейди. Себеби, жаслар ушын арналған басылымлар мәлекет келешегин белгилеп беріуши күш жасларға жол-жоба, тәрбия беріуши құрал болып табылады.

Жаслар газеталарының әхмийети хаққында В. Г. Ганичев өзиниң «Молодежная печать. История, теория, практика»¹ мийнетинде жаслар ушын бағдарланған басылымлар тек ғана өз аудиториясының турмыслық машқалаларын сәўлелендирип қоймастан (қай жерде оқыу керек, қандай қәнигелекти ийелеу керек, бос ұақытта не менен шуғылланыу керек) оларды шешиуде қатнасып, жаслардың жәмийетте өз орнын табыуында жәрдем беріуи керек екенлигин атап өтеди. В. Г. Ганичев жаслар аудиториясының эмоционал, бир текли емеслигин атап өтип, жаслардың жағдайы тез өзгерип турады, адаптация (бейимлесиу) процеси қыйын кешетуғынлығын айтады. Солай екен, журналистлер жаслар ушын жазғанда таңлаған темасы бойынша терең анализ етиуи хәм хәр тәрепке үйрениуи талап етиледди.

В. В. Тулупов «Оформление молодежной газеты. Теория и практика»² мийнетинде жаслар газеталарының безелиу тәреплерине үлкен итибар қаратады. Автор газетаның жақсы безелиуи басылымның аудиторияға тәсир етиуине тиккелей байланыслы екенлигин айрықша атап өтеди. Ол былай атап өтеди: жаслардың психологиялық өзгешеликлерине мазмун, тематикалық хәм жанрлық структура, газетаның графикасы хәм композициясы мас келиуи керек. Ең соңғы талаптар оқыушыға жақсы тәсир етеди,

¹ Ганичев В.Н. Молодежная печать. История, теория, практика. М., 1976. С. 124.

² Тулупов В.В. Оформление молодежной газеты. Теория и практика (на материале областных газет РСФСР). Авт. Дис. ... канд. Филол. Наук. М., 1982. С. 189.

визуал информацияның туұры қабыл етилиуи менен газетаның мазмуны да жақсы қабыл етиледі¹.

Ал, илимпаз Е. Г. Гневашева өзиниң мийнетинде тек ғана жаслар басылымларына итибар берип қоймастан, оның аудиториясына итибар берилиуи кереклигин айтады. Мәселен: Бүгинги жасларда дүньяға деген өзгеше көз-қарас пайда болды². Демек, жаслар басылымларының ийнине жасларды тәрбиялау ұазыйпасы түсетугынлығын айрықша атап өткен макул болар.

Д. А. Гайдамак жаслар баспасөзи деген атамага мына пикирди келтиреді: «Оларға төмендегилерди киргизиуге болады: а) 15-29 жас аралығындағы аудиторияға бағдар алған баспасөз, жас жағынан шеклеуге ийе, б) өз бетлеринде өзгеше лексикалық усыллардан пайдаланады, в) жаслардың ишки дүньясы хэм көз-қарасына туұра келетуғын актуал болған жаслар машқалаларын сәўлелендирип барады»³.

О. Е. Бородина өзиниң студентлер ушын арналған баспасөз ҳаққындағы мақаласында төмендеги пикирди билдиреди: Жаслар бул тек ғана келешегимиз емес, олар бүгинги хэм ертеңги күнимиздиң шешиўши күши есапланады⁴.

Хәр бир жас топары бойынша дифференциацияланған жаслар журналистикасы оқыўшыларды өз жолын табыу, жәмийетте жол тауып кетиуи, жәмийетке енисип кетиуи, белгили бир бағдарды таңлауы ушын жәрдем береді⁵.

Жаслар социаллық-демографиялық топар сыпатында түсиниледи. Олар жас өзгешелиги, социаллық жағдайы хэм усылардың тийкарында пайда болған социаллық-психологиялық өзгешелик факторлары менен айрықшаланып турады. Буннан тысқары, жаслар универсал биологиялық цикл есапланады, социаллық статусы, социаллық-психологиялық өзгешелиги бир

¹ Тулупов В.В. Оформление молодежной газеты. Теория и практика (на материале областных газет РСФСР). Авт. Дис. ... канд. Филол. Наук. М., 1982. С. 189.

² Гневашева Е.Г. Молодежная пресса и молодежная аудитория. // История языкознания, литературоведения и журналистики как основа современного филологического знания / Материалы международной научной конференции (Ростов-на Дону – Адлер, 6-12 сентября.) Вып. 1 [Актуальные проблемы журналистики]. Ростов-на-Дону, 2013. С. 12.

³ Гайдамак Д. А. PR-сопровождение молодёжных СМИ Санкт-Петербург: теоретико-методологические основы исследования // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2010. Т. 85. № 6–2. С. 155–161.

⁴ Бородин О. Е. Студенческие СМИ как способ реализации и развития внутреннего потенциала молодёжи // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2009. № 2. С. 357.

⁵ Руденко И. Детская пресса России на современном этапе. М., 1996.

қатарларда көринеди, олар ишинен жәмийетлик қурылыс, мәдениет, тәрбияны атап өтиуге болады.

Лекин жаслардың жасы бойынша хэм социаллық ержетуи жағынан шегараланыуы қыйын. Жаслар аудиториясын хэм жаслар ғалаба хабар қуралларын М. Е. Аникина 15–24 жастағы адамларды нәзерде туталды. Бундай шкаланы жас психологиясы қәнигелери де атап өтеди. Оның төменги дәрежеси мектептиң жоқары класында оқып атырған жас өспиримлер түсиниледи, ал ең жоқары шегарасы жоқары оқыу орнын питкеруи хэм жеке өмирге қәдем қойыуы, профессионаллық искерликти баслаған ұақыты менен анықланады.

Жаслар баспасөзи медиа базардың өзгеше сегменти есапланады. Бул баспасөз басқаларына салыстырғанда бир неше өзгеше ұазыйпаларды әмелге асырады. Жаслар медиасының функционаллық өзгешелигине қарағанда жас хэм социаллық-психологиялық өзгешелиги тийкарында жаслар аудиториясының доминанты сыпатында ғалаба хабар қуралларының жәмийетке бейимлестириу функциясы есапланады.

Соның менен бирге жаслар баспасөзи бир қатар ұазыйпаларды әмелге асырады. Басқа ғалаба хабар қураллары киби жаслар баспасөзи мағлыұмат береді хэм кеуил-кейпийт көтереди. Жәмийетлик диалогты шөлкемлестириу хэм қоллап-қууатлау функциясы әхмийетли есапланады. Бунда жәмийетлик талапты толық түрде әмелге асыруу да тийкаргы орында турады.

Бүгинги күни жаслар аудиториясының ғалаба хабар қуралларына болған қызығыушылығы төменлеп бармақта. Сол ушын да жасларды қызықтырудың жаңа механизмлерин ислеп шығыуды бүгинги заман талап етпекте.

Жаслар жәмийеттиң ең эzzi қатламы есапланады. Жәмийетке бейимлесиуде қыйыншылықларға ушырайтуғыны себепли көпшилик жағдайларда мүшкил қалатларға түсип қалады. Жаслардың психопсихологиялық өзгешеликлерине байланыслы жәмийетте болып атырған процесслерге бейимлесиуи қыйынласады. Бундай жағдай заманағөй жәмийетте машқалалар пайда етеди, жаслардың бир бөлиминиң жәмийеттен ажыралып қалыуына себепши болыуы да мүмкин.

Жаслар ғалаба хабар қуралларын типологиялық белгилери бойынша бир қатар топарларға бөлип қарауға болады. Олар ишинен төмендегилерди атап өтиуге болады:

● Баспасөз типологиясы ~~~~~ ■ методикалық қолланба

- технологиялық (формат, тираж, көлеми, жийилигі);
- экономикалық;
- аудиториялық;
- редакциялық;
- шөлкемлестіріушілік;
- информациялық (жәрияланып атырған информациялардың характери бойынша);
- функционаллық.

Олардың ишiнен тийкарғы белгилери сыпатында аудитория характерин атап өтиуге болады. 16-17 ден 23-24 жас арасындағы балалар хәм жас өспиримлер кәсип таңлайды хәм қоршаған орталықта өз орнын табады.

Аудиторияның характери бойынша төмендеги топарларға бөлиуге болады:

- улыума мәмлекетлик;
- регионаллық;
- халықаралық;
- қалалық;
- социаллық топарлар ушын;
- жоқары оқыу орынлары студентлери;
- жас өспиримлер ушын;
- хәр қыйлы жас топарлары ушын.

Информациялардың характери бойынша универсал тематикалық болып, онда тийкарынан жаслар турмысының хәр түрли тараулары өз сәулелениуин табады, ал монотематикалық түринде болса, турмыстың белгилери бир тарауындағы машқалалар өз сәулелениуин табады. Кейинги топарға төмендегилер киреди:

- студентлер өмиринен;
- өз-ара қатнасықлар хәққында;
- музыка хәм музыка индустриясы хәққында;
- жоқары оқыу орнына кириуге байланыслы барлық процесслер хәққында;
- жұмыс излеу, жақсы жұмыс табыу хәм билим алыу хәққында;
- мода хәм стиль хәққында;
- экология хәққында;
- исбилерменлик хәм экономика хәққында.

● Баспасөз типологиясы ~~~~~ ■ методикалық қолланба

Мазмуны бойынша универсал газеталарды шығарыу арқалы газета редакциясы халықтың көпшилик қатламын қамтып, тартыуға хәрекет етеди. Соның менен бирге медиа базарда универсал газеталардан гөре белгилери бир дифференциалланған тематикаға тийкарланған газеталарға болған талап артып бармақта.

Жаслар баспасөзиниң басып шығарылуы бойынша да айрықшаланады. Профессионал журналистлер жәмәэти тәрепинен дүзилген газеталардан тысқары жаслардың өзлери тәрепинен дүзилген баспасөзлер саны артып бармақта. Бул газеталардың авторларының дүнья қарасы газета оқыушыларына жақын, сол ушын да бундай газеталар көпшиликти қурайды. Бундай типтеги газеталардың пайда болыуы жаслар баспасөзиниң рауажланыу өзгешелигине тәсир етти, дәстүрий ғалаба хабар қуралларының өзгешеликке бет бурыуына түртки жасады.

Жаслар ушын баспасөздиң атқаратуғын функциясы бойынша типлерге бөлинуи ең тийкарғыларынан есапланады. Жаслар баспасөзинде төмендеги функциялар айрықша көзге тасланады:

- коммуникативлик. Инсанлар арасында байланыс, өз-ара қатнас жасауда ең әхмийетлилеринен есапланады (мысал ушын, «Student's life»);
- информациялық. Буның салдарынан актуал процесс хәм уақыялардың толық көриниси пайда болады.
- мәдени-ағартыушылық. Жаслардың дүнья қарасын, интеллектуаллық дәрежесин өсириуге хызмет етеди («Студентческий мередиан», «Новая юность»);
- рекреативлик. Жақсы дем алыу хәм бос уақытларын жақсы өткеруи ушын көмеклеседи («Ровесник» журналы, «Cool»).

Мақсетли бағдары бойынша жаслар баспасөзи тийкарғы төрт топарға бөлинеди:

- информациялық-публицистикалық. Қоршаған орталық хәққында хабарлар, белгилери бир уақыяға баха бериу хәм жасларға турмыслық бағдар бериуши баспасөз;
- илимий-хәмме ушын. Инсан санасын жетилистиретуғын илимниң бағдарлары менен таныстырып барады («Техника и молодежь» журналы);

- көркем-әдебий. Жазыушы хәм шайырлардың дөретиушилиги, заманагөй публицистика, эстетикалық тәрбия береді («Новая юность» журналы);
- ойын-зауыққа бағдар алған. Жаслардың дем алыуын тәминлейді. («Ровесник» «Bravo» журналлары).

Буннан тысқары жаслар баспасөзінің бир қатар типологиялық белгилери бар. Олар жийилиги, тиражы, басылымның көлеми.

Кейинги уақытлары жаслар баспасөзінің рауажланыуында еки тенденция көзге тасланады. Бириншиден, баспасөз ийелери универсал көп тиражлы газета жаратыуға хәрекет етип атырған болса, екіншиден, оқыушылардың спецификалық кызығушылығына тийкарланған газеталардың пайда болуы тенденциясы бар. Усыдан монотематикалық газеталар хәм үлкен тираждағы газеталардың пайда болуына тийкар жаратылмақта.

Соның менен бирге кейинги уақытлары заманагөй жаслар баспасөзінің мазмун жағынан өзгерип атырғанын көриуимизге болады. Мысал ушын, газета бетлерінде хәр қыйлы жанрлардан пайдаланыу көзге тасланады. Газета дизайнында да өзгешеликлер бар екенлигин атап өтиуимиз керек.

Турмыста пайда болатуғын мәселелердің барлығын талқылауды мақсет еткен универсал тематикалық баспалар көпшиликти курайды. Илимпазлар тәрәпинен алып барылған изертлеудің нәтижесінде Россияда жасларға арналған баспасөздің үштен бири универсал типте екенлиги анықланған.

ТЕМА БОЙЫНША ТАПСЫРМАЛАР

1. В. Г. Ганичевтың жаслар баспасөзінің типологиясы хаққында қандай пикирлери бар?
2. Жаслар баспасөзі хаққында илимпазлардың пикирлерин айтып берин.
3. Жаслар ғалаба хабар кураллары типологиялық белгилери бойынша қандай топарларға бөлинеди?
4. Аудиторияның характери бойынша жаслар баспасөзин қандай топарға бөлип қарауға болады?
5. Жаслар ушын баспасөздің атқаратуғын функциясы бойынша типлерин айтып берин.
6. Мақсетли бағдары бойынша жаслар баспасөзінің тийкарғы түрлери қандай?



ТЕСТ СОРАУЛАРЫ

1. *«Молодежная печать. История, теория, практика» мийнетиниң авторы?*

- A) В. Г. Ганичев
- B) В. В. Тулупов
- C) Е. Г. Гневашева
- D) Д. А. Гайдамак
- E) О. Е. Бородина

2. *«Жаслар бул тек гана келешегимиз емес, олар бүгинги хәм ертеңги күнимиздің шешіуши күши есапланады» деген пикирди айтқан авторды көрсетиң.*

- A) В. Г. Ганичев
- B) В. В. Тулупов
- C) Е. Г. Гневашева
- D) Д. А. Гайдамак
- E) О. Е. Бородина

3. *Жаслар ғалаба хабар куралларын типологиялық белгилери бойынша неше түрге бөлинеди?*

- A) 5
- B) 6
- C) 7
- D) 8
- E) 3

4. *«Қарақалпақстан жаслары» газетасы аудиторияның характери бойынша қандай баспасөз топарына киреди?*

- A) қалалық
- B) Регионаллық
- C) Соңиаллық топарлар ушын
- D) Жас өспиримлер ушын
- E) халықаралық

5. *Монотематикалық түріндеги баспасөздің тематикасы қандай?*

- A) Турмыстың белгили бир тарауындағы машқалалар өз сәулелениуин табады
- B) Турмыстың хәр түрли тарауларындағы машқалалар өз сәулелениуин табады
- C) Турмыстың ең қыйын машқалалары өз сәулелениуин табады
- D) Турмыстағы өзгешеликлер өз сәулелениуин табады
- E) Турмыстың топарлары бойынша машқалалары өз сәулелениуин табады.

6. *Жаслар ушын баспасөзде коммуникативлик функциясының тийкарғы мазмуны қандай?*

- A) Жаслардың дүнья қарасын, интеллектуаллық дәрежесин өсириуе хызмет етеди
- B) Ақтуал процесс хәм уақыялардың толық көриниси пайда болады.
- C) Инсанлар арасында байланыс, өз-ара қатнас жасауда ең әхмийетлилеринен есапланады
- D) Жақсы дем алыу хәм бос уақытларын жақсы өткеріу ушын көмеклеседи
- E) Жасларды тәрбиялап, жетилистирип барады.



«САРЫ БАСПАСӨЗ»ДИҢ ТИЙКАРҒЫ ӨЗГЕШЕЛИКЛЕРИ

Жобасы:

1. «Сары баспасөз» дiң пайда болыу тарихы
2. «Сары баспасөз» дiң характерли өзгешеликлері
3. «Сары баспасөз» дiң типологиялық өзгешеликлері
4. «Сары баспасөз» де реңлердiң берилiуі
5. «Сары баспасөз» де заголовкалы комплекслердiң әхмийеті.

«Сары баспасөз» термини АҚШ та мәмлекеттiң ең ири газета бизнеси монополистлері Дж. Пулитцер хәм У. Р. Херсттiң бир-бири менен гүресип атырған дәуиринде пайда болды. 1896-жылы «New York Press» газетасының редакторы Э. Уордмэн бәсекилес болған басылымларды «сары» деп атап өтеди. Дәслеп «сары баспасөз» деп өз бетлеринде комикслерди жәриялап баратуғын газеталар нәзерде тутылған. Кейин ала болса бундай баспасөз өзгериске ушырап хәзирги дәуирине шекем жетип келди.

1830-жылдан кейин урбанизация процесиниң ен жайыуы менен журналистика иммигрантлар менен жұмысшылар топарының талапларына итибар бере баслады. «Цент баспасөзи» («penny-press») пайда болды, ол «сары баспасөздiң» тийкарын салыушы еди. Әсте ақырынлық пенен баспасөз жұмысы коммерциялық кәрхана сыпатында рауажлана баслады. Бириншилерден болып «сары тематиканы» «The New York Sun», «The New York Herald» хәм «The New York Tribune» газеталары алып бара баслады. Жәнжеллердiң сәулелениуі, зорлық, өлим менен байланыслы ўақыялар «сары баспасөз» бетлериниң тийкарғы тематикасы еди.

Газетаға оқыушыларды көплек тартыу үшін Пулитцер хәм Херст өз газеталарында оқыушыларды шалғытатуғын үлкен заголовкалар менен бирге реңли бояулардан пайдаланды. Аудиторияның газетада жәрияланған мақалаларды тез түсинип алыуы үшін фотосүретлер, схемалар хәм карикатураларды қолланған еди. Херст өз хызметкерлеринен барлық жаңалықларды сенсациялық руўхта берiуді талап етти. Егер сенсация болмағанда, оны ойлап табатуғын еди.

Америка сары баспасөзи сыяқлы Англияда да сары баспасөз рауажлана баслады. 1881-жылы Уллыбританияда усы такилетте

«Tit-Bits» газетасы жарық көре баслады. Сары баспасөз бағдарын ағалы-инили Хамсвордлар 1888-жылы «Evening News», «Daily Mail» хәм «Daily Mirror» газеталарын басып шығарыу арқалы мәмлекетте сары баспасөзге тийкар салды. Англия баспасөзинде визуалластырыуға күшли итибар қаратылды, атап өтилген газеталарда текстлердiң толық түрде орнын басатуғын иллюстрациялар (безеулер) бериле баслады.

1953-жылға келип сары баспасөздiң рауажланыуының жаңа дәуири деп атап өтиуге болады. Мине усы жылы «Playboy» (басып шығарыушы Х. Хефнер) — ышқый қатнастарға арналған журнал. Бул журналдың шыға баслауы ышқый теманың сары баспасөздiң ең тийкарғы темасына айланыуына тийкар жаратты.

Сары баспасөздiң баслы өзгешелигиниң бири ол тийкарынан оқыушыларға ойын-зауық үлесиу үшін хызмет етеди. Бул баспасөзде автор менен оқыушы тең позицияда болмайды. Автор өзиниң көз-қарасынан келип шыққан халда қандай ойын керек екенлигин өзи шешеди. Сары баспасөздiң характерли өзгешеликлері төмендегилерде көринеди:

1. Табуласқан тематика, яғный жәмийет тәрәпинен қадаған етилген тематика. Бунда инсан искерлиги менен байланыслы көпшилик үшін қадаған етилген теманың да баспасөз бетлеринде жарық көриуі есапланады. Сары баспасөз үш табуласқан тематикаға итибар қаратады.

Бириншиден, инсанның ышқый қатнасықлары өзгеше формада сәулелендириледи.

Екиншиден, сары баспасөз жәмийеттiң итибарына илинген инсанлардың жеке өмирине айрықша итибар қаратады. Бул тематика барлық баспасөздiң дыққат орайында болды. Сапалы баспасөзде бул усыл қахарманның минез-кулқын ашып берiу, журналистлик тексерiуде қолланылады. Егер сапалы баспасөз әдеп-икрамлылық көз-қарасынан бул тематикаға терең кирип бармайтуғын болса, сары баспасөзде бундай шегара онша сақланбайды.

Илимпазлар инсанның жеке өмирине араласыудың «жумсақ» хәм «қатты» формасын атап өтеди. Жумсақ формасы дегенимизде — бул белгили инсанлардың рәсмий хәм рәсмий емес ўақыяларын (той, ажырасыу, балалардың тууылыуы) сәулелендирип барыу түсиниледи. Қатты формасы дегенимиз рәсмий емес қатнасықлар

● **Баспасөз типологиясы** ~~~~~ ■ **методикалық қолланба**

менен ден саулығына байланысты мағлыұматларды сәулелендириу түсиниледи.

Үшиншиден, сары баспасөзде инсанның өмирине болған қызығыұшылық жоқары болып табылады. Сары баспасөз бул бағдар ушын теманы криминаллық бағытта береди. Бул материалларда тийкарынан болып өткен ўақыяны толық үйренбей турып оқыўшыларды қорқытыў нәзерде тутылады.

2. Сенсациялылық. Бул сары баспасөздің тийкарғы өзгешеликлериниң бири есапланады. Бул оқыўшылардың эмоционаллық жағдайын туўры яки натуўры бағдар алдырыу ушын қолланылады. Реал сенсацияларды сәулелендириу басқа баспасөзлердегиден өзгешеликке ийе емес. Тек ғана баспасөзде сенсацияны сәулелендирип бериўдиң мақсети менен өзгешеленип турады. Сары баспасөз тийкарынан оқыўшыларда қәўетер туўдыратуғын реал сенсацияны сәулелендиреди. Лекин гейде сары баспасөзде берилетуғын сенсациялық материаллар жалған болыуы да мүмкин. Сары баспасөз сенсацияның изинен куўыуы салдарынан өтирик сенсациялық материалларды бериўди де жолға қоя баслады. Бундай типтеги материалларда дезинформация хәм субъективлик пикирлеу басым болып келеди.

3. Сары баспасөздің және бир типологиялық өзгешеликлериниң бири тематикалық эклектизм болып табылады. Сары баспасөзде информациялық бақалылығы тийкарында темалардың избе-излиги сақланады. Биринши бетте толық түрде ойын-заўыққа қурылған информациялар жарық көрмейди. Сары баспасөзде оқыўшылардың итибарын тартыуы имканияты бойынша темалар избе-из жайластырылады.

4. Сары баспасөз системасының және бир тийкарғы элементлериниң бири тексттен визуаллық материаллардың басым болыуы есапланады. Сары баспасөзде безеу элементлери, жарқын реңлер, өзгеше заголовкалар кең қолланылады. Сары баспасөз бириншилерден болып реңлерди пайдаланыўда тәжирийбеде сынап көрген еди. Бул еки функцияны әмелге асырыўда қол келеди: бириншиден конкрет бир материалды атап көрсетиу ушын қолайлы болса, екншиден газетаны усы тақылеттеги газеталардың ишинен ажыратып көрсетиуге хызмет етеди. Полосалардың реңлери арасынан — қызғылт сары, сары хәм көк реңи көп қолланылады. Бул реңлер бийкардан бийкарга таңланбайды. Себеби

● **Баспасөз типологиясы** ~~~~~ ■ **методикалық қолланба**

психологлардың атап өтиуине қарағанда, бул реңлер инсанның итибарын тез тартады екен. Ал иллюстрациялық безеулер сары баспасөздің тийкарын қурайды, онысыз аудиторияның итибарын қаратыу қыйын.

Сары баспасөз XIX әсирде ақ заголовка комплексин өзгеше безеу элементи сыпатында түрлендирип барды. Сары баспасөзде заголовкалар иллюстрациялық безеу элементлериниң бири сыпатында атап өтиледи. Лекин сары баспасөздің заголовкалары өтирик пенен хакыйқатлықтың арасында тең салмақлылықта турады. Тәжирийбеде дезинформация бериуши заголовкалардың төмендеги түрлери көзге тасланады:

А) Текстен тысқары заголовкалар. Олар конкрет текст пенен байланысты болмайды. Олардың тексттиң мазмунынан гөре қызықлы болады.

Б) Материалдың бир тезисин атап көрсетиуши заголовкалар. Сары баспасөздің заголовкасы ўақыяны толық ашып берместен, оқыўшыларды қызықтырыу ушын оның деталын береди.

В) тексттеги фактлерди бурмалап көрсетиуши заголовкалар.

ТЕМА БОЙЫНША ТАПСЫРМАЛАР

1. АҚШ та пайда болған дәслепки сары басылымлар хакқында айтып бериң.
2. Газетаға оқыўшыларды көппе тартыу ушын Пулитцер хәм Херст қандай жумысларды әмелге асырды?
3. Табуласқан тематика дегенимиз не?
4. Сары баспасөзде инсан өмирине қызығыұшылық қандай дәрежеде болады?
5. Сары баспасөзде визуалласқан информациялардан пайдаланыў қай дәрежеде?
6. Сары баспасөзде заголовкалы комплекслерден пайдаланыўдың әхмийети қандай?

ТЕСТ СОРАУЛАРЫ

1. *«Сары баспасөз» термини қайсы елде пайда болды?*

- А) АҚШ
- В) Англия
- С) Япония
- Д) Россия
- Е) Польша

2. *«Tit-Bits» қайсы мәмлекетте басып шығарылды?*

- А) АҚШ
- В) Англия
- С) Россия
- Д) Швеция
- Е) Россия

3. «Playboy» журналы нешінші жылдан бастап басып шығарыла бастады?

- A) 1955
- B) 1954
- C) 1953
- D) 1956
- E) 1958

4. Табуласқан тематика дегеніміз не?

- A) Жәмийет тәрәпинен қоллап-қууатланатуғын тематика
- B) Жәмийет тәрәпинен қадаған етилген тематика
- C) Жәмийетке керекли тематика
- D) Жәмийеттің бир бөлеги болған тематика
- E) Жәмийеттен алынған тематика

5. Илимпазлар инсанның жеке өмирине араласуыдың қандай еки формасын атап көрсетеди?

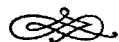
- A) Аўыр хәм жеңил
- B) Қыйын хәм аңсат
- C) Жумсақ хәм қатты
- D) Аңсат хәм жеңил
- E) мүшкил хәм кескин

6. Сары баспасөз көбирек қайсы реңлерден пайдаланады?

- A) қызғылт сары, сары хәм көк реңи
- B) Сары, қызыл, қара реңи
- C) Ақ, қара, жасыл реңи
- D) Көк, ала, қоңыр реңи
- E) қара, көк, жасыл реңлери

7. Сары баспасөзде дезинформация беріуши заголовкалардың неше түри қолланылады?

- A) 2
- B) 3
- C) 4
- D) 5
- E) 1



ЖУРНАЛЛАРДЫҢ ҒАЛАБА ХАБАР ҚУРАЛЛАРЫ СИСТЕМАСЫНДАҒЫ ОРНЫ

Жобасы:

1. Журнал тарийхынан
2. Журнал — ғалаба хабар құралларының бир түри сыпатында
3. Информациялардың характери хәм мазмуны
4. Журналлар характеристикасы
5. Журнал баспасөзінің тийкарғы типлери

«Журнал — баспасөз ғалаба хабар құралларының бири болып есапланады. Журнал газета киби жәмийетлик санаға тәсир етеди, жәмийетлик топарлардың, сиясий партиялар, шөлкемлердің талаплары бойынша жәмийетлик пикирди қәлиплестиреди»¹

«Журнал» термини француз тилиндеги «journal» сөзинен алынған. Оның мәніси күнделик яғный бул атама дәслепки француз тилинде шыққан газеталарға қарап айтылған. Бүгинги күни бул термин жүдә сийрек ушырасады. Шет тилинде журнал түсиниги хәр түрли атама менен аталады «Magazine» (инглис тилинде), «Revue» (француз), «Zeitschrift» (немец), «Revista» (испан), «Списание» (болгар) х. т. б.

Биринши журнал сыпатында «Журналь де Саван» («Journal des savants»), кейин ала атамасы — «Journal des savants» болып өзгерген) журналы тилге алынады. Оның биринши саны Францияда 1665-жылы 5-январда басып шығарылған. Онда философия, әдебият бойынша Европаның көпшилик мәмлекетлеринде шыққан китаптарға шолуы жасалған. Сол жылы усыған уқсас журнал Лондонда «Философикал транзекшнс оф Ройял сосайети» («Philosophical Transactions of the Royal Society») атамасы менен жарық көреді. Кейинги жыллары Европаның басқада мәмлекетлеринде усыған уқсас журналлар яғный «Джорнале деи леттерати» («Giornale de'Letterati», 1668, Италия), «Акта эрудиторум» («Acta Eruditorum», 1682, Германия) хәм «Монатсгешпрехе» («Monatsgesprache», 1688, Германия) жарық көре бастады. Көпшилик мәмлекеттерде журналлар XVIII әсирде пайда болған. Мәселен Испанияда - «Диарио де лос литератос де Эспанья» («Diario de los literates de Espana», 1737), яки АҚШ та — «Американ мэгэзин» («American Magazine», 1741). Биринши журналларда хәр қыйлы әдебиятларға шолуы жасалған, оларға қосымша жаңалықлар да берип барылған. Сол ұақытлары журнал тар көлемдеги оқыушыларға арналған еди.

XIX әсирде журнал басылымы тез пәт пенен раўажлана бастады. Бул ұақытқа келип журналларда информацияны беріу методы хәм усыллар өзгериске ушырайды. Тез пәт пенен журналлардың тиражы артып, өзине түсер бақасы арзанлап барды. XIX әсирдің ақыры XX әсирдің басында иллюстрациялық жақтан

¹ Журналистика: краткий словарь / Б. Н. Лозовский. - Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2004. - 116 с. - ISBN 5-7525-1170-4.

● **Баспасөз типологиясы** ~~~~~ ■ **методикалық қолланба**

жақсы безелген аралас типтегі хәм көпшилик ушын арналған журналлар оқыўшылар арасында үлкен қызығыўшылық оятқан еди.

Журналлар оперативликке тийкарланбайды, ал арнаўлы цикллар яғный, хәптелик, айлық болып жарық көреді. Көпшилик журналлар басқа ғалаба хабар қураллары киби аудиторияға социаллық бағдар береді, илим хәм мәденият, әдебият тараўындағы өзгерислерден хабардар етип турады.

Журналлардың мақсети фактлерди биринши көз-қарастан емес, ал терең ой жуўыртыў арқалы сәўлелендирип беріў болып табылады. Журналлар каналында информациялар ескирип қалған емес ал, ўақыттың өтиўи менен қызығыўшылығын жоғалпайтуғын фактлер өз сәўлелениўин табады.

Газета менен салыстырғанда журналда информация бир жөнелиске бағдар алады. Журналлар аудитория факторы менен бирге типологиялық өзгешеликтери, информацияның характери, жийилиги, көлеми жағынан өзгешеликлерге ийе.

Информациялардың характери хәм мазмуны бойынша:

Журналлардың жеткерип берип турған информациялары хәр қыйлы:

- аналитикалық информация.
- үйретиўши журнал (мәселен, Россиядағы «Вокруг света» журналы миллий үйретиўши журнал есапланады);
- Жаңалықлы информация (илимдеги жаңа бағдарлар, социаллық, мәдений турмыстағы жаңалықлар);
- мағлыўмат хәм усыныс беріўши информация;
- рекламалық информация.

Журналлар характеристикасы бойынша:

- Предметли орталық (сиясат, мәденият, көркем-өнер, илим, ислеп шығарыў, исбилерменлик, дем алыс);
- Аудитория (ғалабалық, профессионаллық бағдар бойынша, арнаўлы қызығыўшылыққа қурылған топар);
- Мақсет (жәмийетлик-сиясий, илимий, публицистикалық, көркем-әдебий, илимий-әмелий, кеўил).

Журнал баспасөзиниң тийкарғы типлери бойынша:

Жәмийетте болып атырған барлық өзгерислерге журналлар жаңа типологиялық топарларға бөлиниў арқалы жуўап береді. Аудиторияның талаплары хәм қызығыўшылығы бойынша бағдар

● **Баспасөз типологиясы** ~~~~~ ■ **методикалық қолланба**

алыўы бир типология бағдарларды пайда етеди. Олардың тийкарғылары төмендегилер:

- илимий журналлар;
- илимий-публицистикалық хәм мәдений журналлар;
- исбилерменлер ушын журналлар;
- илимий-хәмме ушын хәм үйретиўши журналлар;
- предметли қәнигелескен (профессионаллық)
- айрықша адресли журналлар (социаллық топарлар ушын баспасөз: хаял-қызлар ушын, жаслар ушын, миллий хәм тағы басқа журналлар);
- бос ўақытты қоллап-қуўатлаўшы журналлар;
- мағлыўмат хәм мәсләхәт беріўши хәм рекламалық журналлар;
- аралас типтеги журналлар.

Бул топарлардың ишине улыўма миллий хәм регионаллық баспасөз де киреди. Олар төмендеги өзгешеликлерге ийе:

1) Ғалабалық кең көлемли информацияға ийе журналлар (хәмме ушын хәм хәмме нәрсе хәққында). Бул тийкарынан илимий-хәмме ушын хәм дем алыс журналлары есапланады.

2) Ғалабалық тар көлемдеги информацияларды сәўлелендиретуғын журналлар (хәмме ушын - конкрет нәрсе хәққында) Булар өзінде спорт, ден саўлық, шаңарақ, авто, жай, компьютер хәм басқада темаларды бирлестиреди;

3) Қәнигелескен (арнаўлы оқыўшылар топарына арналған «хәмме ушын емес»).

Журналлар хәр қыйлы параметрлери бойынша да айрықшаланып турады:

- шығыў жийилиги бойынша (айлық, хәптелик);
- тилиниң өзгешелиги хәм жұмыс ислеў методды бойынша (илимий, әдебий, визуалласқан, дайджестлер).

Аудиторияның жасы, социаллық жағдайы, талаплары хәм қызығыўшылығы бойынша бир қатар өзгешеликлерге ийе. Аудиторияның қызығыўшылығын еки топарда үйрениўге болады:

Үлкен көлемдеги қызығыўшылық:

- социаллық;
- руўхый талабы.

Киши көлемдеги қызығыўшылығы:

- профессионаллық;
- жеке қызығыўшылық.

Журнал базарында аудиторияның профессионаллық қызығыушылығын арнаулы бір қәнигеликке бағдар алған журнал, қәнигеликти енди үйреніп атырғанлар ушын арналған кең көлемли аудиториясына бағдар алған журналлар қанаатландыра алады. Аудиторияның профессионаллық қызығыушылығын төмендеги журналлар қанаатландыра алады:

- илимий;
- илимий-әмелий;
- исбилерменлик;
- корпоративлик;
- билим беріуі;
- әхмийетли қәнигеликлер журналы.

Жеке қызығыушылық. Оқыушылардың жеке қызығыушылығын қанаатландырыуі газеталарға салыстырғанда журналда көбирек көзге тасланады:

- билиуі хәм жеке халда үйрениуіге болған талапларын илимий-хәмме ушын хәм шаңараққа арналған журналлар қанаатландыра алады;
- руұхый талабын, тарийхый-билим беріуі, диний-ағартыушылық журналлар.
- эстетикалық қызығыушылығы — көркем-әдебий журналлар, мәденият тарауына арналған журналлар.

Рекреатив журнал баспасөзиниң өз бөлиниуі бар:

- бос ўақыттан утымлы пайдаланыуі (саяхатларға арналған баспасөз, археология, тарийх, этнография тараулары бойынша журналлар);
- көшеде оқыу ушын мөлшерленген басылымлар (детектив, фантастикаға арналған басылымлар);
- мәдениет дем алыс (киножурналлар, театр хәм музейлер бойынша гид журналлар);
- мыш-мышлар, жәнжеллерге арналған журнал;
- ышқый журнал.

ТЕМА БОЙЫНША ТАПСЫРМАЛАР

1. Журналлар қашан пайда болған хәм қандай мақсетлер ушын хызмет еткен?
2. Журналлардың қандай тийкарғы типлери бар?
3. Аудиторияның журналларға қандай қызығыушылық өзгешелиги бар?
4. Рекреатив журналлардың қандай түрлери көзге тасланады?

ТЕСТ СОРАУЛАРЫ

1. «*Journal*» сөзи қайсы тилден алынған?

- A) Инғлис
- B) Француз
- C) Немис
- D) Араб
- E) Орыс

2. *Испан тилінде журнал сөзи қандай атама менен аталады?*

- A) Magazine
- B) Revue
- C) Revista
- D) Списание
- E) Журнал

3. *Францияда шыққан биринши журнал?*

- A) Журналь де Саван
- B) Журнал де Ревью

- C) Журнал де эко
- D) Санд
- E) Бильд

4. *1668-жылы Италияда шыққан журнал?*

- A) Acta Eruditorum
- B) Giornale de'Letterati
- C) Monatsgesprache
- D) Philosophical Transactions of the Royal Society
- E) Journal des savants

5. *Россиядағы «Вокруг света» журналы қандай журнал?*

- A) ғалабалық
- B) Миллий үйретиуіши
- C) Хәмме ушын журнал
- D) халықаралық журнал
- E) Трансмиллий журнал



ЖУРНАЛ БАСПАСӨЗИНИҢ АУДИТОРИЯ МЕНЕН БАЙЛАНЫС ОРНАТЫУ ӨЗГЕШЕЛИКЛЕРИ

Жобасы:

1. Журнал баспасөзиниң тийкарғы типологиялық бағдарлары
2. Айлық журналлар
3. Хәптелик журналлар
4. Көркем-өнер хәм мәдениет, илимий журналлар
5. Қарақалпақстанда басып шығарылатуғын илимий журналлар

Бүгинги баспасөз дүньясында аудиторияның қызығыушылығы, информациялық орталықтың талаптарына

• **Баспасөз типологиясы** ~~~~~ ■ **методикалық қолланба**

байланыссыз журнал басылымдарын бір қатар типологиялық топтарға бөліп үйреніу дәстүрге айланған олар төмендегіше:

- жәмийетли-сиясий журналлар;
- исбилерменлер ушын арналған журналлар;
- ағартыушылық хәм мәдени журналлар;
- қәнигелескен журналлар;
- профиллик журналлар;
- илимий хәмме ушын арналған журналлар;
- сервис, мағлыұмат хәм усыныс бериуши журналлар;
- рекреатив журналлар.

Алдыңғы бөлімде атап өтилгеніндей журнал баспасөз түри сыпатында әсте-ақырынлық пенен мағлыұматларды жеткерип бериу өзгешелигине ийе.

Айлық журналлар — Бул бұрыннан қәлиплескен вариант есапланады. Бүгинги күни де бул топар тийкарғыларынан бири есапланады. Мысал ушын, Россияда улыұма журнал баспасөзи базарында айлық журналлардың салмағы 60 процентти қурайды екен. Егер олардың типлерине итибар қарататуғын болсақ төмендегідей көринис пайда болады:

- илимий;
- қәнигелескен;
- илимий-әмелий техникалық характердеги;
- дем алыс ўақыты ушын сапалы журналлар (тийкарынан жасаў стилине байланыссыз журналлар);
- көркем-әдебий хәм жәмийетлик сиясий;
- көркем-өнер тараўына арналған «семиз» журналлар;
- шаңарақлық оқыў ушын арналған журналлар.

Бул журналлардың бетлеринде тийкарынан үйретиуши яки терең анализленген информациялар жәрияланып барылады.

Айлық журналлар тийкарынан көлемли болып келеди, безелиуи китап яки альбом формасында болыуы мүмкин. Көлеми үлкен болғаны ушын журналдың оқыўшыға туўры бағдар алыуы көзде тутьлады.

Хәптеликлер. Тийкарынан ўақыялы информацияларды сәўлелендирип барады. Ең тез жарық көретуғын журналлар өзиниң шольуы, фактлер панорамасы менен кушли есапланады. Оларда «жанлы ўақыя» эффекти сақлап қалынады.

• **Баспасөз типологиясы** ~~~~~ ■ **методикалық қолланба**

Хәптелик журналлардың жұмысы — жаңалықларды серелеу, рейтинг ўазыйпасын атқарып береді. Жағдайдың раўажланыуы, факттың хәрекет етиу характери көзге тасланады.

Хәптелик журналлардың тийкаргы топтары:

- ғалабалық хәптелик жаналықлар;
- билимлилер ушын сиясий, сиясий-экономикалық, аналитикалық хәм информация-аналитикалық хәптеликлер;
- телегидлер;
- мағлыұмат-мәсләхәт бериуши журналлар;
- глянецли журналлар
- кроссвордлы журналлар.

Атап өтилген журнал түрлеринде репортерлық, текстлердин публицистикалық хәм рекламалық түрлери хәм визуал рекламалар: фотосүретлер, сүўретлер, **коллажлар** көплеп ушырасады. Коллаж (coller – жабыстырыу дегенди аңлатады) — көркем-өнердеги техникалық усул. Графикалық хәм живописке қандайда бир өзгеше предмет яки материалдың жабыстырылыуы. Барлық хәптеликлер иллюстрацияға бай журналлар есапланады. Себеби ўақыяларды көринис пенен жүдә әхмийетли болып табылады.

Хәптелик журналлардың көлеми онша үлкен емес, газета форматына жақын келеди. Хәптелик журналларда анық форматқа бойсыныу да дәстүрге айланған. Мәселен:

- көпшилик хәптеликлер китап форматында;
- көркем-өнерге байланыссыз айрым журналлар альбом форматында болады;
- қалтаға сыятуғын дайджест форматы.

Көркем-өнер хәм мәдени, илимий журналлар

Көркем-өнер журналларының тийкаргы түрлерин төмендегилер қурайды:

- көркем-өнер философиясы, мәдениет тарийхы, көркем-өнер тараўын баслы тема етип алған журналлар;
- билимлилер ушын журналлар. Бул журналлар жәмийетлик-сиясий, сиясий хәм социаллық тематика менен бирге, сиясий мәдениет, сиясат тараўындағы әдеп-икрамлылық темалары бойынша да бағдар алады;

● **Баспасөз типологиясы** ~~~~~ ■ **методикалық қолланба**

- философия, сиясаттаныу, социология, психология, этнография тараулары бойынша шет ел журналларына шолыу жасайтуғын шолыу-журналлары;
- ғалаба аудитория ушын мөлшерленген хэм кино, театр, музыка, көркем-өнер, архитектура хэм мәдениеттың басқада тараулары бойынша жаңалықларды берип барыушы журналлар;
- корпоратив журналлар. Бир музей, көркем-өнер орайы, бир философ хэм бир жазыушыға арналған журналлар;
- дәстүрий хэм жаңа көркем-әдебий, публицистикалық, әдебий, әдебий-сын хэм әдебий-тарийхый журналлар;
- тарийхый, билим бериуши журналлар;
- академиялық, илимий гуманитар тарауы бойынша журналлар.

Бүгінги күни республикамызда журнал басылымлары да өз оқыушыларына ийе болып бармақта. Олардың айрымларына итибар берип өтейик.

Атап өтетуғын болсақ, Өзбекстан Республикасы Илимлер академиясы Қарақалпақстан филиалының «Вестник. Хабаршысы» журналы жарық көрип келмекте.

Журналдың биринши номери 1960-жылы 26-ноябрьде жарық көрди. «Вестник» Қарақалпақстанда фундаментал илимнің белгили дәрежеде рауажланыуына өз үлесин қосып келмекте. Журналда илимпазлардың илимий жаңалықлары, илимий қолланбалары хаққында илимий мақалалар жарық көрип келмекте.

Журналдың ең дәслепки санлары менен бүгінги санлары ортасында үлкен парық бар. Журналдың ең дәслепки санларында тарийх, әдебият, биология тараулары бойынша шекленген көлемдеги мақалалар жәрияланған болса кейин ала микробиология, геология, физика-математика, экономика, философия тарауы бойынша мақалалар жәрияланып баратуғын болды.

Мысал ушын журналдың өткен ХХ әсирдің 60-70-жыллардағы санларында Арал теңизинің балық қоры, Әмиудәрья хэм көллер, балықларда ушырасатуғын ауырыулар хаққында илимпазларымыздың мақалалары жарық көрген еди.

Әжинияз атындағы Нөкис мәмлекетлик педагогикалық институты тәрәпинен шығарылатуғын «Илим хэм жәмийет» журналы 2004-жылы шөлкестирилди. Журнал жылына төрт

● **Баспасөз типологиясы** ~~~~~ ■ **методикалық қолланба**

мәртебе шығады. 2013-жылы Жоқары аттестация комиссиясының шешими менен журнал докторлық диссертацияларды қорғауда қабыл етилетуғын журналлар дизимине киргизилди. Тийкарынан «Қарақалпақ тили, қарақалпақ әдебияты», «Педагогикалық илимлер», «Психологиялық илимлер» бағдарлары бойынша.

Журналдың бас редакторы хәзирги уақытта филология илимлеринің докторы Қ. Оразымбетов. Журналда тийкарынан: «Бас мақала», «Тәбийий хэм техникалық илимлер», «Тил билими хэм әдебияттаныу», «Билимлендириу, илим хэм инновация», «Жас алымлар минбери», «Жаңа изертлеулер», «Илим хэм мәдениятымыз ғайраткерлери» тараулары бойынша мақалалар жәрияланып барылады.

Журналдағы илимий мақалалардың қуны, илимий изертленгенлик дәрежесин анықлау ушын 23 адам көлеминдеги редколлегия ағзалары дүзилген. Редколлегия ағзалары курамына тараулар бойынша илим докторлары менен илим кандидатлары кирген.

Бердақ атындағы Қарақалпақ мәмлекетлик университетинде де «Вестник-Хабаршы» журналы жарық көреді. Журнал 2008-жылы шөлкестирилди. Жылына төрт мәртебе жарық көреді.

Журналға «Математика, физика», «Химия, технология, биология», «Экономика», «Билимлендириу, методология, психология», «Тарийх, социология, философия, хуқықтаныу», «Филология, журналистика» тарауы бойынша илимий мақалалар қабыл етиледі.

ТЕМА БОЙЫНША ТАПСЫРМАЛАР

1. Айлық журналлар қандай типологиялық түрлерге бөлинди?
2. Хәптелик журналлардың қандай түрлери бар?
3. Көркем-өнер, мәдени хэм илимий журналлардың тийкаргы бағдарлары қандай?
4. Қарақалпақстанда қандай журнал түрлери бар?

ТЕМА БОЙЫНША ТЕСТ СОРАУЛАРЫ

- | | |
|----------------------------------|--------|
| <i>1. Россияда улыуа журнал</i> | В 60% |
| <i>баспасөзи базарында айлық</i> | С) 70% |
| <i>журналлардың салмагы неше</i> | Д) 80% |
| <i>процентти қурайды?</i> | Е) 90% |
| <i>А) 50%</i> | |

2. *Хәттелик журналлар тийкарынан қандай информацияларды сәулелендирип барады?*

- A) Ұақыялы
- B) Күнделикли
- C) Үзликсиз
- D) Санлы
- E) оператив

3. *Коллаж дегенимиз не?*

- A) Бириктириу
- B) Жайластырыу
- C) Жабыстырыу
- D) Жупластырыу
- E) Көрсетиу

4. *Өзбекстан Республикасы Илимлер академиясы Қарақалнақстан филиалының «Вестник*

Хабаршысы» журналының биринши саны қашан жарық көрген?

- A) 1960
- B) 1970
- C) 1980
- D) 1990
- E) 2000

5. *«Әмиүдәрья» журналының тийкаргы шөлкемлестириушисин көрсетиң.*

- A) Қ. Р. Жоқарғы Кеңеси
- B) Қ. Р. Билимлендириу министрлиги
- C) Қ. Р. Прокуратурасы
- D) Қ. Р. Жазыушылар аўқамы
- E) Қ. Р. Ден саулықты сақлау министрлиги



ХАЯЛ-ҚЫЗЛАР БАСПАСӨЗИ

Жобасы:

1. Хаял-қызлардың психологиялық өзгешеликleri
2. Хаял-қызлар баспасөзиниң тийкаргы функциялары
3. Хаял-қызлар баспасөзиниң тийкаргы мақсетleri хәм ұазыйпалары
4. Тематикалық мазмуны
5. Безелиуи, жанр хәм стиллик өзшегелиги

Хаял-қызларға арналған баспасөздиң тийкаргы характерли белгилериниң бири оның аудиториясы есапланады. Хаял-қызлар аудиториясы структурасы бойынша көп басқышлы хәм хәр қыйлы бағдарлы есапланады. Онда хәр қыйлы жас топары, қызығыушылығы бойынша топарларға да бөлинеди. Илимпазлардың алып барған илимий изертлеулерине қарағанда

хаял-қызлар баспасөзи аудиториясының 30-35 процентин ер адамлар курайды. Замангөй хаял-қызлар баспасөзи ғалабалық, хәр қыйлы қызығыушылыққа ийе аудитория ушын қолайлы болып келеди.

Хаял-қызлар аудиториясының өзгешелигин түсиндирип бериу ушын социаллық-психологиялық, өзгеше психикаға ийе екенлигин атап өтиу орынлы. Психологлардың мағлыұматларына қарағанда, хаял-қызларда эмпатия сезими басым болады екен яғный қыйналыу, көнлигиушилиқ, ұақыяға оптимистлик көз-қарас пенен қарау тән болып табылады. Ол әдетте бираз басыңқы, стресске тез бериледи, әдилсизликке жаны төзбейди. Соның менен бирге алға умтылыушаң, бейимлесиушең, тез мәмилеге келе алады.

Хаял-қызлар көбирек ишки ойлары, сезимлери менен жасайды. Оларды ақыл-ойдан гөре, көбирек сезимлер бийлейди. «Ерлер анализлеуден, ал хаял-қызлар синтез ислеуден күшли»¹.

Хаял-қызлар басылымлары арасында алып барылған сорау-жууап нәтийжеси психологлардың пикирлерин тастыйықлайды хәм бул портретти жаңа өзгешеликлер менен байытады. Олар, шыдамлы, мийирман, кеуилшек, хәммеге көмеклесиуге таяр, ашық кеуил, мийнеткеш, эмоционал, жумысқа тууры бағдар алғыш, жумыста өзин көрсетиуге таяр болып келеди.

Аудиторияның характеристикасы хәм талаплары, жәмийеттеги социаллық роли, хаял-қызлар баспасөзиниң система жаратыушы белгилериниң бири оның мақсетли бағдары болып табылады.

Кейинги ұақытлары хаял-қызларға арналған басылымлардың типологиясын алымлардан Р.М. Ямпольская, А.В. Жукова, Лу Мими, В.В. Боннер-Семюха хәм басқалар кең түрде изертлеп келмекте. Лекин көпшилиқ алымлар журнал басылымлары менен қызығады.

Р.М. Ямпольская журналларды төмендеги түрлерге бөлип қарайды:

- элитарлық;
- ғалабалық;
- әдебий-көркем-өнер.

Келеми бойынша:

- жиңишке;
- жууан.

¹ Ванчугов В. Женщины в философии. М., 1996. С. 110-113.

● Баспасөз типологиясы ~~~~~ ■ методикалық қолланба

Форматы бойынша:

- үлкен форматтағы журналлар;
- кішкене форматтағы журналлар.

Ол және хаял-қызлар үшін арналған басылымдарды мақсетлі бағдары бойынша да бөліп қарайды:

- социаллық бағдардағы басылымлар;
- инсанның кеуліне жол табыуға арналған басылымлар;
- коммерциялық характердегі, қызықты-информациялық басылымлар;
- проблемалы-информациялық, оқыушыларды ең керекті болған информациялар менен тәминлеуші басылымлар;
- гуманитар-билимлендиру бағдарындағы газета хәм журналлар;
- шаңарақ мәселелеріне арналған басылымлар;
- мода журналлары.

Ал, Лу Мимидің классификациясы негизинен үш критерияны өз ишине алады:

- аудиторияның характері;
- информацияның характері;
- мақсетлі бағдары¹.

А. В. Жукова журналлардың характері бойынша төмендегіше бөледі:

- жұмыс істейтуғын хаял-қызлар үшін;
- аналар үшін;
- заманагөй хаял-қызлар үшін;
- жас шаңарақлар үшін;
- жас қызлар үшін;
- барлық шаңарақ ағзалары үшін².

В. В. Боннер-Смеюха болса төмендегіше бөліп үйренеді:

- социаллық-турмыслық. Бул типтегі басылымларда социаллық машқалалар, хаял-қызлардың жәмийеттегі орны өз сәулеленіуін табады;
- шаңарақты-турмыслық. Бул типтегі басылымлардың тийкарғы мақсетлерінің бири, хаял-қызлардың талабын

¹ Лу Мими. Женская печать: эволюция типологической структуры в условиях реформирования общества: Дис. Канд. Филол. Наук. – М., 1998. С 18.

² Жукова А. В. Женская пресса как фактор социализации личности: Дис. Канд. Филол. Наук. – СПб, 1999. С 35.

● Баспасөз типологиясы ~~~~~ ■ методикалық қолланба

қанаатландырыу, жеке гигиена, психология, балалар тәрбиясы мәселелері өз сәулеленіуін табады.

- элитарлық журналлар. Бундай журналлар сапалы полиграфиялық усылда басылады, иллюстрациялар көп бериледи, дағазалар саны да көп болады;
- әдебий, көркем-өнер журналлары. Бунда көринистен ғөре мазмунға жақсы итибар каратылады¹.

Хаял-қызлар баспасөзінің тийкарғы функциялары төмендегіше: хаял-қызлар хәм хаял-қызлар шөлкемлерінің искерлигине байланыссы жаңалықлардан хабар етиу, олар үшін әхмийетлі болған машқалаларды талкылау хәм көпшиликке алып шығыу, заманагөй хаял образын жаратыу, хаял-қызлардың кең көлемлі талаптарын қанаатландырыу, ой-өрісінің өсиуіне жәрдемлесіу, хаял-қызлардың жәмийетте хәм шаңарақтағы орнын көрсетип беріу, оған психологиялық хәм консультациялық жәрдем беріу, керекті болған укып хәм көнликпелерди ийелеуіне жәрдемлесіу.

Хаял-қызлар баспасөзінің тийкарғы мақсетлерінің бири — жоқары әдеп-икрамлылыққа ийе, рухый жақтан бай, билимлі, ақыллы инсанды қәлиплестируі болып табылады. Усылардан келип шығып төмендегі ұазыйпалар келип шығады — хаял-қызларға билим беріу, оларды тәрбиялау, әдеп-икрамлылығын жетилистируі, ишки дүньясын байытыу болып табылады.

Хаял-қызлар баспасөзі тийкарынан төмендегі функцияларды әмелге асырыуға бағдар алады, информациялық, билиу-үйретиу, тәрбиялық, практика-консультациялық, психологиялық қоллап-қууатлау, рекреатив. Бул функциялар дәуірлер өтиуі менен хаял-қызлардың ролиннің өзгеріуі хәм ғалаба хабар куралларында болған өзгерістер менен өзгеріске ушырап барды. Илимий изертлеу нәтижесінде, бурыңғы аўқам ұақытында хаял-қызлар баспасөзі ұазыйпалары тар көлемде болған хәм тийкарынан олардың профессионаллық хәм шаңарақ ұазыйпаларын орынлауда көмеклескен, практикалық көнликпе, ден саулығын сақлауда көзге тасланған.

Кейингі ұақытларда хаял-қызлардың ден саулығын қорғау хәм оларды психологиялық қоллап-қууатлау тийкарғы бағдар

¹ Боннер-Смеюха В. В. Типологическая характеристика современных российских журналов для женщин // филологический вестник РГУ. 2000. №2.

сыпатында қабыл етилмекте. Мысал үшін, хаял-қызлардың пуқаралық хәм социаллық хуқықларын, абыройын беккемлеу, шаңарақ хәм жәмийетте оған болған қатнасықтың өзгериуі, хаял-қызлардың жәмийетлик пикирлерин хәм рекреатив функциялары тийкарғы орынды ийелемекте.

Тематикалық мазмуны. Хаял-қызлар баспасөзінде тийкарынан әдеп-иқрамлылық, дин, көркем-өнер, психология хәм инсанның руұхый раўажланыуы менен байланыслы болған мәселелер баслы тематикасы болып келген еди. Заманагөй хаял-қызлар баспасөзи тийкарынан, аналық хәм балалықты қорғау, хаял-қызлардың шаңарақтағы орны, оның ден саулығы, психологиялық хәм әдеп-иқрамлылық халаты, хуқық, социаллық жағдайы, материаллық хошеметлениуі, мәмлекетлик экономикалық раўажланыуы хәм мәмлекетти басқарыуда қатнасыуы, пайдалы мәсләхәт хәм практикалық кеңес, руұхый дүньясы, эстетикалық қызығыушылығы темаларын баспасөз бетине алып шықпақта.

Көпшилиқ хаял-қызлар үшін арналған баспасөз өзлерин сиясаттан жырақтамыз деп есапласа да олардың бетлеринде жәмийетте болып атырған ўақыяларға хаял-қызлардың көз-қарасларын өз сәўлелениуін таппақта. Олардың итибарында экономикалық, хуқықый хәм басқада тараўлар турады.

Кейинги ўақытлары хаял-қызлар үшін арналған баспасөзде хаял-қызларға базар қатнасықлары дәўнринде бағдар көрсетиу тематикасы айрықша орынды ийелемекте. Баспасөз бетлеринен өз исбилерменлиги, шаққанлығы, билими менен исбилерменлик тараўында жетискенликке ерисип атырған хаял-қызлар, хуқимет хәм кәрхана басшылары хәққинда да қатар материаллар өз сәўлелениуін табатуғын болды.

Әсиресе, хаял-қызлар баспасөзінде «шаңарақ бетине» үлкен орын берилмекте. Олар балаларды тәрбиялау, шаңарақ ағзаларының психологиялық қарым-қатнасы, ден-саулық, аспазлық рецептлери, үй өспимликлерине күтім беріуіге айрықша орын ажыратылмақта.

Хаял-қызлар үшін арналған заманагөй баспасөзде мода, кийим-кеншек, аяқ-кийим, косметика, шаш түймеклеу өнери хәққинда бир қатар материаллар берип барылады. Косметологлар, визажистлер, сыртқы көриниске итибар беріу бойынша психологтың кеңеслери де бериледи.

Бос ўақытты мазмунлы өткериуіге арналған информациялар хәр қыйлы формаларда өз көринисин табады. Олар спорт, туризм, саяхатқа шығыу хәққинда сөз етеди. Хәр қыйлы мәмлекетлер хәм олардағы көзге көринген орынлар менен таныстырып барады. Соның менен бирге жұлдызлар болжауы да хаял-қызлар баспасөзиниң тийкарғы тематикасынан есапланады.

Хаял-қызлардың өзгеше психологияға ийе екенлигине байланыслы хаял-қызлар баспасөзи өзгеше стилистикадан пайдаланады. Хаял-қызлар баспасөзінде аудитория жақын қарым-қатнаста болыу үшін кеўилден сөйлесиуі өзгеше усыллардан пайдаланыуға туура келеди.

Демек, хаял-қызлар баспасөзінде эмоционаллық, аудитория менен исенимли байланыс жасау усыллары, хаял-қызлардың руұхый-ағартыушылық, турмыслық мәселелери хәққинда дәл сөйлесиуі, олардың практикалық хәм басқада талаптарын қанаатландырыу үшін усыған уқсас усыллардан кең түрде пайдаланылады.

Хаял-қызлар баспасөзінде көбирек журналистлик жанрлардан, интервью, сәўбет, публицистикалық хәм машқалалы мақала, редактор колонкасы, портрет очерки жанлары кең түрде қолланылады. Соның менен бирге проза хәм поэзия элементлеринен де пайдаланылады.

Әсиресе аудитория менен байланыслы жасау үшін эпистоляр жанр қолланылады. Газеталар редакциясына келип түскен хатлар газета бетлеринде жәрияланбаса да актуал мәселелерди алып шығыу, командировкаға шығыу үшін тийкар болып хызмет етеди. Хаял-қызлар баспасөзінде мәсләхәтли информациялар да берип барылады. Психолог, шыпакерлер, дизайнер хәм басқада кәнигелердиң кеңеси хәм консультациялары, сондай-ақ, хәр қыйлы тестлер, анкеталар, ойын формалары хәм юмор, гороскоптарда бул баспасөздиң тийкарғы тематикасынан есапланады.

Бул типтеги газеталар өзгеше безилиуі менен өзгешеленип турады. Олар өзине тартатуғын, лекин әпиуайы дизайнды таңлайды. Көп ғана газеталарда иллюстрациялар бул типтеги журналлардың 60 процентин қурайды. Олар тийкарынан реклама ўазыйпасын атқарып турады.

Жоқарыда айтылғанлардан хаял-қызлар баспасөзиниң типологиялық структурасын кәлиплестириуіге тийкар бола алады:

• Баспасөз типологиясы ~~~~~ ■ методикалық қолланба

Басылымның түрі бойынша төмендегіше бөлінеді:

- журналлар;
- хәптеликлер;
- газеталар;
- дайджестлер;
- бюллетендер;
- хәр қыйлы басылымдардың қосымшалары.

Басылымның формасы бойынша:

- дәстүрий басылым;
- басылымның электрон нұсқасы;
- интернет- басылым.

Аймақтық таралуы бойынша:

- республикалық;
- аймақтық, белгили бир аймақта таралатуғын басылымлар;
- қалалық;
- халықаралық

ТЕМА БОЙЫНША ТАПСЫРМАЛАР:

1. Хаял-қызлар баспасөзінің тийкаргы типологиялық өзгешеликтери қандай?
2. Хаял-қызлар баспасөзінің тийкаргы функциялары қандай?
3. Тематикалық өзгешелиги неде?
4. Стиллик, жанрлық өзгешеликтерин айтып берин.

ТЕСТ СОРАҰЛАРЫ:

1. Илимпазлардың алын барған илимий изертлеулерине караганда хаял-қызлар баспасөзи аудиториясының неше процентин ер адамлар қурайды екен?
A) 10–15
B) 20–25
C) 30–35
D) 50–60
E) 10–20

2. Ерлер анализлеуден, ал хаял-қызлар қандай өзгешеликке ийе?

- A) синтез ислеу
- B) бақлау
- C) салыстырыу
- D) көриу
- E) түсиниу

3. Социаллық машқалалар, хаял-қызлардың жәмийеттеги орнын сәулендирип барыушы басылымлар қандай?

• Баспасөз типологиясы ~~~~~ ■ методикалық қолланба

- A) социаллық-турмыслық C) 5
- B) социаллық-сиясий D) 2
- C) социаллық-экономикалық E) 6
- D) социаллық-әдебий
- E) көркем-әдебий

4. Лу Мимидиң классификациясы тийкарынан неше критерияны өз ишине алады?

- A) 4 D) 5
- B) 3 E) 6

5. Хаял-қызлар баспасөзин формасы бойынша неше түрге бөлип қарауға болады?

- A) 3
- B) 4
- C) 2
- D) 5
- E) 6



ЭКОЛОГИЯЛЫҚ БАСПАСӨЗ

Жобасы:

1. Экологиялық баспасөздің пайда болыуы
2. Экологиялық баспасөздің тийкаргы тематикалық бағдары
3. Экологиялық баспасөздің тийкаргы ұазыйпалары

Бурыңғы аўқам дәуиринде табиятты қорғау, ресурслардан ақылға муўапық пайдаланыу ҳаққындағы мақалалар өткен ХХ әсирдин 70-жыллары баспасөз бетлеринде пайда бола баслады.

Кейинги жылларға келип экологиялық машқалалардың жаңа тематикалары пайда бола баслады. Сол ўақытта пайда болған Чернобыль апатшылығы, Арал теңизиниң қурыуы мәселелери баспасөздин тийкаргы экологиялық тематикасына айланған еди. Экологиялық дискуссияларда баслы айыплы тәреп сыпатында министрликлер менен ведомстволар атап көрсетилген еди. Ал, ғарезсизликтен кейинги жыллары болса жәмийеттеги деградация, инсан факторы тийкаргы орынға шыға баслады.

Мине усы жылларға келип экологиялық мәселелер ҳаққында туўры мағлыұматлардың берилиўин талап ете баслады. Дәстүрий газеталардан орын алып келген экологиялық рубрикалар менен арнаўлы бетлер қәлиплесип үлгерген экологиялық машқалаларды информациялық, терең анализленген материаллар менен бериу

● **Баспасөз типологиясы** ~~~~~ ■ **методикалық қолланба**

кыйынласа баслады. Экологиялық баспасөздің пайда болуына зәрүрлиги пайда болды.

Атап өтетуғын болсақ, өткен ХХ әсирдің тоқсаныншы жыллары Россияда 160 тан аслам газета хәм журналлар басып шығарыла баслады. Лекин айрымлары гейбир себеплер бойынша жумысын тоқтатты.

Биринши Россиядағы экологиялық газета 1990-жылы апрельде «Зеленый мир» атамасы менен жарық көрди. Сол жылдың ноябрь айында «Экологическая газета» шыға баслады, ол Финляндияда басып шығарылды хәм халықаралық статусқа ийе еди.

Газеталар менен тең қатарда орайлық экологиялық журналлар басып шығарыла баслады. Буннан тысқары, 1990-жыллардан баслап қәнигелескен экологиялық басылымлар да пайда болды. Олардың тийкарғы мақсети арнаулы экологиялық машқаланы анализлеу еди. Мәселен, Россияда 1994-жылы «Заповедный Вестник» журналы басып шығарылған болса, оның тийкарғы мақсети тәбийий қорықханалардағы қәлиплескен машқалаларды халыққа көрсетип бериу болды.

Экологиялық баспасөздің тийкарғы тематикалық бағдарларына ийе: сиясий-хуқықый-социаллық, биоэкологиялық, әдеп-икрамлылық, экологиялық қәуипсизлик хәм тағы басқалар.

Сиясий-хуқықый-социаллық бағдарда оқыўшыларда глобаллық машқалалар хәққында түсиник хәм оларды шешийде дүнья мәмлекетлериниң рөли, нызамлар менен жәмийетлик қурылыстың инсан хәм тәбияттың қатнасығына тәсир етиу машқалалары хәққында түсиник қәлиплеседи.

Биоэкологиялық бағдарда оқыўшыларда экология хәм исбилерменликтің бирге жумыс ислеуи, илимпаз хәм халықтың ойында тәбият байлықларының мәмлекеттиң социаллық-экономикалық раўажланыуына елде жәрдеми тийетуғынын түсиндирип барады.

Әдеп-икрамлылық бағдарда тийкарында балалар хәм үлкен жастағы аудиторияға философия, әдепнама, динниң жетискенликлери тийкарында тәрбиялап барады.

Бүгинги күни баспасөз базарында жумыс алып барып атырған экологиялық басылымлардың жумысларын анализлеудің нәтийжесинде олардың тийкарғы ұазыйпалары анықланған еди:

● **Баспасөз типологиясы** ~~~~~ ■ **методикалық қолланба**

Информациялық — экологиялық тараўдағы реал жағдай хәққында информацияны глобаллық масштабта берип барады;

- ағартыўшылық — инсан хәм тәбияттың қарым-қатнасын анық түрде сәўлелендирип барады;
- тәрбиялық — оқыўшыларда тәбиятқа ақыллық пенен қатнас жасау кереклигин түсиндирип барады;
- шөлкемлестириушилик — экологиялық машқалаларды шешийде жәмийет ағзаларын бирлестиреди;
- бақлап-барыушы — хуқимет тәрәпинен қоршаған орталыққа байланыслы шешимлердің орынлауын бақлап барады;

Экологиялық баспасөздің тийкарғы типологиялық бағдары төмендегише:

- таралыу аймағы бойынша: аймақлық, аймақлар аралық (халықаралық);
- информациялық толықтырылыуы бойынша: машқалалы (бир яки бир неше экологиялық машқалаларды сәўлелендирип барады), улыумалық (белгили дәрежеде экологияның барлық тараўларын сәўлелендирип барады);
- информацияны бериуи бойынша: хәмме ушын хәм белгили бир тарау қәнигелери ушын арналған;
- шөлкемлестириушиси бойынша: сиясий партиялар, халықаралық экологиялық шөлкемлер, илимий бирлеспелер тәрәпинен басып шығарылатуғын басылымлар.

Экологиялық журналистика хәм экологиялық баспасөздің тийкарғы бағдарларын, алып баратуғын жумысларын үйрениу бойынша мәселелер алымлар тәрешинен үйренилмеген болса да айрым халықаралық экологиялық шөлкемлер тәрәпинен бул мәселелер хәр тәрәплеме үйренилип киятыр хәм төмендеги тематикалар актуал екенлиги анықланған:

1. «**Экология хәм саламатлық**» темасы. Бүгинги күни бул тема ең актуал темалардың биринен есапланады. Себеби бул тема хәммени қызықтырады. Сол ушын да қоршаған орталықтың жағдайы инсанлардың ден саўлығына тәсир етиуи мәселелери оқыўшыларды жүдә қызықтырады.

2. **Таза хаўа машқаласы.** Ири қалалар менен мегаполислерде хаўаның тазалығы машқаласы ең тийкарғыларынан есапланады.

Үлкен қалаларда автомобиллер санының артып барыуы, ири кәрханалардың қауаны патаслауы, қаланың аймағының үлкейип барыуы машқалалары да оқыушыларды қызықтыратуғын мәселелерден есапланады.

3. Ишимлик сууының тазалығы. Ири санаат кәрханаларының патаслықларды қоршаған орталыққа таслауы, қалаларда сууды тазалаудың нормада алып барылмауының нәтижесінде ишимлик сууының сапасы төменлеп бармақта. Лекин ишимлик сууының тазалығы хаққында көп ғана мақалалар усыныс характеринде берилмекте. Соның менен бирге мағлыұмат беріуши яғный сууда қандай элементлердің қанша мұғдарда екенлигин түсіндирип беріуши мақалаларда экологиялық баспасөздің тийкарғы темаларынан есапланады.

4. Жасыл тереклердің жоқ етилиуі. Бүгинги күни тек ғана ауыллық жерлердеги тоғайзарлықлар менен бирге қалалар этирапындағы жасыл тереклерде қыркылып тасланбақта. Сол ушында экологиялық баспасөз бул темаға айрықша итибар берип келмекте. Себеби, газета оқыушыларын да бул машқалаға өзгеше итибар күшли есапланады.

5. Экологиялық билимлендириуі. Аудиторияның экологиялық билимин жетилистирип барыу машқаласы қәлиплесип үлгерди. Егер халықтың экологиялық билими жетилиссе демек қоршаған орталықты қорғау, оннан ақыллылық пенен пайдаланыу, экологиялық машқалалардың ақыбетин бақалай алыу бүгинги күннің ең әхмийетли мәселелериниң биринен есапланады. Халықтың экологиялық билимин жетилистириуі хәм рауажландырып барыу ғалаба хабар қуралларының да тийкарғы бағдарларының биринен есапланады.

ТЕМА БОЙЫНША ТАПСЫРМАЛАР

1. Экологиялық машқалалардың тийкарғы бағдарлары қандай?
2. Экологиялық баспасөздің пайда болыуына тийкар болған факторлар нелер?
3. Экологиялық баспасөздің қандай тийкарғы тематикалық бағдарлары бар?
4. Экологиялық баспасөздің тийкарғы ұазыйпалары қандай?
5. Экологиялық баспасөздің типологиялық өзгешелиги қандай?

ТЕСТ СОРАУЛАРЫ:

1. Артропоген фактор дегенимиз не?

A) Тәбияттың тийкарғы тәсир етиу факторлары

- B) Тәбияттың инсанға кери тәсир етиуі
- C) Инсанның тәбиятқа шеннен тыс тәсир етиуі
- D) Инсан хәм тәбияттың өз-ара бирлесіуі
- E) Инсанның ақыллылық пенен тәбияттан пайдаланыуы

2. Чернобыль апатшылығының нәтижесінде қоршаған орталыққа қандай қауип тууды?

- A) радиациялық
- B) Химиялық
- C) Экологиялық
- D) пүткил дүнья жүзилик
- E) антропоген

3. Қарақалпақстандағы дәслепки экологиялық басылым?

- A) Экология хәм инсан
- B) Тәбият хабаршысы
- C) Тәбият хәм инсан
- D) Тәбият бақлаушысы
- E) Экология мәселелери

4. Өзбекстанда бир ғана сиясий хәрекет бар ол қандай хәрекет?

- A) Жасыллар хәрекеті
- B) Сиясатшылар хәрекеті
- C) Экологиялық хәрекет

- D) Тәбият хәрекеті
- E) Инсанлар хәрекеті

5. «Аралым — дәртим менің» дәреттеси қайсы автор тәрепинен жазылған?

- A) О. Әбдирахманов
- B) Ө. Өтеулиев
- C) М. Нызанов
- D) А. Өтениязова
- E) П. Реймов

6. Өзбекстанда экологиялық бағдар бойынша журналистлерге берилетугын сыйлық?

- A) Экомедиа
- B) Экожурналистика
- C) Эко ғалаба хабар қуралы
- D) Эко телевидение
- E) Эко тендер

7. «Еркин Қарақалпақстан» газетасында тәбийгый орталық, хайуанатлар дүньясы, экология машқалалары хаққында мақалаларды турақты түрде сәулелендирип баратугын журналист?

- A) О. Әбдирахманов
- B) Ө. Өтеулиев
- C) М. Нызанов
- D) А. Өтениязова
- E) П. Реймов



СИЯСИЙ ПАРТИЯЛАР БАСПАСӨЗИ

Жобасы:

1. Сиясий партиялар баспасөзинің типологиялық өзгешелигі
2. «Ўзбекистон овози» газетасының типологиялық өзгешелигі
3. «Миллий тикланиш» газетасының типологиялық өзгешелигі
4. «XXI аср» газетасының типологиялық өзгешелигі

Бүгінгі күни сиясий партиялар мәмлекетимиз сиясатының тийкаргы буўынларының бири болып табылады. Усы көз-қарастан алып қарайтуғын болсақ, сиясий партиялар тәрепинен басып шығарылып атырған басылымлар да жәмийетте өз орнына, салмағына ийе болып бармақта. Соның менен бирге, сиясий партияларды баспасөз базарында өз алдына сегмент сыпатында да атап өтиўге болады. Яғный типологиялық өзгешеликке ийе. Сиясий партиялардың баспасөз типологиясы системасында қандай орында турады хәм оның қандай өзгешеликтери бар екенлиги ҳаққында бир қатар илимпазлар өз пикирлерин ортаға таслайды.

Илимпаз А. А. Грабельников бул ҳаққында мына пикирди билдиреди: «Партия баспасөзи ишки хәм сыртқы мақсетлерге хызмет етиўи керек. Бир тәрептен ишки пикир алмасыў яғный мораллық-психологиялық орталықта, ишки келисимге келиў, хәрекетлерди келисип алыў ушын әхмийетли. Екиншиден, партия бағдарламасын үгит-нәсиятлап барыў, басқа партиялар менен гүресте партия бағытын үстин алып шығыў, сиясий тәрепдарларды тартыў». Ал, Л. Л. Реснянская былай атап өтеди: «партияның мақсетли бағдары белгили бир сиясий шөлкемлердиң ағзалары ушын коммуникация ўазыйпасын атқарады».

Сиясий партиялар баспасөзинің функциясы басқа ғалаба хабар қураллары ушын тән болған функциялардан өзгешеликке ийе. Сиясий партиялардың функционаллық өзгешелиги ҳаққындағы қарасларды профессор З.М. Зотованың мийнетлеринде де ушыратыўға болады. Ол партиялар төмендеги функцияларды әмелге асырады деп атап өтеди:

- пуқаралардың сиясий өмирде қатнасыўын тәмийнлеў, халықтың стихиялы жәмийетлик-сиясий белсендилигин бақлап барылатуғын институционал формасы менен алмастырады;

- жәмийетлик пикирди қәлиплестиреди, хәдийселерди болжаў хәм өзгерислерди бақлаўға жәрдемлеседи;
- пуқаралардың сиясий мәденияты хәм сиясий билимин қәлиплестириўге көмеклеседи.

Бүгінгі күни Өзбекистан Республикасында төрт сиясий партия хәм бир хәрекет бар. Төрт партия да өз басылымларына ийе. Олар төмендегише:

1. Өзбекистан халық демократиялық партиясы. Басылымы — «Ўзбекистон овози», «Голос Узбекистана» газеталары хәм «Мулоқот» журналы.

2. Өзбекистан — «Әдалат» социаллық-демократиялық партиясы. Басылымы — «Адолат» газетасы.

3. Өзбекистан — «Миллий тикланиш» демократиялық партиясы. Басылымы — «Миллий тикланиш» газетасы.

4. Исбилерменлер хәрекеті — Өзбекистан либерал-демократиялық партиясы. Басылымы — «XXI аср» газетасы.

«Ўзбекистон овози» газетасының биринши саны 1918-жылы 21-июньда шыға баслады. Газета хәптесине үш мәртебе А-2 форматында жарық көреді. Ураны — «Шу азиз Ватан — барчамизники!». Газета интернетте өз электрон мәнзиліне ийе - <http://uzbekistonovozi.uz/>. Сайт арқалы газетада басып шығарылған ең соңғы жаңалықлар, партия тәрепинен алып барылып атырған жұмыслар менен танысыў имканияты бар.

Газета бир нешше жыллық тарийхқа ийе. Сол себепли де материалларды жайластырыў принципине садық қалған ҳалда жұмыс алып бармақта. Биринши бетинде тийкарынан республикамыз сиясий турмысында болып атырған жаңалықлар менен бирге хәкиметимиз тәрепинен қабыл етилген нызам хәм қарарлар, партия белсендилери тәрепинен орынларда алып барылып атырған илажлар өз сәўлелениўин таўып отырады.



Кейинги бетлерінде болса, партия турмысына байланысly жаңалықлар менен аналитикалық мақалалар жәрияланып барады. Тийкаргы рубрикалары: «Муносабат», «Маънавий мерос», «Президент қарори», «Хаёт ҳақиқатлари», «Эътироф ва сарҳисоб» ҳам тағы басқалар.

«Адолат» социаллық-демократиялық партиясының «Адолат» газетасы да бүгинги күни партия ағзалары менен кең жәмийетшиликке таныс болып баратырған газеталардың биринен есапланады. Ураны: «Инсон манфаатлари — олий кадрият».



Өзбекстан — «Миллий тикланиш» демократиялық партиясы. Басылымы — «Миллий тикланиш» газетасы. Газета 2008-жыл 30-октябрьден баслап шыға баслады. Ураны: «Ватан туйғуси ҳар нарсадан устун». Форматы: А-2. Газета дизайны өзгеше көринисте бериледи, биринши ҳам сегизинши бетлери реңли етип безеледи. Интернеттеги сайты: www.mt.uz. Газета бетлеринде партияның искерлиги кең сәўлелендириледи. Әсиресе, республикамыз областлары менен Қарақалпақстан Республикасы ҳам Ташкент қаласындағы партия шөлкеми Кеңеси тәрепинен электорат менен ушырасыў алып барып атырғаны, мәмлекетимизде қабыл етилген әхмийетли қарарлар менен ызамлардың жәмийетшилик тәрепинен қалай қабыл етилип атырғаны итибарға алынып барады. Буннан тысқары, газетаның ҳәр бир бетине атама қойылады. Мәселен, «Сиёсат», «Партия ҳаёти», «2017 йил — Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили», «Партия гуруҳларида», «Нигох», «Жараён», «Кўзгу». Әсиресе, газетаның еккинши бетинде турақлы түрде берип барылатуғын «Хроника» рубрикасы астында областларда жайласқан партия шөлкемлери тәрепинен әмелге асырылған илажларға қысқаша тоқталып өтиледи. «Мунособат»

атамасындағы бетте болса, ҳүкиметимиз тәрепинен қабыл етилген ызам ҳүжжетлерине пикирлер анализленген ҳалда берип барылады. Буннан тысқары, газетаның 7-бетинде үзликсиз рәўиште дүнья мәмлекетлериниң парламентлериниң жұмыс процесин менен таныстырылады. Газетаның бир жыллық тигиндисин көзден өткергенимизде, тийкарынан газетада партия бағдарламасын түсиндирип берийши аналитикалық мақалалар, депутатлар топарларының аймақларда электорат пенен ушырасыўы берип барылғанын көрийге болады.

Исбилерменлер ҳәрекетин — Өзбекстан либерал-демократиялық партиясы. Басылымы — «XXI аср» газетасы.

Мәмлекетимиздеги ең жас партиялардың бири есапланады. Өзбекстан либерал-демократиялық партиясы өз этирапына өз пуқаралық позициясына ийе исбилерменлерди бирлестирген. Партияның «XXI аср» газетасы 2004-жылы 1-январьдан баслап шыға баслады. Ураны: «Ишбилармон, мардлик ва шижоат соҳиби, азми қаътий, тадбиркор ва ҳушёр бир киши минг-минглаб, лоқайд кишилардан яхшидир». Газета ҳәптесине бир мәртебе А-2 форматында ҳәптениң пийшемби күнлери басып шығарылады. Газетаның биринши бетинде тийкарынан мәмлекетимиз сиясатының тийкаргы бағдарлары менен сиясий саладағы жаңалықлар жарық көреди. Тийкаргы рубрикасы: «Жамият», «Жараён», «Партия ҳаёти», «Имконият», «Фаолият», «Моҳият», «Фармон ва шарҳ». Мине усы бетлерге итибар қарататуғын болсақ, мысал ушын, «Жараён» бетинде мәмлекет сиясатын белгилеп берийши ызам ҳүжжетлери менен қарарларына партия фракциясының ағзаларының усы ызам ҳүжжетлерине пикирлери авторлардың сүүретлери менен берип барылады. «Партия ҳаёти» бетинде болса, партия белсендилери тәрепинен шөлкемлестирилген илажлардың партия өмириндеги әхмийетине итибар берип барылады. Быйылғы жылдан баслап газетада берип барылып атырған «2017 — Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили» атамасындағы бетте, республикамыз аймақларындағы партия ағзаларының халық пенен ашықтан-ашық қатнасықта болған процесслери сәўлелендирип барылады.

ТЕМА БОЙЫНША ТАПСЫРМАЛАР

1. Сиясий партиялар жәмийетте қандай ўазыйпаны атқарады?
2. Сиясий партия баспасөзиниң тийкаргы функциялары қандай?

3. Өзбекстанда қандай сиясий партиялар бар хәм олардың тийкаргы жұмыс ислеу бағдарлары қандай?

4. «XXI аср» газетасының тийкаргы тематикасы қандай?

5. «Миллий тикланиш» газетасының тематикасы, жанрлық өзгешеликлерин айтып берин.

ТЕСТ СОРАҰЛАРЫ

1. «*Партияның мақсетли бағдары белгили бир сиясий шолкемлердиң азгалары ушын коммуникация ұазыйнасын атқарады*» деген пикирди билдирген алым?

- A) А. А. Грабельников
- B) Л. Л. Реснянская
- C) З. М. Зотова
- D) А. А. Тертычный
- E) Е. Прохоров

2. *Өзбекстанда неше партия өз басылымына ийе?*

- A) 4
- B) 3
- C) 5
- D) 2
- E) 1

3. «*Мулоқот*» журналы қайсы партияның басылымы?

- A) Адолат
- B) Миллий тикланиш
- C) ХДП
- D) ҰзЛиДеП
- E) Экологиялық хәрекет

4. *Исбилерменлер хәрекети — Өзбекстан либерал-демократиялық партиясының басылымын көрсетиң.*

- A) Миллий тикланиш
- B) XXI аср
- C) Ұзбекистон овози
- D) Мулоқат
- E) Адолат

5. «*Шу азиз Ватан — барчамизники!*» - қайсы газетаның ураны?

- A) Миллий тикланиш
- B) XXI аср
- C) Ұзбекистон овози
- D) Мулоқат
- E) Адолат

6. *www. mt. uz қайсы газетаның сайты?*

- A) Миллий тикланиш
- B) XXI аср
- C) Ұзбекистон овози
- D) Мулоқат
- E) Адолат



ГЛОССАРИЙ

Таяныш түсиник	Инглис тилиндеги атамасы	Тәрнплеу
Сиясий партия	Political party	Бул белгили бир тураклы курылысқа ийе өзиниң тәрнпдарларының сиясий талапларын билдирип отетуғын гәрезсиз жәмийетлик шөлкем.
Типология	Typology	Типология — системалы объекттиң илимий билиу методды, ол идеалластырылған модел жәрдемінде бирлестириледди (В. Ворошилов).
Баспасөз	Press	Баспа өнимлериниң жәмийет өмиринде әхмийетли орын ийелеуши бир бөлими. Бул атама улыуға ғалаба хабар курааллары сыпатында ислетилиуи де мүмкин.
Ғалаба хабар курааллары	The mass media	Басып шығарылатуғын хәм эфир хәм басқа арнаулы каналлар арқалы халыққа тарқатылатуғын жаңалықларды берип барыушы каналлар системасы. Ғалаба хабар курааллары — газеталар, журналлар, радиоеситтириулер, телекөрсетиулер, хабар

		агентликтери, интернет, кітап баспасынан куралған.
Баспасөз функциясы	The function of the press	Ғалаба хабар куралларының функциясы оның атқаратуғын хызметі хәм мақсетлери болып табылады.
Журналистика	Journalism	Бул атама үш мазмунда — ҒХҚ лардың жыйындысы, кәсип хәм пән мәнислеринде қолланылады.
Жәмийетлик пикир	Public opinion	Хәр қыйлы жәмийетлик топарлардың белгили бир ўақыя хәм хәдийсеге болған пикири.
Сиясий мәденият	Political culture	Улыўма мәденияттың бир бөлими. Оның ишине тарийхый тәжирийбе, социаллық хәм сиясий ўақыялар хәқкында қарас киреди.
Исбилерменлик басылымлар	Business press	Олардың тийкарғы мақсети аудиторияның талабын қанаатландырыў арқалы пайда алыў. Олар еки типке бөлинеди, туўры-ғалабалық яки сары басылымлар. Биринши топардағы басылымлар, булар исбилерменлер, саўда-сатық саласы хызметкерлери ушын мөлшерленген басылымлар. Бул типтеги

		газеталардың үлкен бөлимин саўда-сатық тараўындағы өзгерислер, товарлар хәқкындағы рекламалар жәрияланып барады.
Күнделикли баспасөз	Daily	Хәр күни басып шығарылатуғын газеталар.
Рекреатив функция	Recreatio function	Дема алыс, бос ўақытты мазмунлы өткерий менен байланыслы функция.
Билимлендириў функциясы	Educational function	Газета оқыўшыларына билим, көнликпе бериўши функция.
Жаслар баспасөзи	Youth press	Бул типтеги газеталар тийкарынан жаслар аудиториясына бағдар алады.
Сары баспасөз	Yellow press	«Сары баспасөз» термини АҚШ та мәмлекеттиң ең ири газета бизнеси монополистлери Дж. Пулитцер хәм У. Р. Херсттиң бир-бири менен гүресип атырган дәўиринде пайда болды. 1896-жылы «New York Press» газетасының редакторы Э. Уордмэн бәсекилес болған басылымларды «сары» деп атап өтеди.

		Дәслеп «сары баспасөз» деп өз бетлерінде комикслерди жәриялап баратуғын газеталар нәзерде тутылған.
Сенсация	Sensatio	Ҳәммени толғандыратуғын хәм хайран қалдыратуғын ұақыя, жаңалық.
Журнал	Journal	«Журнал» термини француз тилиндеги journal сөзинен алынған. Оның мәниси күнделик, яғный бул атама дәслепки француз тилинде шыққан газеталарға қарап айтылған.
Коллаж	Coller	Көркем-өнердеги техникалық усыл. Графикалық хәм живописке қандайда бир өзгеше предмет яки материалдың жабыстырылыуы.
Синтез	Synthesis	Алдын дара болған түсиниклердиң бир түсиник сыпатында қабыл етилиуи, бириғиуи.
Дайджест	Digest	Белгили бир ұақыт ишинде жәрияланған газета материалларының қысқаша аннотациясы, тийкарғы мазмуны. Жаңалық пенен танысыуы ушын қолайлы формат.

Экология	Ecology	Экология — жай (илим). Жанлы организмлердиң қоршаған орталық пенен қатнасын үйрениуи илим.
Антропоген фактор	Anthropos factor	Инсанның хәр қыйлы көринислерде қоршаған әтирап, табиатқа тәсир етиуи.
Медиа	Media	«Медиа» сөзи латын тилиндеги көплик medium сөзинен алынған хәм «орта, аралық, аралықтағы» дегенди билдиреди. Заманагөй көринисте бир неше мәниске ийе. Бириншиден, медиа сөзи галаба хабар қуралларын, газета, телевидение, радио, хабар агентлиги, интернетти аңлатады. Екиншиден, оннан медиаконенетти — жаңалықлар, рекламалар, электрон ойынлар хәм фильмлерди белгилеу ушын пайдаланылады.
Журналистика социаллық институт	Journalism is as social institute	Журналистика арнаулы социаллық институт, хәр қыйлы шөлкемлер системасы. Булар — газета, журнал, баспалар, китап басып шығарыушы редакциялар, телерадио, хұжетли кино ислеп шығарыушы мәкемелер, агентликлер, баспасөз

	<p>орайлары хәм тағы басқалар.</p> <p>Алым Е. Прохоров былай дейди: журналистика социаллық институт сыпатында басқарыуы жумысын әмелге асырады, атап өтетуғын болсақ, ол хабар етеди, белгили бир бағдарға бағдарлайды, хабар менен тәмийнлейди.</p>
<p>Шөлкемлестириуши</p>	<p>Founder</p> <p>Газета хәм журнал кәрханаларын, телерадиокомпанияларды, агентликлерди, баспасөз хызметин, баспаларды шөлкемлестириуши мәмлекетлик хәм жәмийетлик шөлкемлер, ассоциациялар, пукаралардың бир топары хәм жеке инсанар, ғалаба хабар қуралларын ислеу хәм тарқатыуға басшылық ете алады.</p> <p>Шөлкемлестириушиниң искерлиги ызамшылық пенен белгилеп қойылады. Өзбекстанда ғалаба хабар қураллары шөлкемлестириушилериниң жумыслары Өзбекстан Республикасы “Ғалаба хабар қураллары хаққындағы” ызам менен тәртипке салынады.</p>

ЖУЎМАҚ

Өзбекстан журналистикасында үлкен топардағы кәнигелескен газеталардың жумыс алып барып атырғаны Европа илимпазлары ушын феномен есапланады. Себеби, Европа баспасөзи ушын кәнигелескен баспасөз тек ғана журналлар ушын тән деп есапланады. Лекин, Өзбекстан журналистикасында кәнигелескен баспасөз газетада да, журналларда да көзге тасланады.

Жуўмақлау белиминде соны атап өтиуимиз керек, газеталардың аудиторияның демографиялық белгилери бойынша кәнигелесиуи туракты хәм XX әсирдиң ақыры хәм XXI әсир басыуда тез пәт пенен раўажлана баслады. Аудиторияның демографиялық белгилери тийкарында кәнигелесиуи дегенимизде газеталардың жәмийетте жасап атырған адамлардың жас өзгешелиги бойынша кызығыушылығын есапқа алып, өзиниң информациялық сиясатын белгилеуи нәтийжесинде раўажланып кетти. Мәселен, балалар хәм жас өспиримлер хәм жасларға арналған баспасөзди атап өтсек болады. Балалар баспасөзи қыйын комплексли система. Бул баспасөзде балалардың жас өзгешелиги менен бирге, психологиялық өзгешелиги, өзине тән талаптары да есапқа алынады. Солай екен, балалар баспасөзи балаларға жол көрсетиуши, белгили көнликпелерди қалипестириуши больуи менен бирге олардың хақыйкый теңлеси, қоллап-қуўатлаушысы, достысы болыуы да керек. Балалар баспасөзиниң функциялары, типологиялық өзгешеликлерин тийисли бөлимде атап өткен едик. Өзбекстанда басып шығарылып атырған балаларға арналған баспасөзде де бул бағдарлар көзге тасланып барылмақта. Республикамызда басып шығарылатуғын «Жеткиншек» газетасы да балалардың талғамы тийкарында тематикалық бағдарды таңлап алғанығын газетаның кейинги жылларда жарық көрген санлары дәлиллеп бермекте.

Жаслар баспасөзи де балалар баспасөзине тематикалық, информациялық толықтырылыуы, безелиуи жағынан жақын болғаны менен өзине тән өзгешеликлерине де ийе. Себеби, жаслар балалар киби толық түрде ата-ана қарамағында болмайды. Жаслар өз машқалаларын өзлери шешиуге хәрекет етеди, турмыста өз орнын табыудың хәрекетинде болады. Сол ушын да жаслар баспасөзи жаслар еркин өмирде жол табыуы ушын жол көрсетиуши, кеңесгөй (өз теңлесиндей) сыпатында жумыс алып барыуы лазым.

Және демографиялық топар сыпатында ҳаял-қызларды атап өтиуимизге болады. Китабымыздың тийисли бөлимінде ҳаял-қызлар психологиясына тән болған өзгешеликлерге де тоқтап өттик. Солай болса да, бул баспасөздиң типологиялық өзгешеликлерине итибар қаратып өтейик. Ҳаял-қызларымыз көбирек ишки ойлары, сезимлери

менен жасайды. Оларды ақыл-ойдан гөре, сезімлер бийлеп алады. Буннан тысқары хаял-қызларымыз өзінің сыртқы көринисине, бос ұақытынан унамлы пайдаланыуды мақул көреді. Усы өзгешеліктер хаял-қызлар баспасөзінде итибарға алыныуы керек. Өзбекстан көлемінде тек ғана хаял-қызлар ушын арналған тематиканы сәулелендіретуғын баспасөздің саны аз болса да, олардың саны кем-кемнен көбейіп бармақта. Мысал сыпатында, «Бекажон» газетасын атап өтиўимизге болады. Газетада улыўмалық характердеги жаңалықлар, хаял-қызлардың турмысындағы болып өткен ұақыялардың сәулелениўи менен бирге олардың қызығыўшылығы есапқа алынып хаял-қызларымыздың бос ұақытларында еркин шуғылланыуды жақсы көретуғын хоббилери менен өнерлеринен көринислер де берип барылатуғын болды.

Журнал баспасөзи де қәнигелескен баспасөз системасында өз алдына тип сыпатында атап өтиледі. Неге дегенде кейинги жыллары журналлар басқа ғалаба хабар қураллары менен бәсекилесіўи ушын аудиторияның талаплары хәм қызығыўшылығы тийкарында қәнигелесіўге мәжбүр болмақта.

Сиясий партиялар баспасөзи де мәмлкетимизде демократиялық системаның толығы менен өз нәтижесин берип атырғаннан кейин раўажлана баслады. Себеби, сиясий партиялар өз қатарын көбейтиў, партияның алға қойып атырған мақсетлерин кең халық арасында кең жайдырыў ушын баспасөз ғалаба хабар қуралларының имканиятларынан пайдаланыуды мақул көрди. Бүгинги күни бул бағдардағы баспасөз де өз ықласбентлерин толық түрде таўып алды.

Экологиялық баспасөз де қәнигелескен баспасөздің бир бөлиминде айланды. Буның баслы себеплериниң бири инсанның тәбияттан аяўсыз пайдаланыўының нәтижесинде жер жүзинде бир нешше экологиялық машқалалар пайда болды. Бул машқалаларды басқа типтеги баспасөз толығы менен ашып бермейди, тек ғана үстиргин шолып өтеди. Сол экологиялық баспасөздің өз алдына тип сыпатында раўажланыўына тийкар, орталық пайда болды.

Жуўмақлап айтатуғын болсақ, ғалаба хабар қураллары тараўындағы қәнигелесіў процессин үйренер екенбиз, бул тараўда еле де алдымызда бир қатар орынланыўы тийис жумыслар бар екенин көриўге болады. Мәселен, ҳуқықый, медицина, спорт хәм басқада тараўларға арналған басылымлар. Биз кейинги жумысымызда усы тараўдағы баслымларды да терең үйрениўди алдымызға мақсет етип қойдык. Қулласы, қәнигелескен баспасөз ғалаба хабар қураллары системасында хәм жәмийетте өз орнына ийе.



ӘДЕБИЯТЛАР ДИЗИМИ

1. Бородина О.Е. Студенческие СМИ как способ реализации и развития внутреннего потенциала молодежи // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2009. № 2.
2. Боннер-Смеюха В. В. Топологическая характеристика современных российских журналов для женщин // филологический вестник РГУ. 2000. №2.
3. Ванчугов В. Женщины в философии. М. , 1996.
4. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М. : Аспект-Пресс, 2003.
5. Вартанова Е. Современная медиа-структура // СМИ постсоветской России. М. , 2002.
6. Гайдамак Д. А. PR-сопровождение молодёжных СМИ Санкт-Петербург: теоретико-методологические основы исследования // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2010. Т. 85. № 6–2.
7. Ганичев В. Н. Молодежная печать. История, теория, практика. М., 1976.
8. Гневашева Е. Г. Молодежная пресса имолодежная аудитория. // История языкознания, литературоведения и журналистики как основа современного филологического знания / Материалы международной научной конференции (Ростов-на Дону — Адлер, 6-12 сентября.) Вып. 1 [Актуальные проблемы журналистики]. Ростов-на-Дону, 2013.
9. Грабельников А. А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества. М. , 2001.
10. Грабельников А. А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий : Итоги и перспективы / А. А. Грабельников. — М. : РИП-холдинг, 2001.
11. Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра. (учебное пособие для вузов) М. : Аспект-пресс, 2004.

12. Журналистика: краткий словарь / Б. Н. Лозовский. - Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2004.
13. Жукова А. В. Женская пресса как фактор социализации личности: Дис. Канд. Филол. Наук. — СПб, 1999.
14. Корнилов Е. А. Журналистика на рубеже тысячелетий. Ростов н/д, 1999.
15. Корконосенко С. Г. Основы журналистики. М. : Аспект Пресс, 2001.
16. Корконосенко С. Основы теории журналистики. СПб. , 1995.
17. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. — М. , 2000.
18. Маматова Я. М. Периодическая печать Узбекистана: трансформация системы, тенденции и проблемы функционирования (на материалах за 1991 - 2010 г. г.). Автореф. дисс. . . . докт. ист. наук. - Т. : НУУз, 2011.
19. Лу Мими. Женская печать: эволюция типологической структуры в условиях реформирования общества: Дис. Канд. Филол. Наук. — М., 1998.
20. Сазонов Е. А. «Желтая» пресса в контексте развития печати XX века: Социокультурный аспект»: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж: Изд-во Воронеж. гос. ун-та, 2004.
21. Тулупов В. В. Дизайн и реклама в системе маркетинга российской газеты / В. В. Тулупов. — Воронеж, 2000. — С. 47-48.
22. Тулупов В. В. Оформление молодежной газеты. Теория и практика (на материале областных газета РСФСР). Авт. Дис. ... канд. Филол. Наук. М. , 1982.
23. Типология периодической печати : Учеб. пособие для студентов вузов / М. Аникина, В. В. Баранов, О. А. Воронова и др. ; Под ред. М. В. Шкондина, Л. Л. Реснянской. — М. : Аспект Пресс, 2009.
24. Типология газетножурнальной периодики // Вестн. Моск. уннта. Сер. 10. Журналистика. 2003. № 2.
25. Типология периодических изданий. РостовнааДону, 1983.

26. Типология периодической печати / Под ред. Я. Н. Засурского М. , 1995. 28. Реснянская Л. Общероссийские газетные издания // Вестник МГУ. Сер. Журналистика. 2000. № 4.
27. Руденко И. Детская пресса России на современном этапе. М. , 1996.
28. Шкондин М. В. Организация средств массовой информации и пропаганды / М. В. Шкондин. — М. , 1985.
29. Шкондин М. В. Системная типологическая модель СМИ. М. , 2002. 30. Чуков П. И. Специализированная печать как тип издания. Авт. Дис. ... канд. Филол. Наук. М. , 2004.



МАЗМУНЫ

Кирисиў.....	3
Баспасөз типологиясы.....	6
Қәнигелескен баспасөзди үйрениўдиң типологиялық анализ методды.....	12
Қәнигелескен баспасөз функциялары хәм информациялы- коммерциялық басылымлар.....	18
Балалар хәм жас өспиримлер баспасөзи.....	23
Жаслар ушын арналған баспасөз.....	29
«Сары баспасөз»диң тийкарғы өзгешеликлери.....	36
Журналлардың ғалаба хабар қураллары системасындағы орны.....	40
Журнал баспасөзиниң аудитория менен байланыс орнатыў өзгешеликлери.....	45
Ҷаял-қызлар баспасөзи.....	50
Экологиялық баспасөз.....	57
Сиясий партиялар баспасөзи.....	62
Глоссарий.....	68
Жуўмақ.....	74
Әдебиятлар дизими	76



БЕЛГИЛЕР УШЫН

Blank lined area for notes or additional information.

A89
ББК 76.0
УДК 007

Атажанов Х.А., Марзияев Ж.К., Қиличов Н.Р. Баспасөз типологиясы,
Тошкент: «Navoiy universiteti» нашриёт-матбаа уйи. 2018 йил. 80 бет.

Илмий-оммабоп нашр

Х. А. АТАЖАНОВ, Ж. К. МАРЗИЯЕВ, Н. Р. ҚИЛИЧОВ
БАСПАСӨЗ ТИПОЛОГИЯСЫ
2018-yil

Нашриёт директори: Тўлқин Тоғаев
Муҳаррир: Мардон Раҳматов
Техник муҳаррир: Улуғ БЕК
Мусахҳих: Шоира Сайдуллаева

Litsenziya raqami: AI 310. 2017-yil 24 noyabr sanasida berilgan.

Босишга 2018 йил 4 май санасида рухсат этилди.
Бичими: 60x84 ¹/₁₆, 8,0 шаргли босма табағи,
7,9 нашриёт ҳисоб табағи. 03-сонли буюртма.
Адади: 100 нусха.

ISBN 978-9943-5231-1-1

Оригинал макет «NAVOIY UNIVERSITETI» нашриёт-матбаа
уйида тайёрланди ва «RELLABLE PRINT» МЧЖнинг
матбаа бўлимида офсет усулида чоп этилди.

Нашриёт манзили: Тошкент шаҳри, Юсуф Хос Ҳожиб кўчаси 103-уй.
Тел.: +998 (94) 639-0344; (97) 344-0241; (97) 701-5401.
Web: navoiy-uni.uz E-mail: navoiyuniversiteti@mail.ru