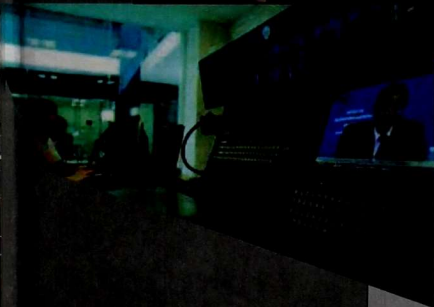


Мыктыбек Арстанбек

# МЕНИ ТАНДАГАН КЕСИП



KTRK



УДК 0 70  
ББК 76.12  
А 85

*Басмага Махмуд Каизгарий-Барсканий атындагы чыгыш  
университетинин окуу методикалык кеӱеши тарабынан сунушталды*

**Рецензенттер:** КР Эл артисти М. Мамбетакунов,

КР Эл артисти Т. Жаманбаева

**Редакторлору:** Абды Шерматов

**Дизайнерлери:** Самат Сулайманов

Кубанычбек Кабилов

### **Арстанбек Мыктыбек.**

А 85

Мени тандаган кесип: Телевизиондук журналистиканын  
алиппеси. – «Полиграфбумресурсы». Б., 2017. – 216 б.

ISBN 978-9967-9048-5-9

Аталган китеп Кыргыз телевизиондук журналистикасынын бүгүнкү  
реалдуулугуна ыктап түзүлгөн жана аракеттеги журналисттерге, билим  
алып жаткандарга жана окурмандардын кенен чөйрөсүнө багытталат.

А 4502020000–17

УДК 0 70  
ББК 76.12

ISBN 978-9967-9048-5-9

© Арстанбек Мыктыбек., 2017

© КР Билим берүү жана илим министрлиги, 2017





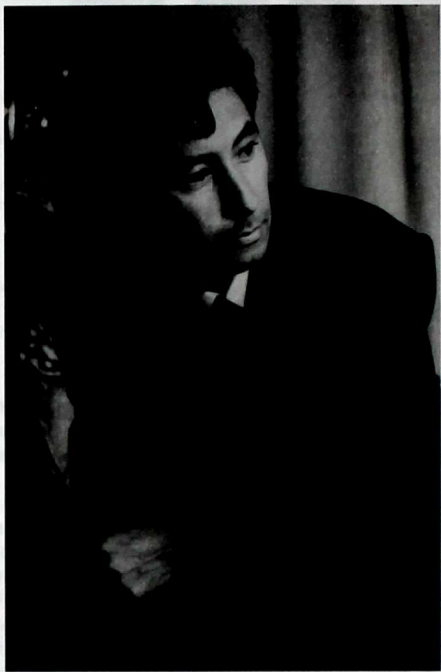
## **Мыктыбек Арстанбектин**

**«Мени тандаган кесип» аттуу китебине**

### **ПИКИР**

Жогорку окуу жайларынын студенттери жана баштоочу журналисттер үчүн М.Арстанбектин «Телевизиондук журналистиканын алиппеси» аттуу китеби бүгүнкү күндөгү телевидениеде иштей турган журналисттерге багыт берүүчү бирден бир курал деп эсептесек болот. Өзгөчө «Телевидение жана негизги жанрлар», «Телевизиондук чыгармачылыктын көркөм каражаттары» деген бөлүмдөр өндүрүш менен теорияны айкалыштырууга мүмкүндүк берет. Ал эми көңүл ачуу жана билим берүү программаларынын өндүрүштүк этаптары жөнөкөй, түшүнүктүү тил менен жазылган. Автор телекөрсөтүүнүн сценарийин жазуу, аны уюштуруу, съемкага чейинки даярдык, тасмага түшүрүү учуру, монтаж, эфирге чыгаруу сыяктуу учурлар так жана графикалык сүрөттөлүштөрдүн коштоосу менен берилип, бат кабыл алууга өбөлгө түзөт. Менин оюмча буга чейин кыргыз тилинде мындай китеп болбогондуктан, муну кубануу жана кызыгуу менен кабылдадым. Жогорку окуу жайлардын башталгыч курстары үчүн бул окуу китеп болуп бере алат.

**Кыргыз Республикасынын Эл артисти,  
профессор Бейшенбек Мамбетбакунов**



1989-ж.

*K. Saifur*

## АЛГЫ СӨЗ

### Кадырлуу досум!

Сиз эң сонун кесипти тандадыңыз. Чындыгында башкалардан өзгөчөлөнүп, журналистикада бирде жөө жүрсөнүз, бирде президенттердин учагында учасыз. Бирде деңиз тереңине чумкусаңыз, бирде асман тиреген тоолордун чокусуна көтөрүлөсүз. Кээде ачкасыз, а кээде ток, төрдө отурасыз. Өзгөчө кырдаалдардан биринчи болуп сиз кабар бересиз, көп өтпөй түбөлүк муз үстүндө отко какталсаңыз, эртеси эле дүйнөлүк океандын толкуну менен жарышасыз. Кээде согуш түтүнүнө кептелсеңиз, кээде жылдыздар менен жанасыз. Иши кылып, сан жеткис, миң түркүн адамдар менен жолугушуп, түшүнүзгө кирбеген жерлерди кыдырып, катардагы адамдын кыялы жетпеген кубулуштарга күбө болосуз. Ошол эле учурда журналистика сизге коомду маалымат менен тейлөөнү гана эмес, өзүңүзгө жашооңузду жана аны камсыз кылып турган чөйрөңүздү да үйрөтөт. Үйрөтүп гана калбастан, сизди, сиздин дүйнө таанымыңызды башкаларга үлгү да кылат. Албетте, сиз чыныгы журналист боло алсаңыз. Ооба, мен сизди «микрофон кармагыч», «интервью алгыч» же «кагаз жазгыч» болсоңуз деген жокмун, а чыныгы журналист болсоңуз дегеним.

Журналисттин куралы – анын сөзү. Ооба, жазуучу да сөз менен куралданган. Бирок ал сөз менен ойдон чыгарган окуяны сүрөттөйт. Же болгон окуяны ойдон чыгарылган образдар менен байланыштырып, жуурулуштурат. Ал эми журналист жазуучудан айырмаланып, ай күндүн жарыгын чагылдыргандай эле журналист реалдуулукту гана сүрөттөп, окуяны гана чагылдырат.

Кайсы гана окуя болбосун, ага алгач журналист күбө болуп, алгачкы сезимди өзү аркылуу өткөрөт. Согуш майданындагы жоокердин жанында турган, митингде таш бараңга алынган, көчкүдө кар астында калган, бандиттерден таяк жеген да журналист. Ошондуктан бул кесип өтө кооптуу да, ал тургай жооптуу да.

Ар бир иш максатка жараша жүзөгө ашат. Өзгөчө, журналистикада алдыга коюлган максат анык жана так болуусу шарт.

Мен кесиптик практикада жаштар менен көп иштедим. “Эмнеге журналистиканы тандап алдың?” – деген суроого алардын дээрлик көпчүлүгү “бала кезинен кыялданганын” айтса, кээ бирлери “адамдарга жакшылык кылууну”, “Кыргызстанды көтөргүсү келгенин” жана башка толгон-токой кыялдарын айтышат. Ичинен бул кесипти акча же даңк үчүн тандагандарын эч укпадым. Бирок, ошолордун көбү кийин чындыкты “сатып”, атын чыгаруу үчүн “жер өрттөгөндөрүн” да көрдүм. Демек, алгач ниетти да реалдуулук менен тааныштыруу зарыл тура.

Журналистиканы тандаган жаштардын көбү журналисттин жашоосу бир топ оор экенин билишет. “Анын иш убактысы элдикиндей эмес, күндөп-түндөп иштен бошобойт, командировкадан башы чыкпайт, көпчүлүк убакта үй-бүлөсүнө да убактысы жетпейт. Анын материалы үчүн кээ бирөөлөр пара сунуштаса, кээлери токмоктоп, өлтүрүп да коюшат. Журналист чоңдордун басымынан, бийликтин цензурасынан, кемсинтүүсүнөн, маалымат тартыштыгынан, үйдөгү чыры-чуудан дайым стрессе” – деп баарын билгендей айтып беришет. Анда эмнеге алар ушундай кымбат курмандыкты талап кылган кесипти тандап алышат?..

Менимче алар максатын туура баамдашкан. Ал максат коомго кызмат өтөө. Бул кызмат так жана чебер аткарылса гана журналистика жөн эле кесип эмес – кудай берген талантка айланат.

Бүгүнкү кыргыз коому – так, чыныгы жана акыйкат маалыматка муктаж. Анткени, ар бир адам өз жашоосун түшүнүгүнө жараша уюштурат. Түшүнүк өз кезегинде маалыматтан турат. Маалымат канчалык акыйкат болсо адамдардын түшүнүгү да анык, жашоосу айкын максатка багытталат. Тилекке каршы, азыркы коом арзан, азыноолак, азгыруучу, жеңил-желпи жана чаржайыт маалыматтар менен сугарылып, анын артында кээ бир журналисттердин атагы чыгып, байлыгы артып, чоң иштерге көтөрүлүп да жатышат.

Бирок, бул кесиптин жыргалы атак, байлык же карьера менен эмес, маалымат акчага бааланганы менен, чындыгында, журналистика – баюу жолу да эмес. Журналистикадан алынган атакка жана даңкка жарытып курсак деле тойбойт. Журналистика – эл алдындагы чоң жоопкерчилик жана коомдун ишеничи жана күзгүсү.



Анүчүн сөзсүз саясатчы же президент болуу кажет эмес. Жалганчы саясатчы, саткын президентке караганда чындыктан тайбаган, коомдук сакчыга, мугалимге, дарыгерге жана устатка айланган журналисттин сөзү өтүмдүүлүк кылат.

Анүчүн бүгүнкү журналист оболу алдына койгон максатты жана ага жеткирүүчү жолду анык көрүүнү, коом менен тыгыз байланышта болууну, андагы процесстерди күзөтүүнү, акыл калчоону жана туура жыйынтык чыгарууну, өзүндөгү коркоктуку ордуна коюуну үйрөнүүсү зарыл. Ошондо гана ал кандай кысым, цензура болбосун жеңет жана бул кесиптин аманатына бек туруп, чындык үчүн кээде үй-бүлөсүн, досу-жарын, ал тургай ден соолугун, жаштыгын да, пенделик сезимдерин да курмандыкка чала алат. Журналист болуп төрөлбөйт. Кандай талант болбосун адам өзүнүн үстүнөн иштеп, билим менен калыптанса гана ийгиликке жетет.

Учурда телевизиондук журналистиканын аткарган ролу да өтө зор жана маанилүү. Анын үстүнө учурда ааламдык телевизиондук индустрия кыргыз коомчулугуна күн сайын жаңы технологияларды, каналдарды, буга чейин эл билбеген жаңы долбоорлорду ачып, кыргыз журналистикасы бул маалыматтык «чабуулга» туруштук бермек түгүл, аны түшүнүүгө чолосу жок. А чынында кыргыз журналисттери коомуна кирип келе жаткан кубулуштарды түшүнүп гана калбастан, аны башкара билүүсү да зарыл. Анүчүн телевизиондук кубулуштун табиятын пайдубалынан изилдеген олуттуу устакана башатынан иштеп келгенде болмок. Тилекке каршы мындай устакана турмай, кээ бир белгилүү журналисттердин мемуардык эскерүүлөрүн эске албаганда, кыргыз телевидениесинин табиятын ичинен изилдеген олуттуу эмгектер, хрестоматиялык деңгээлде болсо колго алаарлык окутуу куралдары азырга дейре жокко эсе.

Мындан бир канча убакыт илгери Чыгыш университетинин Э. Ибраев атындагы Журналистика кафедрасынын жетекчилиги мага телевизиондук журналистиканын табияты, кесиптик өзгөчөлүктөрү тууралуу практикалык колдонмо иштеп чыгууну сунуш кылган. Ошол сунуштун натыйжасында көп өтпөй колуңзда турган колдонмо иштелип чыкты. Албетте, бул убакыт ичинде эмгек Кыргыз Республикасынын эл артисттери М. Мамбетакунов менен Т. Жаманбаева жана бир катар белгилүү устаттардын тыкан текшерүүсүнөн өтүп, бир канча жылдар катары менен толукталып, иштелип отуруп, электен өтүп керектүү баасын алды.

Ошондой эле Кыргыз Республикасынын маданиятына эмгек сиңирген ишмер, доцент К. О. Иманалиев, Чыгыш университетинин Э. Ибраев атындагы Журналистика кафедрасынын жетекчиси, филология илимдеринин кандидаты, доцент С. К. Егимбаевалар кызуу колдоодо.

Албетте, бул эмгек дагы да толуктоолорго муктаж. Автор окурмандардын эскертүүлөрү, оңдоолору менен келечекте бул китеп чынында пайда берүүчү эмгекке айланаарына ишеним артат. Ошентсе да, колуңзда турган телевизиондук журналистика менен кыскача тааныштыруу үчүн атайын жеңил жана жеткиликтүү тартипте түзүлгөн бул колдонмо:

а) телевидение жана анын табигатын ачып берет;

б) телевидениенин ички түзүлүшү жана курамы менен тааныштырат;

в) телевизиондук чыгармачылыктын көркөм каражаттарын, негизги жанрларды түшүндүрөт;

г) телевизиондук өндүрүштүк конвейерди көрсөтөт;

д) көңүл ачуу жана билим берүү программаларын даярдоо баскычтарын үйрөтөт;

е) телевизиондук маалымат кызматынын өзгөчөлүктөрүн ачып берет;

ж) телевизиондук алып баруучу ж.б. адистер жана кызматтар менен тааныштырат;

Акырында айтаар сөзүм: Жашоо кыска, бирок аны татыктуу жашаганы болот. Бул адамгерчиликтен жана өз аманатына бек туруудан башталат.

*Досуңуз Мыктыбек Арстанбек*



**1** - бап

**ЖУРНАЛИСТИКА  
ТУУРАЛУУ  
ЖАЛПЫ  
МААЛЫМАТ**

**ЖУРНАЛИСТИКА  
ТАРЫХЫНА КЫСКАЧА  
САЯКАТ**

**БҮГҮНКҮ  
ЖУРНАЛИСТИКА  
ТУУРАЛУУ**

**ЖУРНАЛИСТИКА,  
ИДЕОЛОГИЯ ЖАНА  
САЯКАТ**

**КЕЛЕЧЕКТЕГИ  
ЖУРНАЛИСТИН  
БЕЙНЕСИ**

**КЕСИБИН СЫЙЛАГАН  
ЖУРНАЛИСТИН АДЕБИ**

## ЖУРНАЛИСТИКАНЫН ТАРЫХЫНА КЫСКАЧА САЯКАТ

**А**дамдар ортосундагы маалымат алмашуу кадим замандан башталып, коомдук мамилелердин кеңейүүсүнө жараша өнүгүп отурат. Ар коом өз ара тынчтык, чогулуш, өрт, көчүү же башка жагдайларда кулактандыруу же жарыялоо шарттарын иштеп чыккан. Мисалы, илгерки индеецтер тамтамын<sup>1</sup> уруп, инктер от жагып түтөтүп, көчмөндөр асаба көтөрүп же дөңсөөлөргө чыгып кадимки эле үн менен коркунуч же жакшылык тууралуу кабарлоону жолго коюшкан жана албетте, буларды алгачкы маалымат каражаттары деп эсептөөгө болот.

Андан ары маалымат жеткирүүдө чечендик жана кызыл тилдүүлүк өнөрү өзгөчө мааниге ээ. Байыркы Греция жана Римде мамлекеттик түзүм пайда болушу менен туу чокусуна чыкты. Бул өнөр барган сайын чогулган элге коомдук маанидеги маалыматты жеткирүү менен өнүгүп отуруп, Демосфен<sup>2</sup>, Цицерон<sup>3</sup> ж.б. башатында турган бир катар ораторлордун эмгеги менен илимге айланды.

Орто кылымдарда Ислам динин жайылуусу менен ораторлук андан бетер өнүгүп, Европага жаңы толкун менен кайтып, герольддор, курьерлер пайда болду. Алардын аталыштары азырга чейин жетип, "Курьер ЮНЕСКО", "Daily Herald" аттуу басылмаларда сакталып калды. Ал эми орус княздыктарында, Новгороддогу вечелер, Суздалдагы толковищалар да кызыл тилдүүлүк аянтына айланды.

Ошол эле учурда маалыматты сактоо муктаждыгы да зор мааниге ээ болгон. Убагында адамдар коомдук олуттуу маалыматтарды таштарга чегип, атайын карапа тактайларга жазып башташкан. Байыркы Египетте папирус кагаздары, Кичи Азияда б. з. ч. II кылымда пергамент<sup>4</sup>, орустарда берестанын<sup>5</sup> колдонулганы тарыхтан маалым. Андан

<sup>1</sup> Добулбас.

<sup>2</sup> Греция, б. з. ч. III мк.

<sup>3</sup> Рим, б. з. ч. I к.

<sup>4</sup> Ашатылган тери, Пергам деген шаардын атынан.

<sup>5</sup> Кайыңдын кабыгы.

сырткары маанилүү чыгармаларды ооздон оозго өткөрүү менен да сактаган элдер кездешет. Мунун баары келечекте өз жемишин берди.

Бирок күнүмдүк тиричилик көрүнүштөрүн жеткирүү, аны жаюу үчүн атайын каражаттарды пайда кылуу зарылдыгы келип чыкты. Адамдар атайын тоңдурма майлар<sup>1</sup> сүртүлгөн тактайларга жаза башташты. Анткени андагы жазууну өчүрүп, кайра жазууга мүмкүн болгон. Андан ары гипс тактайлары чыгарыла баштады. Мисалы, Байыркы Римде Юлий Цезардын<sup>2</sup> буйругу менен көрүнүктүү жерлерге сенаттын чечимдери<sup>3</sup> жана эл чогулушунун токтомдору<sup>4</sup> чегилген гипс тактайлары б. з. ч. IV кылымга чейин илинип келген. Японияда чыккан, 1635-жылга таандык “Йомиури Каварабата”<sup>5</sup> деп аталган ылай гезити ушул күнгө чейин сакталып турат. Бул каражаттын нускасы аз болсо да, көпчүлүккө багытталганы аталышынан байкалып турат.

Кытайда б. з. ч. I–II кылымдарда иштелип чыга баштаган кагаз Япония, араб элдери аркылуу Европага жетип, маалымат майданында эң ири төңкөрүш жасаган. Англияда кагазга кол менен жазылган “News Letters”, орустарда “Куранты”, “Вести”, “Столбцы” аттуу гезиттер чыга баштаган.

XV кылымда Иоганн Гутенберг басма машинесин ойлоп таап, сөз кагазга механикалык жол менен сактала турган болду.

Социалдык-экономикалык прогресс, капиталисттик мамилелердин пайда болуусу, колониялдык саясаттын жана эл аралык соода сатыктын өнүгүүсү менен толук кандуу маалыматтарды камтыган алгачкы гезиттер чыга баштады. «Газета» сөзү да *gazetta* деп аталган венециан тыйынынын аталышынан келип чыккан. Баасы бир *gazetta* турган бул гезит алгач кайсы портко, каяктан, кайсы кеме, эмне жүктөп келери тууралуу гана кабар берген.

Кийинчерээк франсуз кардиналы Ришельенин да француз тилинде, саясий маалыматтарды камтыган “*Gassetta*” аттуу гезити жарык көрө баштаган. Ал эми XVII кылымда Англиядагы, Франциядагы революциялардан улам Европада маанилүү саясий мазмундагы гезиттер жана журналдар чыга баштаган (Мирабонун «Памфлетте-

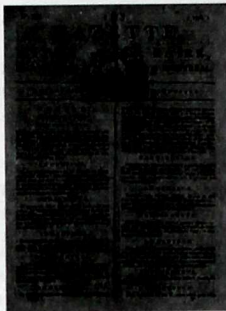
<sup>1</sup> Воск.

<sup>2</sup> Б. з. ч. I к.

<sup>3</sup> “*Acta Senatus*”.

<sup>4</sup> “*Acta diurna populi Romani*”.

<sup>5</sup> Оку жана башкага бер.



*"Gazette"*  
баракчасынын түп  
нускасы



*Алгачкы гезит басмаканасы, 1750-ж.*  
*Париж*

рин», Робеспьердин «Конституциянын коргоочусу», Мараттын «Эл досу» аттуу гезиттерди алгачкы саясий басылмалар десе болот.).

Россияда гезит чыгаруу боюнча биринчи жарлыкка 1702-жылы Петр I кол коюп, «Ведомости» аттуу гезиттин эң алгачкы саны 1703-жылдын 13-январында жарык көргөн. Ошондуктан азыр Россияда 13-январь Басма сөз күнү катары белгиленет.

А. С. Пушкин, Н. С. Гоголь, В. Г. Белинский, Н. А. Добролюбов, Н. А. Некрасов, И. С. Тургенев, Д. И. Писарев жана Л. Н. Толстой-лордун доорунда орус журналистикасы адабиятка көп ыктап, белгилүү «Калың журналдардын» чыгуусу салтка айланган. XIX кылымдын башындагы алыстан маалымат алуучу телеграфтын, полиграфиянын ж.б. байланыштын жаңы технологиялардын, иллюстрация үчүн гравюра техникасынын, фото сүрөттөрдү чыгаруу үчүн цинкографиялык клишенин, линотиптин<sup>1</sup> жана ротатордун<sup>2</sup> пайда болуусу менен периодикалык басылма алдыга озуп чыкты.

Басылма гезиттердин тагдыры андан ары шамалдай тездик менен саат санап өстү. Азыр дүйнө жүзүндөгү кагаз бетине басылчу гезиттердин көптүгүнөн, алардын дээрлик санын да, ал тургай аталыштарын да толук атоо эч мүмкүн эмес.

<sup>1</sup> Тамгалар сыя менен куюлган машине.

<sup>2</sup> Көп сандагы нускаларды басуучу станок.



Кыргыз жергесинде алгачкы 1913–20-жылдары<sup>1</sup> эле аз нускалуу жана чакан көлөмдүү жеке менчик гезиттер чыгып келген. Ал эми 1920-жылдан баштап Жети-Суу облустук комсомол уюмунун органы «Жаш пролетарий», Токмокто «Вестник», Пржевальскиде «Пролетариаттын үнү», партиянын Пишпек уезд-шаардык комитетинин «Кызыл таң» сыяктуу басылмалар расмий чыга баштаган.

Ал эми Кыргызстандын чыныгы кесипкөй басма сөз тарыхы 1924-жылы биринчи «Эркин тоо» улуттук гезитинин чыккан күнүнөн баштап эсептелет. 1925-жылы орус тилинде «Батрацкая правда», 1926-жылы кыргыз тилинде жаштардын «Ленинчил жаш», андан ары областтык, райондук деңгээлдеги көп түрлүү гезиттер жарык көрө баштады.

Советтик кыргыз журналистикасы жаш болгонуна карабай, отурукташууда, сабатсыздыкты жоюуда, коллективдештирүүдө, жаңы совет маданиятын калыптандырууда элди чоң өзгөрүүлөргө үгүттөй алды.

1931-жылы радионун пайда болуусу менен кыргыз журналистикасы социалисттик индустриянын зор түйшүгүн аркалады.

Андан кийин Улуу Ата-Мекендик согуш жылдары (1941–45) тылдагы күжүрмөн элдин жеңиш үчүн кошкон салымын кыргыз журналистикасы талыкпай чагылдырып берди.

<sup>1</sup> Усупов С. История кыргызской журналистики: Учебное пособие. БГУ им. К.Карасаева. Б., [б. и.], 2007. – 174 с.



"Кыргыз-Туусу" гезитинин араб тамгасы менен чыккан нускасы. 1926-ж.



*Алгачкы басмакана. 1931-ж.*

Согуштан кийин айыл чарбасын кайра калыбына келтирүүдө, элди жаңы ийгиликтерге шыктандырууда кыргыз журналистикасынын мээнетин өзгөчө белгилөөгө татыктуу. Бул доордо басма сөз табиятын, анын коомдук таасирин таасын түшүнө алган журналисттердин жаңы катмары болду. Бул катмар кийинки жылдары да ар бир беш жылдыктын пландарын аткарууда катардагы элдин түйшүгүн түшүнгөн сөз чеберлери менен толукталып отурду. Журналисттер пахта жана тамеки талааларынан, жайыттардан тооташтардан, кен, завод-фабрикалардан күн сайын жаңы маалыматтарды чыгарып, эл чарбасынын өнүгүүсүн так чагылдырып келди.

Басма сөз билдирүүсү же журналисттик сын – партиялык жана советтик уюмдардын кеңештеринде каралып, бийлик үчүн маанилүү чечимдерди алууга өбөлгө түзгөн деңгээлге жетти.

Советтер Союзунун урашы менен идеологиялык жетекчи партияга толук баш ийип, катуу көзөмөлдөгү ички так иерархияда калыптанган советтик маалымат системасы<sup>1</sup> да ыдырады. Ар бир республика көз карандысыздыкка ээ болуп, алардын массалык маалымат каражаттары өз алдынча өнүгө баштады. Эгемендүүлүккө жетишкен Кыргызстан да массалык-маалымат системасын өнүктүрүүдө ар кандай жолдорду басып өттү.

<sup>1</sup> «Правда» гезити – ЦК КПССтин органы катары ар бир республикада, крайда жана областтарда да бөлүмдөрү иштеп турган.



Заманбап кыргыз журналистикасын – эки тарыхый (*буржуазиялык жана социалисттик*) тирешүүнүн карама-каршылыгында өнүгө баштаган феномен десе болот. Анткени, кыргыз журналистикасы жаңы багыттарды чоң жоготуулар менен тапты.

Кайра куруунун алгачкы жылдары кыргыз гезиттери жана теле радиосунун дээрлик көбү дале илгеркинин инерциясы менен иштеп жатты. Бирок арасында өз алдынчалык менен жаңы катнаштарды түзө баштагандары да болду.

Алгачкы президенттик доордун аягында журналистикада бийлик каржылаган, адатта мурдагынын илеби менен иштеп, күнкор жана өзүн өзү каржылаган, айтаар сөзү эркин басылмалар менен шартталган ажырымдар аныкталып калды. Көп өтпөй рынок шартына ыкташа алган жаңы ММК системасысы калыптана баштады.

Биринчи революция ММКны эркиндикке чыгаргандай болгон, бирок көп өтпөй эле өз алдынчалуулукка жете албаган мурдагы бийликтин басылмалары жаңы калыптанып келаткан үй-бүлөлүк башкаруунун карамагына өтүп, алардын жеке маалыматтык кызматчысына айланып калды. Ошондой эле элеттеги: областтык жана райондук басылмалар облус же райондук администрациядан каржылангандыктан, андагы чыгармачылык жамааттар да жергиликтүү губернатор менен акимге көз каранды болуп калышты.

Экинчи революциядан кийин да ММК толук эркиндикке чыга элек. Анткени, бийлик рынок шартынан пайдаланып, ММКны каржы аркылуу дале эле көзөмөлдөөгө кубаты жетет. Ошондон улам ММКнын эркиндиги бийликтин маданиятынан көз каранды.

Ошого карабай, катардагы керектөөчү басылмалардан адилеттүүлүктү издеп, адам укугу алдынкы катарга өтө баштады. Азыр кыргыз журналистикасы батыш mass mediasын туурап, факт менен пикирди ажыратууну үйрөнүп, батыштын жана советтик журналистиканын кошулмасы болгон жаңы тенденция жаралууда.

## БҮГҮНКҮ ЖУРНАЛИСТИКА ТУУРАЛУУ

**А**зыркы журналистиканын<sup>1</sup> – пресса, масс-медиа же массалык-маалымат каражаттары сымал бир канча аталыштары кездешет. Совет доорунда журналистика массага каратылган идеологиялык пропаганда трибунасы катары кызмат өтөгөн. Ал эми бүгүнкү маалымат мейкиндигинде журналистика – жеке инсандар, топтор, коом, коомдук чөйрөлөр жана муундар аралык үзгүлтүксүз байланышты камсыздап турган массалык-маалыматтык аракеттеги заманбап жашоонун маанилүү социалдык кубулушуна айланды.

Ошол эле учурда журналистиканы ар кандай мунарадан караса болот. Журналистика социалдык институт катары өзүнө басма сөз редакцияларын, телерадио компанияларды, маалымат агенттиктерин, пресс-борборлорду жана алардын кызматын тейлөөчү байланыш мекемелерин, полиграфиялык комбинаттарды, таратуучу жана окутуучу борборлорду камтыйт.

Ал эми журналистиканы маалыматтык кызмат катары караса, ага: журналисттердин чыгармачылыгы (*тексттик ж.б. эмгектери*), уюштуруу (*редакцияларды, коллективдерди түзүү, аларды башкаруу, илимий изилдөөлөрдү жүргүзүү жана адистерди даярдоо*) жана үгүт иштери (*массалык аудиторияда аныкталган идеологиялык моделди иштеп чыгууга багытталган аракеттер*) кирет.

Журналистика ошондой эле кесиптердин көптүгү катары да каралат. Анткени, бул мейкиндикте репортёр, баяндамачы, комментатор, рецензент, очеркист, фельетонист сыяктуу журналисттик адистердин иштегенин байкоого болот.

Журналистика – чыгармалардын системасы катары каралса, өзүнө жарык көргөн жана редакция ичиндеги (*сценардык, режиссёрдук пландарды, эфир чарчыларын, каттардын баяндоолорун*) материалдарды жана ар кандай социалдык институттарга кайрылууларды (*маалымат жана түшүндүрмө талап кылган каттарды, аккредитация тууралуу өтүнүчтөрдү ж.б.*) камтыганы байкалат.

Бир сөз менен айтканда журналистика маалымат керектөөчүлөрү менен түздөн-түз байланышкан коммуникативдик<sup>2</sup> акт. Кантсе да журналистика коомдук маанилүү маалыматты чогултуу, иштеп чыгуу, сактоо жана жайылтууга багытталган аракет. Бул аракетте

<sup>1</sup> Фр. journal – күндөлүк.

<sup>2</sup> Лат. communicatio – жалпылаштыруу, байланыштыруу.

улутуна, расасына, жынысына, жаш жана курагына чектөөлөр жок. Ошондой эле журналистика светтик, диний же эркин, көз каранды же реформатордук болуп да бөлүнбөйт. Бирок журналисттик аракеттин кырдаалга жараша өзгөчөлүктөрүн да кабыл алуу керек. Өзгөчө, бүгүнкү кыргыз коомчулугунда болуп жаткан окуяларды «чайнап берчү» саясий институттардын али калыптана электигинен, бул оор жүктүн түйшүгү журналисттерге жүктөлүп отурат. Т. а. коом болуп жаткан окуя тууралуу маалымат гана албастан аны түшүнүүсү да керек болуп турат.

### **Журналистиканын көз карандысыздыгы коомго кызмат кылуусу менен өлчөнөт**

Ошондой эле коомдук жашоо татаал кубулуш болгондуктан, анын өз ара ички жана сырткы байланыштарын маалыматтык тейлөөдө атайын коомдук коммуникация системасы – массалык маалымат каражаттары да зор роль ойнойт. Массалык-маалымат каражаттары деп атайын техникалык инструментарийдин жардамында ар кимге ар кандай маалыматтарды ачык (*публично*) жеткирүү үчүн түзүлгөн өз ара байланыштагы мекемелерди аташат.

#### **Демек, ММК – бул:**

1. Гезиттердин, телерадио компаниялардын, маалыматтык агенттиктердин, бийликтин басма сөз кызматтары, рекламалык агенттиктердин, басма сөз продукцияларын таратуучу мекемелердин, басмаканалардын, телеборборлордун, ретрансляторлор, радиорелейлик мекемелердин системасы;
2. Журналисттик чыгармаларды чогултуу, иштеп чыгуу, сактоо жана жайылтуу боюнча аракеттердин системасы;
3. Редакторлук, корреспонденттик, сценаристтик, ж.б. журналистиканы тейлеп туруучу кесиптердин көптүгү;
4. ММК үчүн даярдалган чыгармалар;
5. Журналисттик материалдарды чагылдыруу каналдары, технологиялык линиялар жана инструментарийлер;
6. Келечектеги журналисттик адистикке, аны изилдөөчү (*социология, политология* ж.б.) адистиктерге даярдоочу окуу жайлар жана алардын базалары.



## **ММКнын негизги өзгөчөлүктөрү:**

- Ачыктык;
- Керектөөчүлөрүнүн чектелбегени;
- Атайын техникалык аппараттуулугу;
- Тараптардын убакытта, мейкиндик менен бөлүнбөгөнү;
- Карым-катнаштын бир багыттуулугу;
- Аудиториянын кырдаалга жараша өзгөрүп туруусу.

ММКга, ошондой эле массалык справочниктер, үн жана видео жазуулар да кирет. Акыркы учурда спутник, кабелдик коммуникация системаларынын жана жеке маалымат сактоочу (*дискет, кассеталар, принтерлер*) каражаттардын пайда болуусу менен ММК жөнүндөгү түшүнүктөр да өзгөрүлүүдө.

**ММКнын өнүгүү стадиялары.** Мурдагы коомдордо кандайдыр жүйөлүү окуялардан улам калкка кабар берүү же аны чогултуу үчүн атайын коңгуроолор, от же түтүндөр колдонулганы журналистиканын тарыхына кайрылган ар бир эмгекте айтылат. Андан соңураак бийлик санкцияларын оозеки же жазма указдар түрүндө калкка элчилер, кабарчылар, үгүттөөчүлөр, курьерлер жеткирип турушкан. Кээ бир учурларда маалыматтык тейлөөнү почта кызматтары да аткарып келишти.

Ал эми XIX–XX кылымдардагы телеграфтын, андан соң, телефон, телевидение жана радионун пайда болуусу менен массалык-маалымат каражаттары гана эмес, ал тейлеп келген саясат, экономика сыяктуу коомдук кубулуштар тууралуу түшүнүктөрдү өзгөртүп, алардын өз ара байланыштарын жогорку деңгээлге көтөрдү. Азыркы ММКнын коомдук ролу анын негизги функцияларынан эле байкалып турат.

**ММКнын маалыматтык функциясына** өлкөдөгү, мамлекеттеги жана анын сыртындагы маанилүү окуялар тууралуу маалыматтарды чогултуу жана алар тууралуу атуулдарды кабардар кылып туруу кирет. Ал маалыматтар атуулдар гана эмес бийлик органдары үчүн да маанилүү болгондуктан, ММК аларды так, туура чагылдырып, хронологиялык текст менен гана эмес, аны баяндап жана ага баа берип да жеткирет.

ММК жеткирген маалыматты адатта саясий жана жөнөкөй деп экиге бөлүп карашат. Саясий маалыматтарга – мамлекеттик жана бийлик органдарына таасир берүүчү жана алардын назарын

буруучу коомдук маанилүү маалыматтар кирет. Ал эми аба ырайынын божомолу, спорт, көңүл ачуу аземдери тууралуу билдирүүлөр жөн гана кошумча маалыматтар деп эсептелет.

**ММКнын билим берүү жана социализациялык функциясы** деп ар кандай булактардан ар тараптуу берилип жаткан өтө көп жана татаалдашкан маалыматтарды ирээттеп, туура багыттай алганын айтса болот. ММКнын бул функциясы атуулдардын, мамлекеттин жана бийликтин иш-аракеттерине адекваттуу баа берүүгө өбөлгө түзүү менен коомду реалдуулукка туура баа берүүгө жана ага көнүүгө үйрөтөт.

**ММКнын критика жана көзөмөл функциясы** адатта саясий маселелерди, өзгөчө оппозиция жана бийлик ортосундагы мамилелерди шарттаган байланыштарда пайда болот. Эгер оппозициянын критикасы бийлик жана анын аракеттерине багытталса, ММКнын критикасы жалпы мамлекеттик институттарга жана алардын ичинде оппозицияга багытталат. Ал эми ММКнын көзөмөлү коомдук пикирдин жана күчтүү мыйзамдын авторитетине негизделип, журналисттик иликтөөлөрдүн жыйынтыгында чакырылган парламенттик угуулар, козголгон сот иштери менен жүзөгө ашат. Ал мамлекеттик көзөмөлдөн кылмышкерлерге административдик жана экономикалык жаза колдонбогону менен айырмаланат. ММКнын көзөмөл функциясы адатта мамлекеттик көзөмөлү начар жана оппозициясы бечел коомдордо пайда болот;

**ММКнын артикуляция жана интеграция функциясын** ар кандай топтордун өз кызыкчылыктарын жана талаптарын билдирип туруусунан келип чыгат десе болот. Анын негизинде ал топтор өздөрү көтөргөн чакырыктарга кызыккандарды чогулта алат. Бул ММКнын интегративдүүлүгү. ММКга жетүү – оппозиция үчүн чоң жетишкендик. Антпесе мамлекеттик аппараттын оппозицияга болгон компрометивдүүлүгү аны коом менен алакасын үзүп, массалык колдоодон четте калат.

**ММКнын мобилизациялык функциясынын** негизинде кызыкдар топтор коомду мамлекеттик чечимдерге кандайдыр бир аракеттерди жасоого же жасабоого чакыра алат. Ошондой бийлик да бул функцияны кеңири колдонуу менен өзүнүн программалык чараларын ишке ашырса болот. Анткени ММК адамдардын сезимдерине, ой жүгүртүүсүнө, баа берүү критерийлерине чоң таасир тийгизе алат.

Бүгүнкү массалык-маалымат каражаттарын журналистсиз элестетүү кыйын. Ошондой эле маалымат жеткирүүчү каражаты-

сыз журналистти элестетүү да кыйын. Ошондуктан *журналистиканы – маалыматты чогултуу, иштеп чыгуу, түшүндүрүү, жайылтуу жана жеткирүү боюнча коомдук аракет* деп атаса туура болот. Бул аракет – адамдар, топтор, коомдор, коомдук чөйрөлөр, жада калса муундар ортосундагы үзгүлтүксүз карым-катнашты да камсыздайт. Бир сөз менен айтканда, **журналистика** – массалык-маалымат каражаттарынын, социалдык институттардын, журналисттик кызматтардын, кесиптердин жана чыгармалардын социалдык мамилелер менен тыгыз чиеленишкен байланышы.

## ЖУРНАЛИСТИКА, ИДЕОЛОГИЯ ЖАНА САЯСАТ

**Ж**урналистика коомдук аң-сезимди калыптайт, чагылдырат жана аны тейлөө менен коомдук башкаруунун каражатына да айланат. Тагыраак айтканда журналистика коом кабыл алган идеологиянын<sup>1</sup> негизги кыймылдаткыч күчтөрүнүн бири.

Идеология термини XIX кылымдын башында француз философу, экономист А. Дестют де Траси тарабынан идеялар жөнүндөгү илимий изилдөөлөрдү белгилөө үчүн киргизилген. Убакыт өтүп, идеологиянын өзүн түшүндүргөн бир катар көз караштар калыптанды. Мисалы, марксисттик коом таануу идеологияны илимий-теориялык, баалуулук-нормативдик жана философиялык-дүйнө таанымдардан турган коомдук аң-сезим дейт. Ал эми азыркы батыш позитивизми идеологияны “саясий миф” дейт жана аны жөн эле саясий демагогияга чыгарып, ага каршы тарапсыз, катмарсыз партиялык ынанымсыз илимди коёт.

Ар кайсы диний дүйнө тааным да идеологияны ар кандай түшүндүрөт. Ислам дини идеологияны адамдын жана анын коомдогу жашоосу үчүн керектүү тартиптерди Аллахтан алынган маалымат негизинде иштелип чыккан матрица катары ар түрдүү чакырыктар, ураандар жана окуулардан бөлүп чыкты.

Ошентип, идеология светтик жана диний болуп таралганына карабай, коомдук жашоону тартибине негиз боло алат. Ал эми журналистика ушул негизди түптөгөн жана тейлеген коомдук маалыматтык кызмат болуп саналат. Бул кызматтын түйшүгү менен журналистика саясий май-

<sup>1</sup> Idea – ой; logos – сөз, түшүнүк.



данга чыга келди жана андагы олуттуу оюнчуга айлангандыктан, коомдогу саясий туруктуулук көбүнесе анын таасиринен көз каранды боло баштады. Бекеринен ММК–4-бийлик деп аталбаса керек. Демек, учурда саясат деген түшүнүккө токтолуу зарылдыгы келип чыкты. Учурда саясат үч тыянакка же түшүнүктөр тобуна бөлүнүп каралат:

**Социологиялык түшүнүктөр тобу** – саясатты башка коомдук кубулуштар аркылуу мүнөздөө (*экономика, укук, мораль, маданият, дин*):

– *Экономикалык* – саясат экономиканын концентрацияланган көрүнүшү (*К. Маркс*);

– *Стратификациялык* – кызыкдар топтордун атаандашуусу (*А. Бенгли, Д. Трумен*); класстар ортосундагы күрөш (*К. Маркс*);

– *Укуктук* – адамга төрөлгөндөн берилген фундаменталдык укуктарын коргоого багытталган атайын аракеттер (*Гоббс, Локк, Спиноза, Руссо*);

– *Этикалык* – адамзаттын жалпы жакшылыгына багытталган аракет – тынчтык, эркиндик (*Аристотель*).

**Субстанциалдык түшүнүктөр тобу** – саясаттын пайда болуу негиздерин изилдөөдөн келип чыккан аныктоолор:

– *Саясат* – саясий субстанция. Бийликке жетүү, аны кармап туруу, иштетүүгө багытталган аракеттер (*М. Вебер, Н. Макиавелли*);

– *Институционалдык* саясат – мамлекетти башкаруу;

– *Антропологиялык* саясат – адамдардын коллективдүү жашоо ыкмасы, адамдардын табигый катнаштары. *Аристотель* – адамдар коллективдүү макулук болгондуктан – ал саясатчы;

– *Конфликттик-консенсустук* саясат – конфликттерди тынчтык же жаңжал жолу менен чечүүгө багытталган аракеттер;

– *Дос-душмандар трактовокасы*: саясат адамдардын диний, улуттук, этникалык, экономикалык кызыкчылыктарынан улам биригип же тарап туруусу (*К.Шмидт*).

**Илимий конструкцияланган түшүнүктөр тобу** – саясаттын процессуалдык жана динамикалык мүнөздөмөлөрүнөн келип чыккан аныктоолор:

– *Аракеттик* саясат – жалпы коомго милдеттүү болгон чечимдерди даярдоо, кабыл алуу жана аткаруу процесси;

– *Телеологиялык* саясат – коллективдүү максаттарга эффективдүү жетүү аракеттери.

Ошентип, саясат – жеке адамдардын жана социалдык топтордун өздөрүнүн коллективдик кызыкчылыктарын түшүнүү жана аларды сунуш кылуу, жалпы коомго милдеттүү чечим деңгээлинде иштеп чыгып, мамлекет аркылуу жүзөгө ашыруу аракеттери.

Ошентип, журналистика массага маалыматты атайын каржаттардын жардамы аркылуу жеткирип, коомдун маалыматтык муктаждыгын тейлей алган адис жана журналист гана коомдук жашоонун саясат, экономика, илим, маданият, спорт ж.б. ар кыл чөйрөдөгү жаңыны издөө менен коомдук кызыгууну жарата алат. Анын үстүнө жаратылыштын изилдене элек кубулуштары, жердеги, океан түпкүрүндөгү, микро жана макро космостогу ачылыштар сымал адам жашоосун курчап турган көз жеткис материалдык жана руханий ааламдагы тынымсыз болуп жаткан окуялар журналисттин калеми менен жазылып, барагынан окулса гана коомдук мааниге ээ болот.

Уста жыгач менен, наавайчы камыр, дыйкан жер менен иштейт. Ал эми журналист реалдуулук жана ал тууралуу маалымат менен иштеп, коомго өзүнүн чыгармачылык чебердиги гана эмес, дүйнө таанымы жана жеке адеби менен да таасир этет.

## КЕЛЕЧЕКТЕ ЖУРНАЛИСТТИН БЕЙНЕСИ

**Ж**урналисттин күнүмдүк жумушу анын ынанымына жана баалуулук жөнүндөгү түшүнүктөрүнө негизделет. Бирок ал жашаган коомдун ички жана сырткы байланыштары, мамлекеттик идеология анын чыгармачылыгына таасирин тийгизбей койбойт. Мисалы, авторитардык режимдеги пропаганда менен конформизмге негизделген басма сөз журналистиканы коммунисттик идеологиянын трибунасына айландырган жана эч бир журналист ал идеологиядан оолак чыгарма жарата алган эмес.

Демократиялык шарттагы “эркин сөз” түпкү аягында “керектөөчүнүн маанайына жараша” иштейт. Көптөгөн саясий институттардын, бийлик бутактарынын басма сөз кызматтары өз иштери тууралуу гана кабарларды таратуу менен алек. Демек, эркин көрүн-

гөнү менен мындай шартта да журналист кандайдыр чектин ичинде гана иштеши көрүнүп турат.

Демек, кандай гана шарт болбосун, анын коомго жолдогон материалдары тактыгы, тең салмактуулугу, аныктыгы, ыкчамдыгы жана интеллектуалдуулугу менен айырмаланып туруусу керек.

**Тактык** – фактыларды, адамдардын аттарын, ээлеген кызматтарын, даталарды, маалымат булактарын, цитаталоодон баштап, статистикалык маалыматтарды келтирүүгө чейин так жана толук жыйноо. Анткени, керектөөчү материалдагы ката менен калпты дайым эле ажырата беришпейт. Ошондуктан маалыматтын тактыгын камсыздоо бул – коомдук аманат болсо, кетирилген катаны кайра оңдоп чагылдыруу бул – адептүүлүк болуп саналат.

**Тең салмактуулук** – маалыматтык материалдагы бүт тараптардын пикирлерин бирдей чагылдыруу. Конфликттүү, коом, парламент, бейөкмөт уюмдар, атуулдар менен бийлик институттарынын, бийлик жана оппозиция ортосундагы талаштарды чагылдырган материалдарда тараптардын көтөрүлгөн маселе боюнча толук же түшүнүктүү даражадагы пикирине орун берилүүсү зарыл. Антпесе маалымат бир тараптуулугу же жетишсиз изилденгени менен коомдук пикирди удургутуусу мүмкүн. Мисалы, эгер парламенттин депутаты кайсы бир бийлик институтунун ишин сындаса, журналист ал институттун жооптуу өкүлүнүн да жообун же түшүндүрмөсүн толук кандуу чагылдыруу керек.

**Аныктык** – коомго багытталган маалымат көлөмүнө карабай анык болуусу зарыл. Аныктык менен чындыкты жана тактыкты чаташтырбоо керек. Аныктык – бүдөмүк, анчейин чечилбеген, түшүнүксүз маалыматтардан арылуу менен ишке ашат. Башкача айтканда маалыматты керектөөчү да түшүнө алгандай жөнөкөй жана кабылдоого оңой даярдалуусу зарыл. Анүчүн журналист оболу коюлган теманы өзү так түшүнүүсү керек. Т.а. журналист алгач керектүү маалыматтарды толук чогултуп, теманы жетишээрлик изилдеп, негизги маселени бөлүп көргөзүү менен материалдагы татаал көрүнүштөрдү структуралап белгилей билүү керек. Антпесе, керектүү маалымат четте калып, материалдын аныктыгы жоголот.

**Ыкчамдыгы** – өз убагында жарык көргөн материалды адатта “тарыхтын черновиги” дешет. Анткени ал окуядан кийин эмес,



аны менен тең жазылып жатат. Окуяны өз убагында көрсөтүү үчүн журналист ал окуяга өзү даяр болуусу зарыл. Т.а. журналист кырдаалга карабайт, алдастайт, коркпойт жана ар маалыматка суук кандуулук менен гана даяр жүрө алат. Албетте, бул анын чеберчилигинен жана иштөө тартибинен көз каранды. Андан сырткары, материалдын ордун да так жана анык белгилөө, тагыраак айтканда окуянын алдында болуп өткөн жана андан соң боло турган окуялар менен байланыштарын так жана анык көрсөтө билүүсү зарыл. Антпесе керектөөчү чаташып калуусу мүмкүн.

Анын үстүнө журналисттик материал **жаңылык** болуусу зарыл. Коомдук жашоонун саясатта, экономикада, илимде, маданият, спорт ж.б. бардык тармактардан же чөйрөлөрдөн – жаңылыктарды издөө журналисттин негизги милдети. Ал табигаттын али изилдене элек тармактарын, ачылыштарды космос жана макро ааламдагы кубулуштар ж.б. нерселер да аны кызыктырбай койбойт.

Журналисттик маалымат ошол эле учурда **оригиналдуу** да болушу керек. Күндө кайталана берген маалыматтын керектөөчүгө кызыгы кетет. Маалыматтын коомдук мааниси гана аны керектөөчүгө **кызыктуу** кыла алат.

Журналисттик маалымат **керектүү жана маанилүү** да болуу зарыл. Сенсациянын артынан такай түшүп алуу менен пайдалуу маалымат издөө эстен чыгат. “Адам итти тиштеп алды” деген маалыматтын коомдук же жеке жашоого канчалык деңгээлде керегин изилдеп көрүнүздөр.

**Жакшы материал – так, тең салмактуу, анык жана өз убагында чыккан маалымат.**

Ошол эле учурда журналисттин өз алдынча ойлоно алганы, чыныгы чыгармачылыгы жана ойчулдугу, так эрежеси жана суктанарлык адеби сымал өзүнө гана таандык жеке сапаттары аны шагыраган жазмакерлердин, кулактын кужурун алган сүйлөөчүлөрдүн арасынан өзгөчөлөп туруусу зарыл.

**2**-бап

## **ТЕЛЕВИДЕНИЕ ЖАНА АНЫН ТАБИГАТЫ**

**ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН ФИЗИКАЛЫК  
ТҮШҮНДҮРҮЛҮШҮ**

**ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН КЫСКАЧА  
ТАРЫХЫ**

**КЫРГЫЗ ТЕЛЕВИДЕНИЕСИНИН  
КАЛЫПТАНУУСУ**

**ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН НЕГИЗГИ  
ӨЗГӨЧӨЛҮКТӨРҮ**

**ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН НЕГИЗГИ  
ФУНКЦИЯЛАРЫ**

**ТЕЛЕВИЗИОНДУК МЕКЕМЕЛЕР**

**КЫРГЫЗ ТЕЛЕВИЗИОНДУК  
СИСТЕМАСЫ**

## ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН ФИЗИКАЛЫК ТҮШҮНДҮРҮЛҮҮСҮ

**А**зыркы заманбап илимий-технологиялык жетишкендиктер телевидениенин башатында тургандардын кыялына келбесе да керек. Ошого карабай, алар телевидениенин миллиондогон адамдарды өзүнө үңүлтүп, кааласа ыйлатып, кубантып, ишке салып, ойнотуп, алаксытып же чыңалтып жиберчү сыйкырын, күчүн ошондо эле сезип, суктанышкан экен.

Чындыгында, спорт мелдештеринде бир эле убакытта миллиондор «ура-а-а-алап» кыйкырса, бир аздан соң «түй ата» деп тизелерин чабышат. Көркөм тасма көрүп отургандар кээде шолоктоп ыйласа, көп өтпөй каткырышат. Өлкөнүн жетишкендигине эл чогуу кубанса, кайсы бир саясатчынын андабай сүйлөгөнү баарын тегиз кыжырдантат. Телевизиондук экрандын бул табияты аны башка маалымат каражаттарынан кадыресе өзгөчөлөп турат.

Анткени, телевидение – кыймылдагы заттын жана анын үнүн аралыкка жеткирүү үчүн түзүлгөн, башка маалымат ресурстары жетпеген катмарларды камтый алган бирден-бир кубаттуу байланыш жана маалымат каражаты болуп саналат. Ал бир эле учурда маалыматты жаратуучу, жеткирүүчү жана аны кабылдоочу да боло алат.

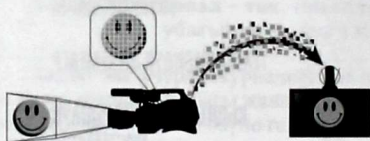
Демек, кадрды – телевизиондук камеранын объективи көрсөткөн затты, анын кыймылын жана үнүн аралыкка жеткирүүгө каралган чыгармачылык-технологиялык чынжыр – **телевидение**<sup>1</sup> деп аталат. Бул чынжырды өз алдынча жана тыгыз байла-

**ныштагы алты шарттуу баскычка бөлүп караса болот:**

1. Кадр – телевизиондук камеранын объективиндеги туруктуу же кыймылдагы заттын оптикалык чагылуудан электро-магниттик сигналга айлануусу;

2. Кадрдагы затты коштогон үндүн толкундан электро-магниттик сигналга айлануусу;
3. Электро-магниттик сигналдардын атайын техникалык-аппараттык каражаттар менен майда бөлүкчөлөргө, чекиттерге бөлүнүүсү;

<sup>1</sup> Гр. – алыс, ыраак, лат. video – көрөм, жаңы лат. television – алысты көрүү.





4. Бөлүнгөн чекиттердин обого чыгуусу;
  5. Атайын кабылдагычтардын майда бөлүкчөлөрдү кармоосу;
  6. Майда бөлүкчөлөрдүн кайра чогултулуп, экранга чыгарылуусу.
- Демек, камера көрсөткөн туруктуу же кыймылдагы зат жана аны коштогон үн алгач атайын микро бөлүкчөлөргө бөлүнүп, толкун аркылуу обого удаалаш жиберилет жана ал чекиттерди кабылдагыч (*телевизор*) кайра чогултуп кадр кылып, экранга көрсөтөт.

## ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН КЫСКАЧА ТАРИХЫ

**О**шентип, бул керемет кубулуш көптөгөн окумуштуулардын, изилдөөчүлөрдүн эмгектери менен көп жылдарда калыптанган. XIX кылымдын ортосунда Ирландиядан чыккан астроном Вильям Гамильтон чыгарган математикалык теңдемеден Кембридж профессору Д. Максвелл электр тогу менен магниттик күчтөрдүн катнаш белгилерин иштеп чыгып, бул теңдеме электр жана магнетизм теориясынын негизи болуп калды.



Паул Нипков



П.Нипков диски менен, 1886-ж.

1888-жылы Г. Герц Максвеллдин теңдемесин иш жүзүндө далилдеген. 1895-жылы анын эмгегинин негизинде кронштадтык мугалим А.С. Попов биринчи радио (лат. radio – нур чачам) кабылдагычты иштеп чыккан. Бир катар окумуштуулар жана ойлоп табуучулар бул ачылыштарга чейин эле аралыкка үн гана эмес, сүрөттү да жеткирүүнү ойлонуп келишкен.



*П.Л.Розинг*

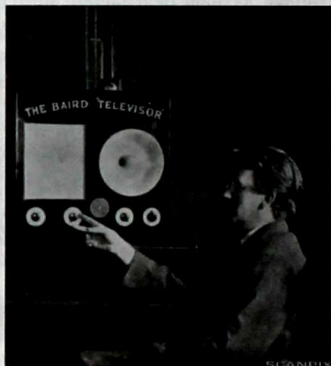
1873-жылы Уилл Смит селендеги фотоэффект кубулушун ачкан жана көп узабай 1880-жылы крепостной дыйкандын уулу, биолог-окумуштуу П. И. Бахметьев сүрөттү аралыкка алдын ала чачып, кабылдагыч аркылуу кайра чогултуп көрсөтүү идеясын айтып чыккан. Бул сунуш азыркы телевидениенин алгачкы чыйыры болуп эсептелет.

1884-жылы австриялык венгр инженери Паул Нипков затты сканерленген сүрөтүн майда бөлүктөргө бөлүп берүү көп тешиктүү дискти ойлоп тапкан. Бул диск 1930-жылдарга чейин колдонулуп келген.

1888–89-жылдары орус окумуштуусу профессор А.Г. Столетов «сырт-

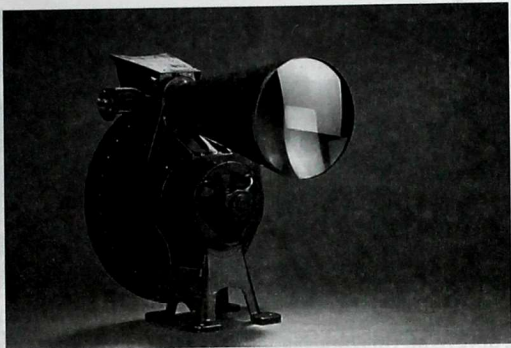


*Дж.Берд*



*Дж.Берд жаңы телекабылдагычы менен.*

кы фотоэффект» кубулушун ачса, анын негизинде 1907-жылы Петербург технологиялык институтунун мугалими Б.Л. Розинг азыркы кинескоптун түп нускасы болгон катод электрон-нур түтүгүн ойлоп тапкан.



*Дж.Берддин алгачкы телевизору*

1907-жылы П. Л. Розинг В. Крукс жана Ф. Браундун катод-электрондук нур трубкасын электр сигналдарын кадрдын чагылуусу үчүн колдонууга болоорун айткан жана оюн өз тажрыйбасында көрсөтүп, ачылышын расмий каттоодон өткөргөн. Бул ачылыштын негизиндеги тартип телевизорлордо азырга чейин иштеп келет.



*В.Зворыкин*

1925-жылы бир убакта Великобританиядан Дж. Бэрд, АКШдан Ч. Дженкинс, СССРден Л.С.Термендер П. Нипковдун дискине негизделген алгачкы телевизиондук системасын сунуш кылышкан.

1928-жылдын 26-июлунда советтик окумуштуулар Б. П. Грабовскийдин жетекчилигинде аралыкка кыймылдагы кадрды да жеткирүүгө болоорун Ташкенттеги атайын лабораторияда биринчи жолу иш жүзүндө көрсөтүшкөн. Ошол эле учурда, 1928-жылы Германияда дүйнөдөгү биринчи телевизиондук сеанс өткөрүлгөн.

Андан тышкары АКШда да орус эмигранттары В. Зворыкин менен Д. Сарнов, англичандар К. Свинтон жана В. Крукс, немец Ф.



*Өндүрүштүк негизде чыгарылган алгачкы телевизорлор*

Браун, орус А. М. Полумордвинов, С.И. Катаев, армян О. А. Адамян ж.б. окумуштуулар да бул багытта иш алып барышкан. Алардын талкыпаган эмгегинин үзүрүндө адамзатына жаңы маалыматтык каражат – телевидение кубулушу ачылган.

1931-жылы 30-апрелде Москвада биринчи тажрыйбалык телевидение ишке киргизилген. Ошол эле жылдын 1-октябрынан баштап үндүү көрсөтүүлөр орто толкундар аркылуу көрсөтүлүп, алгачкы көрсөтүүлөр 1935-жылдан баштап чыга баштаган. Айтмакчы, ал кезде телевизорлор өндүрүштө жок болгондуктан, ал көрсөтүүлөрдү радио ышкыбоздорунун кол эмгеги менен жасалган телевизорлордон гана көрсөтүлгөн.

1936-жылы ВВСинин регулярдуу көрсөтүүлөрү чыга баштаган. Бирок, ошого карабай АКШнын телевидениесинин тарыхы 1939-жылдан башталат.

1950-жылы СССРде экранынын диагонали 18 см келген «КВН-49» 1 телевизорлору массалык өндүрүшкө коюлган. Ошол жылдары СССРде телевизиондук технология зор жетишкендиктерге жетишип, өлкөнүн булуң-бурчуна чейин телевизиондук кабелдик линиялар аркылуу маалымат тарай баштаган. Ал эми 1960-жылдары сигналды эфир аркылуу таратуучу радиорелейлик тармактар түзүлгөн. Ошол эле түстүү көрсөтүүлөр жолго коюлуп, космос спутниктери СССР, АКШ жана Англияда гана телевиде-

<sup>1</sup> Конструкторлор Кенигсон, Варшавский, Николаевскийлердин фамилияларынын баш тамгалары.



ние расмий катталган. 1960-жылы Европанын 20 мамлекетинде, ЮНЕСКОнун маалыматы боюнча 1980-жылы дүйнөнүн 137 өлкөсүндө телевидение пайда болгон.

Башка союздук республикалардын катарында Кыргыз ССРинде да массалык пропагандалык системасы калыптанып, анын техникалык базасы да башкаларга катарлаш чыңдалып отурду.

## КЫРГЫЗ ТЕЛЕВИДЕНИЕСИНИН КАЛЫПТАНУУСУ

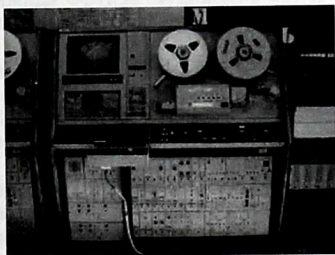
- 1957-жылдын ноябрь айында Фрунзе шаарына Алма-Ата телестудиясынан алып көрсөтүүчү алгачкы телевизиондук ретранслятор коюлган;

- 1958-жылдын ортосунда Кыргыз ССРинин токтому менен буга чейин иштеп келген Министрлер Советинин алдындагы Радио уктуруу комитети «Радио уктуруу жана теле көрсөтүү комитети» болуп кайра түзүлгөн. Декабрь айына Фрунзедеги телеборбордун курулушу толук аяктап, 5-декабрда сыноо иретинде эфирге он мүнөткө жетпеген кыска кабар берилген;

- 1958-жылы 5-декабрда Фрунзе шаарындагы жаңы ишке берилген телевизиондук борбордун 194 метрлик мунарасынан алгачкы он мүнөттүк кыска кабар эфирдик сыноого берилген;

- 1959-жылдын январь айында телевизиондук аппаратуралардын настройкалары жана сыноолору толук аяктаган. Ошондой эле Фрунзе телевидениеси даярдаган туруктуу көрсөтүүлөр да эфирге чыга баштаган. Ошол эле учурда Фрунзе телевизиондук борбору Борбордук телевидениенин программасын да Москвадан кабелдик жана радиорелейдик өзөк аркылуу алып турган;

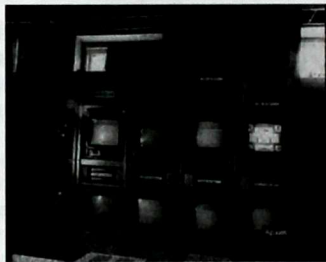
- 1960-жылы 28-октябрда Кыргыз ССР Министрлер Советинин 570-токтомунун негизинде Кыргыз ССР Министрлер Советинин алдындагы радио



*"КАДР-3" видеомагнитофондору*



*Фрунзе студиясынын алгачкы аппаратканасы*



*Алгачкы аппаратканадагы мониторлор*



*Алгачкы ПТВС*

уктуруу жана телекөрсөтүү комитетинин сунушу эске алынып, мурда чарбалык бирдик катары эсептелген Фрунзе телестудиясынын ишмердүүлүгү Кыргыз ССР Министрлер Советинин алдындагы радиоуктуруу жана теле көрсөтүү комитетине бириктирилген;

- 1964-жылы Фрунзе студиясынын телевизиондук программаларынын суткалык жалпы көлөмү алты саатка жеткен. Анын эки саат он сегиз минутасын студиянын коллективи өзү даярдаган;

- 1964-70-жылдары Фрунзе студиясына Москвадан алынган ПТС-3, ПТС-3У телевизиондук көчмө станциялары пайдаланууга берилген;

- 1967-жылы «Орбита» космостук байланыш станциясы ишке киргизилип, ал аркылуу Борбордук телевидениенин экинчи программасы жалпы республикага тарай баштаган;

- 1969-жылы Фрунзе студиясын техникалык жабдуу менен тейлөө үчүн атайы Республикалык радиотеле борбор (РРТЦ) түзүлүп, өз алдынча уюм катары катталган;

- 1971-жылы Новгороддун «Волна» өндүрүштүк бирикмесинин инженер-техник адистери менен жергиликтүү Э. Жантелиев, К. Соловьев ж.б.

адистер Фрунзе студиясына эки «КАДР-Г» видеомагнитофондорду орнотуп, пайдаланууга берилген;

- 1973-жылы 20-ноябрда Фрунзе студиясына «Большая Москва» жаңы студиялык жабдуусу орнотулуп, ишке кирген;

- 1974-жылы «Орбита» космостук байланыш системасы аркылуу Борбордук телевидениенин түстүү программасы алынып көрсөтүлө баштаган;

- 1975-жылы Фрунзеде түстүү телевидениенин аппараттык студия комплексинин курулушу башталган;

- 1975-жылдын май айында Фрунзе студиясында дагы эки жаңы «КАДР-3» видеомагнитофондору орнотулуп, ишке киргизилген;

- 1976-жылдын май айында түстүү телевизиондук «ЛО-ТОС» көчмө станциясы ишке киргизилген. АСКда автономиялуу иштей алган теле жана кинопроекциялык АТКП-ЦТ жаңы аппаратурасы орнотулган. Ошол эле жылы республиканын бардык областтык борборлору телевизиондук программаларды үч каналда кабылдап, анын бир каналы аркылуу түстүү программаны көрсөтүүгө жетишкен;

- 1978-жылдын октябрь айында Фрунзе шаарына түстүү видеомагнитофондуу эки камералуу ПТВС-2ЦТ көчмө телевизиондук станциялары алып келинип, ишке киргизилген;

- 1980-жылдын ноябрь айында Фрунзе студиясы Бүткүл Союздук «Экран» телепрограмма системасына коштурулган жана аны камсыздай турган биринчи телевизиондук ретранслятор ишке берилген;

- 1980-жылдын август айында Фрунзе студиясына «МАГНОЛИЯ-80» түстүү көчмө студиялары алып келинип, алгач бир орунда иштей баштаган;

- 1982-жылы Фрунзе студиясына «ПЕРСПЕКТИВА» АСБ-5ЦТ жаңы аппараттык түстүү студия орноштурулуп, иштей баштаган;

- 1985-жылы «КАДР-3 ПМ» видеомагнитофондору жана жаңы ПТВС-2ЦТ «ЭТЮД» электрондук монтаждоо пульту видеотасма цехине орнотулган;

- 1987-жылы жаңы муундагы үч «МАГНОЛИЯ-83А» көчмө студиялары пайдаланууга берилген;

- 1991-жылы 21-февралда президент А. Акаев Мамлекеттик телерадио комитетин жоюп, ордуна Мамлекеттик телерадио компаниясын түзүү тууралуу токтомго кол койгон. Ошондой эле бул



*Кыргыз телевидениесинин алгачкы аппаратканасы, цехтин башчысы  
Т.Мурзина, 1975-ж.*

токтомдо теле жана радио программаларынын маңызына мамлекеттик жана чарбалык уюмдардын кийлигишүүсүнө чек коюлган;

- 1991-жылы 2-июлда Кыргыз Республикасынын Жогорку Кенеші «Массалык маалымат каражаттары тууралуу» мыйзамды кабыл алган;

- 1995-жылы Кыргыз эл жазуучусу Ч. Айтматовдун кийлигишүүсү менен СССРдин Мамлекеттик пландоо комитетинен бөлүнгөн каражатка жапондук эки «Betacam» видеокамерасы сатып алынган;

- 1995-жылы Республикалык радио телеборбордо ТЖК цехи ачылып, «Betacam», «Betacam SP» видеокамералары өндүрүшкө берилген;

- 1996-жылы жаңы аппараттык-студиялык комплекс ишке берилип, андагы АСК-600, АСК-120 жана 300 орундук концерттик студиялардан жаңы программалар үзгүлтүксүз көрсөтүлө баштаган;

- 1998-жылы 16-мартта КР Президентинин токтому менен Мамлекеттик телерадио компаниясы «Мамлекеттик телерадио корпорациясы» болуп кайра түзүлгөн;



- 1998-жылы 1-январда Кыргыз телевидениесинин суткалык программасынын көлөмү 17 саатка жеткен;

- 2001-жылдын январь айынан баштап, областтык телекомпаниялар Мамлекеттик телерадио корпорациясынын курамына киргизилип, анын ички чыгармачылык жана өндүрүштүк структурасы да өзгөртүлгөн;

- 1991–2005-жылдары «Пирамида», «Асман», «КООРТ», «ВОССТ», НБТ ж.б. бир катар теле жана радио мекемелер пайда болду. Алардын дээрлик эфирдик чарчысы Россиянын жана Казакстандын телевизиондук программаларынан турган. Ал эми Кыргыз телевидениесинин суткалык эфирдик көлөмү 15, радионуку 25 саатка жеткен. Ошентип, өткөн кылымдын аягында телевизиондук өндүрүш дээрлик санариптик, оптик-волокондук системага кадам шилтеп, көп каналдуу таратуулар да иштей баштаган.

Телевидениенин өнүгүүсү анын керектөөчүсүн да өз алдынча изилдөөгө зарыл болгон катмар катары калыптап келди. Бул катмар барган сайын телевидениенин ишин жөнгө гана салбастан анын тартибин да көзөмөлдөй алган кубатка ээ болду.

Телевизиондук аудиторияны түзүү өзүнөн өзү активдүү өнүгүп туруучу татаал процесс. Бул процесс бир тараптан коомдогу тарыхый кырдаалга, телевидениенин өнүгүү мүнөзүнө, саясий багытына жана көркөм деңгээлине байланыштуу калыптанат.

Кыргыз телевизиондук аудиториясын да үстүртөн караганда бир канча баскычтар менен калыптанганын байкоого болот.

Башталгыч баскычта телевидениеге анчейин деле маани берилген эмес. Аны бир техникалык керемет деп гана карашкандыктан анын маанисине, программалык сапатына көңүл бурулган эмес.

Экинчи баскычта экрандагы окуяга, анын маанисине назар салына баштаган. Күнүнө 3–4 сааттык программалар негизинен кино жана спектаклдер менен чектелгендиктен бара-бара телевизор үйдөгү театр жана кино көрсөткүч болуп калды.

Үчүнчү баскычта телевизиондук экрандан көрсөтүлүп жаткан программалар 10–14 саатка чейин жетти. Бирок, союздук “Кинопрокат” телевизордон кинолордун көрсөтүлүүсүнө финансылык кызыкчылыктан улам чектөө койду. Мындан телевизиондук фильмдерди тартуу муктаждыгы келип чыкты. Ага техникалык база же-

тишсиз болгондуктан, телевидениеде киного караганда өндүрүшкө алда канча оңой жана арзан турган публицистика пайда болду.

Төртүнчү баскыч кайра куруу дооруна дал келет. Массалык керектөөчү саясатташты. Ал телевизорду мамлекет менен түздөн-түз байланыштырчу коммутатордой кабыл алып калды.

Бешинчи баскыч – азыркы учур. Телекөрүүчү аудитория катмарларга бөлүндү. Саясий активдүүлүгүн сактап калгандар дагы эле телени мамлекет менен болгон коммутатор катары бааласа, саясий пассивдүү аудитория аны жөн гана көңүл ачуучу жашык катары кабылдай баштады.

## ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН НЕГИЗГИ ӨЗГӨЧӨЛҮКТӨРҮ

**А**кыркы учурда телевизиондук журналистиканын искусствого же маалымат каражатына тиешелүүлүгү тууралуу кызуу талаштар жүрө баштады. Ага жооп берүү үчүн эң оболу телевидениенин ар кырдуу табиятын өтө тыкандык менен изилдеп чыгуу зарыл.

Театр дүңгүрөй баштаганда: «Эми китеп окулбай, барган сайын жоголот», кинематограф чыкканда: «Театрга эл келбей калат», ал эми телевидение пайда болгондо: «Эми кино токтойт» дегендер болгондугу айтылат. Бирок, тетирисинче телевидение адамдардын турмушуна кирген күндөн баштап, өнүккөн сайын миллиондогон китептер окулуп, театрларга ого бетер эл толуп, ал эми кинолор атайын телевидение үчүн тартыла баштады. Анткени, телевидение китепти, театрды, кинону адам жашоосунан сүрүп чыкмак тургай, алардын өнүгүүсүнө өзү өбөлгө түзгөн зор кубулуш болуп чыга келди. Бул кубулуш анын негизги өзгөчөлүгү болуп калды. Т. а. телевидение адамдын жашоосун тартиптеген жана **өнүктүргөн** өзгөчөлүккө ээ.

Телевидение дээрлик адамдын жашоо чөйрөсүн толук камтый алат. Акыркы техникалык каражаттар менен телевизиондук технологиялардын жетишкендиктери деңиз-океандардын тереңинен баштап, асман тиреген тоо-чокуларынан, андан ары космос мейкиндиктеринен да маалымат алууга кенен мүмкүнчүлүктөрдү берген. Телевизиондук камералар сууда жана абада гана эмес, адам денесиндеги кан тамырлардын ичине чейин кирип, жан-жаныбарлардын табияттагы жашоосунан баштап, ген деңгээлиндеги микродүйнөгө чейин тартып көрсөтө алат. Бир сөз менен айтканда

телевидение **бардык жерде бар** жана ал кире албаган мейкиндик жокко эсе. Анын үстүнө азыр телевизорсуз бир да жашоо чөйрөсү жок жана ал ар бир үй-бүлөнүн мүчөсү.

Ошондой эле телевидение алган маалыматын адам буту жеткен жерге чейин тарата алат. Бүгүнкү телевизиондук маалымат толкундар аркылуу деңиз түбүндө отурган илимпоздон баштап, башка планетага конгон астронавтка чейин жетет. Жер шарынын дээрлик бүт тургундарын маалымат менен камсыздай алгандыктан, аны башка массалык-маалымат каражаттарынан эң **жеткиликтүүсү** десе болот.

Телевидение башка маалымат каражаттарынан айырмаланып, маалыматты үн жана кадрдын коштоосунда сезимдик денгээлде жеткирет. Телевидение **экрандуу** болгондуктан, телекөрүүчү маалыматты угуп гана калбастан аны көрө да алат. Телевизиондук экран телекөрүүчүгө ар бир окуянын убактысы, дареги жана мазмуну тууралуу айтып гана бербестен, ал окуядагы нечендеген түстөрдү, заттардын келбетин, каармандардын образын да көрсөтүп берет жана телекөрүүчү экрандагы окуя тууралуу толук маалымат алат.

Телевидение көркөм же даректүү тасмадан болуп жаткан окуяны жеринен жана учурунда көрсөтүп, көрүүчүлөрдү ал окуяга түздөн-түз катыштыра алган **симультанттуулугу** менен айырмаланат. Телевидениенин бул өзгөчөлүгү телекөрүүчүнүн окуяга түз катышуу фактору менен шартталган. Тагыраак айтканда телекөрүүчү экрандагы окуяны азыр болуп жатканындай жана аны өзүнө гана тиешелүүдөй кабылдайт. Симультанттуулук маалыматтын ыкчамдыгын аныктайт.

Ар бир телевизиондук долбоорго каржыланган каражаттарды, алардын эфирге чыгуусун камсыздаган аппараттык комплекстерди, студияларды, андагы кызматкерлердин маянасын эсептегенде телевизиондук маалыматтын өтө зор чегерүүлөр менен экранга чыгаарын баамдаса болот. Ошого карабай, кээ бир атайын төлөмө каналдарды эске албаганда бул маалымат дээрлик **бекер**. Анын үстүнө телевизиондук маалыматты алуу өтө эле **оңой**. Болгону телевизорду токко саюу гана керек.

Жогорудагы өзгөчөлүктөрдөн улам телевидение бүгүнкү массалык-маалымат каражаттарынын эң ийкемдүү, эң эпчили жана эң байы боло алды.



## ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН НЕГИЗГИ ФУНКЦИЯЛАРЫ

**Т**елевидение массалык-маалымат каражаттарынын башка түрлөрүнөн айырмаланып, турмуштун саясат, экономика, спорт, маданият, экология сымал чөйрөлөрүнө кийлигишип гана калбастан, аларды кайсы бир нукка буруп да турат. Ушундан улам анын бир катар функциялары анык белгиленген.

**Маалыматтык функциясы.** Адатта, массалык-маалымат каражаттары калктын маалыматка болгон муктаждыгын канааттандыруу үчүн кызмат кылат. Телевидение журналистиканын башка тармактарына караганда маалыматты толугураак, тезирээк, ынанымдуурак жана тыгызыраак эмоцияда жеткире алгандыктан, жашоодогу маалыматтарды тейлөөсү да башкалардан өзгөчөлөнүп турат.

Өткөн коммунисттик режимде башка маалымат каражаттардын катарында телевидение да мамлекеттик цензуранын көзөмөлүндө иштеген жана маалымат кызматынын эфирдик көлөмү, ошондой эле мазмуну да чектелип, эфир чарчысы пропагандисттик жүктү аркалоого ыкташып түзүлгөн.

Азыркы телевидение негизинен экономикалык жана аны тейлеген саясий маалыматтарды гана алдыга чыгарат. Ошондон улам, телевизиондук мекеменин эфирдик чарчысынын негизи саясий жана экономикалык кубулуштарга олуттуу маани берет. Ал эми чарчыдагы калган убакыттар рекламалык же башка коммерциялык кызыкчылыктарга багытталган долбоорлор менен толтурулат.

**Маданий агартуучулук функциясы.** Телевизиондук каналдардын дээрлик бүт программасындагы көркөм, даректүү, илимий-популярдуу фильмдер, спектаклдер, маданий мекемелер, концерттер телекөрүүчүнү учурда үстөмдүк кылган маданиятка жетелейт.

Коммунисттик режимде телевидениенин агартуучулук функциясы – илимий-атеисттик же философиялык светтик дүйнө таанымды, социалисттик өндүрүштү жана анын идеологиялык негизин жайылтууда анык байкалган. Ал эми азыркы рынок телевидениеси экономикалык катнаштарды, укуктук мамилелерди жана эркиндик алкактарын үйрөтүүгө багытталат. Эки формациянын алмашуусундагы баалуулуктардын кескин өзгөрүүсү телевидениенин агартуучулук функциясын шарттаган чыгармалардын сапатына таасирин тийгизбей койбойт жана экран чарчысы экономикалык катнаштарды түшүндүргөн жана ага үгүттөгөн долбоорлордон түзүлөт.



**Интегративдүүлүк функциясы.** Интеграциянын<sup>1</sup> бүгүнкү мааниси – дүйнө, өлкө жана элеттеги саясий, экономикалык, мамлекеттик жана коомдук демилгелердин биригүүсү, уюшуусу дегенди түшүндүрөт. Бул шартта телевидение да массалык-маалымат каражаттарынын башка түрүндөй эле коомдук жашоону бир нукка бурууга аракеттенет. Телевизорун токто сайган телекөрүүчү экранында көрсөтүлүп жаткан окуяга тиешелүүлүгүн сезет жана андагы маалыматтын нугун алдын ала сезет. Ушундан улам телевидение коомдо жалпы баалуулуктарды улам пайда кылып, аны идеологиялык каражат катары бекемдөө менен башкара алат. Бирок, экономикалык мамилелер тартиптеген коомдо рынок шартына ыкташа албаган улуттук менталитет (*меймандостук, колу ачыктык, кечиримдүүлүк, тууганчылык* ж.б.) экиленүү стереотиптерин пайда кылуусу мүмкүн.

Телевидениенин интегративдүүлүгү көп улуттуу өлкөлөрдө, улут аралык жаңжалдарда, ички жана тышкы миграция күч алып, эл чарбасы бүлүнө баштаганда анык байкалат. Тагыраак айтканда телевидение калкты мамлекеттин бүтүндүгүнө, улуттук жана демографиялык коопсуздукка багыттоо менен коомдук коопсуздукка жетишүүгө зор өбөлгө түзө алат.

**Уюштуруучулук функциясы.** Телевидениенин бул функциясы ар кандай масштабдагы телемарафондор, кайрымдуулук акциялары сымал мекемелерди жана аземдерди уюштурууда, андан алынган пайдаларды да багыттоодо өзгөчө байкалат.

**Рекреативдүүлүк функциясы.** Рекреация<sup>2</sup> ден соолугу чын, бирок чарчаган адамдын жумушка жөндөмдүүлүгүн кайра калыбына келтирүүгө багытталган эс алдыруучу иш-чара. Адамдын кубатын калыптандыруу, чыңалуусун азайтууга багытталган долбоорлор алгач журналистикага анчейин тиешеси жоктой көрүнгөнү менен, учурда телевидениенин негизги багытына айланды. Тагыраак айтканда телевизиондук сериалдар, релити-шоу, концерттик, спорттук ж.б. ар кандай азем долбоорлору адамдардын эс алуусуна шарт түзөт.

Ошентип, бүгүнкү телевидениени өзүнө гана таандык өзгөчөлүктөрү жана функциялары аркылуу кандайдыр бир идеологиялык жүктү аркалап, ага негизделген жашоо образын тейлеген маалыматтык индустрия десек болот.

<sup>1</sup> Лат. *integrum* – бүтүн, *integratio* – толуктоо.

<sup>2</sup> Лат. *recreatio* – кайра тургузуу.

## ТЕЛЕВИЗИОНДУК МЕКЕМЕЛЕР

**К**ыргыз маалымат мейкиндигиндеги телевизиондук мекемелер ресурстук базасы жана каржылоосу боюнча бири-биринен кескин айырмаланган мамлекеттик жана жеке каржылоодогу эки топтон турат.

Мамлекеттик каржылоодогу КТРК, ЭлТР сыяктуу ири телевизиондук каналдар мамлекеттик каржыны ж.б. чегерүүлөрдү эске албаганда, өзүнүн коммерциялык-рекламалык ишмердүүлүгү менен да каражат табат. Ал эми жеке менчик каналдар толугу менен коммерциялык жана рекламалык базардан гана көз каранды. Ошондуктан, булардын баары коммерциялык кызыкчылыктарын алдыга чыгарууга, рекламалык потенциалы бар долбоорлорду – эс алуу, көңүл ачууга багытталган рекреациялык көрсөтүүлөрдү өндүрүүгө муктаж.

Телевизиондук өндүрүш басма сөздөн айырмаланып, көрсөтүүнү даярдоочу, эфирге чыгаруучу жана даяр продукцияны көрүүчүлөргө жеткирүүчү же таратуучу бирикмелерден турат.

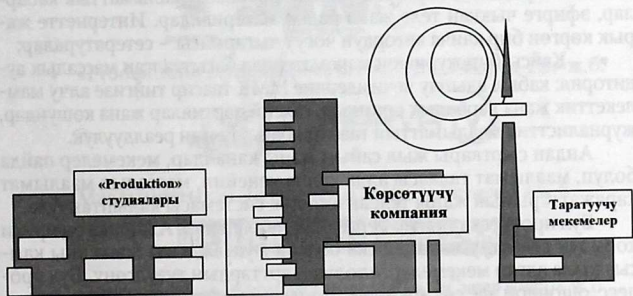
Түздөн-түз телевизиондук продукцияны өндүргөн, тагыраак айтканда телевизиондук долбоорду түзүп, тасмага тартып жана монтаждаган ишканаларды – өндүрүштүк бирикмелер дешет. Ал бирикмелерди адатта «Produktion» студиялары деп да аташат. Алар



телевизиондук долбоорду өз каражаттарынын, гранттык же спонсордук чегерүүлөрдүн ж.б. инвестициялардын эсебинен өндүрүшөт жана көрсөтүүчү компанияларга (РПО МТР) ар кандай келишимдер менен сунуштайт. Өндүрүшкө кеткен чыгымдан ашканы бирикмелердин кирешеси болуп эсептелет. Ал эми көрсөтүүчү мекемелер сатып алган долбоорун алдын ала жарыялап, экранга эл жыйган соң, анын ичине реклама жайгаштырып киреше табат. Ошол эле учурда, көрсөтүүчү ишкана жаңылыктар, таңкы жана кечки көрсөтүүлөр сыяктуу долбоорлорду өзү да өндүрө алат.

Өндүрүлгөн телевизиондук долбоор калкка атайын таратуучу мекемелер аркылуу жайылтылат. Ал мекемелер трансляторлор же спутник аркылуу телевизиондук көрсөтүүлөрдүн өлкөнүн бардык аймактарына жетүүсүн камсыз кылат. Адатта, мындай мекемелер стратегиялык мааниге ээ болгондуктан, мамлекеттин карамагында болот. Мисалы, республикадагы жалгыз таратуучу мекеме – «Кыргызтелеком», РПО МТР мамлекетке караштуу.

Кыргыз телевизиондук мейкиндигинде төмөнкү үч тармак бөлүнгөн. Бирок «Produktion» студиялары өз алдынча иштеп кете алчу рекламалык базар али өнүкпөгөндүктөн, көбүнесе алардын аты гана болбосо чыгарган продукциясы жокко эсе. Дээрлик бүт көрсөтүүлөр мамлекеттик жана менчик каналдардын өз күчү менен гана чыгып келет.





## КЫРГЫЗ ТЕЛЕВИЗИОНДУК СИСТЕМАСЫ

**А**датта кыргыз телевидениеси десе, КТР же азыркы КТРК<sup>1</sup> назарга тутулуп келген. Бирок маалыматты өлкө ичиндеги керектөөчүгө жеткирүүгө каралган телевизиондук мейкиндиктеги жалпы каражаттардын чиеленишкен түзүмүн кыргыз телевидениеси деп атаса туура болчудай. Анын үстүнө учурдагы кыргыз телевизиондук мейкиндигин изилдей келгенде такыр башка, өзгөчө чебер тикеленип келе жаткан түзүмдү көрүүгө болот.

### Кыргыз телевизиондук түзүмүнүн курамы

- Мамлекеттик, коомдук, жарандык топтор жана өз алдынча атуулдар ачкан, каржылаган гезиттер, теле жана радио мекемелери, интернет ресурстары, маалыматтык, рекламалык агенттиктер;
- Конституциялык нормаларга ылайык ММКнын аракеттерин регламенттеген мыйзамдарды алуу, өзгөртүү жана көзөмөлдөө укугуна ээ болгон президент, парламент, маданият жана маалымат министрлиги ж.б. мамлекеттик институттар;
- Маалыматты чогултуу, иштеп чыгуу жана жайылтуу боюнча иштеген редакциялардын журналисттери, штаттагы жана штаттан сырткары кызматкерлери;
- Журналисттик маалыматтын булагы;
- Журналисттердин жарыяланган чыгармалары, маалымат агенттиктеринин кабарлары, рекламалык ж.б. маалыматтык кабарлар, эфирге чыккан теле жана радио материалдар. Интернетте жарык көргөн бир канча автордун чогуу чыгармасы – сетературалар;
- Кайсы бир журналисттик материал багытталган массалык аудитория: кабыл алынчу чечимдерине ММК таасир тийгизе алчу мамлекеттик жана чарбалык органдар, саясий партиялар жана кошундар, журналисттик маалыматтын таасири багытталган реалдуулук.

Андан сырткары жыл сайын жаңы каналдар, мекемелер пайда болуп, маалымат талаасы алда канча кеңейип, массалык маалымат каражаттарынын жаңы телевизиондук системасы калыптанууда.

Бул процесске таасир берген жагдайлар көп. Алардын эң ириси коомдун сапаттуу маалыматка болгон муктаждыгы жана аны камсыз кыла алган мекемелерге толук шарттардын түзүлгөнү. Бул процесс, ошондой эле сөз эркиндигинин сакталуусунан да көз каранды.

<sup>1</sup> Коомдук телерадио компаниясы.



Телевизиондук техникалык каражаттардын күн сайын арзандоосу да телевизиондук өндүрүштү алда канча жөнөкөйлөттү. Бүгүнгө чейин Кыргыз Республикасынын Юстиция министрлигинен жүздөгөн менчик телевизиондук мекемелер каттоодон өткөн. Алардын ичинен өз алдынча базар шартына ыкташып, туруктуу өндүрүштү уюштура алгандары телевизиондук системанын негизин түзөт.

Төмөндө, телевизиондук материалдын обого чыгып, көрүүчүгө жетүүсүнө шарт түзгөн бир катар мекемелерди карап чыгалы:

- Телевизиондук каналдар: КТРК, «ЭлТР», «5-канал», «Пирамида», «Ош ТВ», «НБТ», «Манас жаңырыгы» ж.б.



- Кабелдик телемекемелер: «Супер ТВ», «Ала ТВ» ж.б.



- «Produktion» студиялар: «Ракета ТВ», «Марва ТВ» ж.б.



- Маалыматтык агенттиктер: «24.kg», «Акипресс» ж.б.



- Программалар чыкчу гезиттер: «ВБ», «Супер инфо» ж.б.



- Иликтөө жүргүзүүчү лабораториялар: «Социнфо», «Gallup» ж.б.)

# GALLUP

- Телевизиондук журналисттерди даярдоочу окуу жайлар: Ж.Баласагын атындагы КУУ, М. Кашгары-Барскани атындагы Чыгыш университети, Кыргыз-түрк Манас университети ж.б.



**ВОСТОЧНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
имени Махмуда Кашгари-Барскани



- Телевизиондук продукцияны жайылтуучу мекемелер: РПО МТР, «Кыргызтелеком» ж.б.



**КЫРГЫЗТЕЛЕКОМ**  
открытое акционерное общество

- Телевизиондук технологиялар тууралуу жазылган эмгектер, жүрүп жаткан изилдөөлөр жана аларды демилгелеген уюмдар ж.б. кирет.

Кыргыз телевизиондук системасынын чыгармачылык жана өндүрүштүк өзгөчөлүктөрү али толук изилденип бүтө элек жана анын мүмкүнчүлүктөрүнүн көбү али толук ачыла элек.

**3**-бап

# ТЕЛЕВИДЕНИНИН ИЧКИ ТҮЗҮЛҮШҮ

**ТЕЛЕВИДЕНИНИН КУРАМЫ**

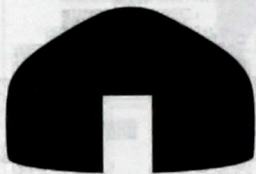
**АППАРАТТЫК СТУДИЯЛЫК  
КОМПЛЕКС**

**АППАРАТУРА**

**ӨНДҮРҮШ**

## ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН АДМИНИСТРАТИВДИК ЖАНА ӨНДҮРҮШТҮК КУРАМЫ

**А**р бир телевизиондук мекеме өз алдынча ички жана сырткы байланыштар менен чиеленишкен түзүм. Андагы чыгармачыл, өндүрүштүк бирикмелердин, топтордун, цехтердин өз ара жана ички байланыштары чыгармачыл жана өндүрүштүк адистиктердин тынымсыз калыптанып келген кызматтык мамилелеринен турат. Анткени, телевизиондук ар бир адис кызматына карабай, айдоочудан баштап, башкы директорго чейин түпкүрүндө кайсы бир чыгарманы тейлейт жана анын телекөрүүчүгө жетүүсүнө кызыкдар. Мына ушул кызыкчылыкка негизделген мамиле телевидениенин ички байланышынын негизи болуп эсептелет.



*КТРКнын өз белгиси. 2010-ж.*

Ал эми телевизиондук мекеменин мамлекет, бийлик бутактары, саясий жана коомдук институттар, маалымат керектөөчүлөрү жана катардагы аудитория менен болгон мамилелерин анын сырткы байланыштары десек болот. Бул байланыштар мекеменин өнүгүү стратегиясын аныктайт. Өнүккөн өлкөлөрдүн телевизиондук мекемелеринин сырткы байланыштары маалымат керек-

төөчүсүнүн ишеничине негизделүү менен бирге стратегиясын анын табитине ылайык тартиптешет.

Телевизиондук мекеме аткарган социалдык буюртмасына жараша: коомдук, менчик, мамлекеттик түрлөргө бөлүнөт. Коомдук каналдардын иши коом тарабынан, тагыраак айтканда Байкоочу кеңеш тарабынан көзөмөлдөнөт. Кыргыз Республикасынын «Теле көрсөтүү жана радио уктуруу жөнүндө»<sup>1</sup> мыйзамынын негизинде КТРКнын Байкоочу кеңеши түзүлүп, курамы он беш мүчөдөн турат. Алардын ар бирин бейөкмөт уюмдар, Жогорку Кеңештеги саясий

<sup>1</sup> № 247, 18.05.2011.



партиялар жана Президент сунуштап, Жогорку Кеңештин талкуусунан өткөн соң, Президент жалпы тизмени бекитип, Байкоочу кеңеш Коомдук каналдын негизги жетекчиси болуп дайындалды.

Байкоочу кеңеш телевизиондук мекеменин ишин коомдук талапка ылайык тейлөөсүн камсыз кыла алган жетекчини дайындоо

үчүн конкурс жарыялайт жана шайланган жетекчинин, анын командасынын ишин жылдык отчету аркылуу көзөмөлдөйт. Жылдык иши «канааттандыраарлык эмес» деп табылган жетекчилик иштен четтетилип, ордуна жаңы жетекчиликке кайра конкурс жарыяланат. Байкоочу Кеңеш өзү да кылган иши тууралуу жыл сайын Жогорку Кеңеште отчет берет.



*КТРКнын Байкоочу Кеңешинин отуруму. 2014-ж.*

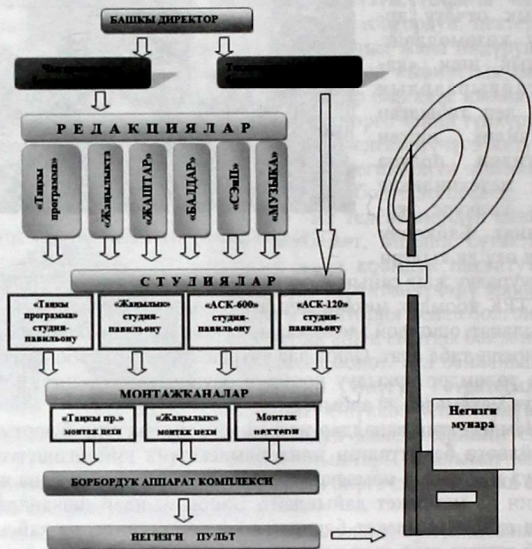
КТРК коомдук мекеме деп аталуу менен мамлекеттен толук каржыланат, ошондой эле өз алдынча коммерциялык иш-чаралардан киреше таба алат. Ошол эле учурда чет өлкөдө абоненттик же башка төлөмдөр аркылуу коомдун өзүнөн каржыланган телевизиондук мекемелер да арбын.

Мамлекеттик каналдар негизинен мамлекеттик буюртмаларды тейлөөгө багытталган жана мамлекеттик кийлигишүүгө баш иет. Бул мекемелер мамлекет тарабынан каржыланат жана жетекчилигин да мамлекет дайындайт. Бирок мындай ишканалардын барган сайын мамлекет башчысынын тегерегинде же кайсы бир саясий топтун гана кызыкчылыгын тейлеп калуу коркунучу бар. Буга тоталитардык режимдеги мамлекеттик телевидениелер, мурдагы КТР ачык мисал боло алат.

Телевизиондук мекеменин ички жана сырткы байланыштары тааал жана тынымсыз изденүүнү талап кылган кубулуш. Иштин ийгилиги бул байланыштардын бекемдигинен көз каранды жана аны мекеменин жетекчилиги аныктап, алдын ала тартиптөө менен жөнгө салат.

Жетекчиликке адатта – башкы директор, орун басарлар, цехтердин башчылары жана продюсерлер, башкы редакторлор сыяктуу чыгармачылык бирикмелердин жетекчилери кирет. Телевизиондук мекеменин ишин тартиптөө жетекчиликтен уюшкандыкты, кыраакылыкты, компетенттүүлүктү, чыгармачылык зор дараметти жана кайратты талап кылат.

Төмөндө телевизиондук мекеменин адаттагы түзүмүн КТРКнын мисалында карап көрөлү:



Телевизиондук мекеме адатта чыгармачыл жана техникалык корпусардан турат. Алардын ишмердүүлүгү коомго сапаттуу маалыматты жеткирүүгө багытталган. Алардын ортосундагы өндүрүштүк жана чыгармачылык байланыштар жылы бою калыптанат. Менчик телевизиондук мекемелерде бул байланыштарга коммерциялык корпусун да таасири тиет.

## **Чыгармачылык корпус**

Телевизордун экранына чыккан ар бир көрсөтүүнүн өзөгү чыгармачылык менен калыптанат. Чыгармачылык сөзсүз кесипкөйлүктү, мээнеткечтикти жана өжөрлүктү талап кылат. Ошондуктан ага ылайыктуу шарт – өзгөчө чөйрөнүн болуусу зарыл. Чыгармачылыкка ылайыкташылган мындай чөйрө техникалык чөйрөдөн алда канча башка шарттар менен тартиптелет. Чыгармачылыктын сапаты бул шарттардын туруктуулугунан, кубатынан жана андагы кызыкчылыктан түздөн-түз көз каранды.

Адатта, чыгармачылык чөйрө деп түздөн-түз чыгармачылык менен алектенген адистердин бирикмелерин – редакцияларды, жасалгалоочу цехтерди, режиссёрдук жана оператордук бирикмелерди айтса болот. Бул бирикмелерде иштеген адистер чыгарманы долбоорлоодон баштап, эфирге чыкканга чейинки ар бир баскычында кайсы бир кызматты аткарышат. Төмөндө чыгармачылык-өндүрүштүк бирикмелердин катарын карап өтөлү.

### **Редакция – чыгармачылык-өндүрүштүк бирикме**

Көрсөтүүнү даярдоодогу ар бир баскыч редакцияда уюштурулгандыктан аны телевизиондук мекеменин негизги чыгармачылык бирдиги десе болот.

Редакция телевизиондук мекеменин эфирдик чарчысы койгон талапты өз өзгөчөлүгүнө жараша, саясатына ылайык ишке ашырат жана анын ички түзүмү жана иштөө тартиби уюштуруу өзгөчөлүктөрүнөн улам жөнгө салынат. Бирикмеде жума сайын өткөрүлгөн чыгармачылык жыйындарда эфирге чыккан көрсөтүүлөрдүн чыгармачылык, техникалык сапаты, кемчиликтери талкууланат жана келээрки жуманын көрсөтүүлөрү пландалып, даярдыгы көзөмөлдөнөт.

Редакциянын өзгөчөлүгү анын эфирге чыгарып жаткан көрсөтүүлөрү менен аныкталат. Адатта, телевизиондук мекемелер жаштар, балдар, музыкалык, социалдык-экономикалык, таңкы программалар ж.б. көрсөтүүлөрдүн башкы редакциясы деп бөлүнөт.

Ошондой эле редакциянын ички эрежеси, негизги чыгармачылык өзөгү негизделген саясаты болот. Редакциялык саясат бирикменин чыгармачылык жана өндүрүштүк катнаштарын жөнгө салат. Саясаты такталбаган же бекилбеген редакциянын долбоор-

лору адатта, чийки же башка мекемелердин, бирикмелердин көрсөтүүлөрүн көчүрүү же тууроо менен гана чектелет.

Редакция негизинен чыгармачылык адистерден турат жана алардын ар биринин аткарган кызматын так бөлүштүрүү менен аткарылуусун көзөмөлдөгөн продюсер же башкы редактор редакциянын ишин жөнгө салат. Андан тышкары редакцияда чыгармачылыктан оолак болгону менен аны тейлеген администратор же менеджер сымал кызматтар да каралган.

Редакциянын негизги чыгармачылык өзөгүн редакторлор түзөт. Редакторлук телевидениеге гезит, андан мурда китеп басмасынан келген адистик болуп саналат. Редактор башатында текст менен гана иштеген. Советтик телевидениеде текстти автор жазгандыктан, редактор ал текстти текшерип, каталарын оңдоо жана көрсөтүүнүн мүнөзүнө ылайыкташтыруу менен гана чектелген. Ал эми азыркы телевизиондук практикада редактор көрсөтүүнүн өндүрүшүнө толугу менен катышып, кээде анын уюштуруучусу да боло алат. Т. а. редактор көрсөтүүнү долбоорлойт, анын байланыштарын изилдейт, техникалык каражаттарын аныктайт жана камсыздайт.

Андан тышкары редакцияда кесиптик практикада жүргөн студенттер, ишке орношо элек жаш ж.б. адистер штаттан тышкары, адатта уюштуруу иштери сымал кызматтарга тартылат.

### Жасалгалоочу цех

Телевизиондук көрсөтүүнүн декорациясы<sup>1</sup> жасалгалоочу цехтерде долбоорлонуп, жасалып, белгиленген убакытта тасмага тартылчу, эфирге чыгуучу павильондорго орнотулат. Жасалгалоочулар аткарган жумушуна жараша сүрөтчү, дизайнер, декоратор, реквизитчи ж.б. болуп бөлүнөт. Булар көрсөтүүнүн жасалгасын долбоор талап кылган тапшырмага ылайык, телевизиондук композициянын мыйзам ченемдүүлүктөрүнө таянып,



КТРКнын сүрөтчүсү Т.Ажимудинов

<sup>1</sup> Фр. decoratio – жасалга.



түп нускада долбоорлошот. Декорацияны долбоорлоодо сүрөтчүнүн чебердиги талап кылынат жана ал студиядагы жарык өзгөчөлүктөрүн да кенен колдоно алган адис болууга тийиш. Анткени жасалга жарык партитурасына түздөн-түз көз каранды болот.

Адатта, буга чейин дизайн кол менен тартылып келген, бирок азыр заманбап программалардын жана техникалардын жардамында компьютер менен долбоорлоо да кеңири колдонула баштады.

Андан соң, долбоордун дизайны кабыл алынып, бекирилген декорация атайын устаканада жасалып, боёлуп, даяр болгон соң аны жумушчулар тобу белгиленген күнү тасма тартылчу аянтка орнотушат.

## Телевизиондук режиссёрлор<sup>1</sup>

Телевизиондук чыгармачылыкта режиссёрлор өз алдынча каралган адистик катмар. Анткени көрсөтүүнүн автору чыгарманын жалпы түзүлүшүн, мазмунун жана уюштурулуусун гана караса, режиссёр анын формасын, композициясын иштеп чыгат. Т. а. режиссёр көрсөтүүнүн мындан аркы башкаруучусуна айланат жана чыгарманын ийгилиги анын чеберчилигинен гана көз каранды. Күчтүү режиссёр начар долбоорду туу чокусуна чыгара алат жана начар режиссёр тетирисинче,



*КТРКнын жасалгалоочу устаканасы*



*КТРКнын жогорку категориядагы режиссеру С.Ниязалиева, 2014-ж.*

<sup>1</sup> Фр. r gisseur – башкаруучу, ынча rego – башкарам.



*КТРКнын жогорку категориядагы режиссеру А.Алдашева монтаж учурунда, 2010-ж.*

жакшы долбоорду талкалап салат. Телевидениеде аткарган жумушунун өзгөчөлүгүнө жараша режиссёрдук адистиктердин бир канча түрү каралган.

Коюучу-режиссёр – көрсөтүүнү долбоорлоодон баштап, эфирге чейинки баскычтарында көркөм-композициялык жумушту аткарган адис. Көркөм-публицистикалык же шоу

долбоорлордун бекитилген сценарийин режиссёрдук тартипте<sup>1</sup> иштеп чыгат, сахналаштырат, коёт<sup>2</sup>, тасмага тартат, монтаждайт жана эфирге чыгарат. Коюучу-режиссёр долбоордун өзгөчөлүгүнө жараша көрсөтүүнү түз эфирде да алып чыга алат.

Программалык режиссёр – алдын ала даярдалган көрсөтүүлөрдү программага ылайык эфирге чыгып туруусун камсыздайт жана жалпы эфирдик сапат, техникалык мүчүлүштүктөр үчүн жооп берет.

Үн режиссёру – көрсөтүүнүн үнүн камсыз кылган адистик жана микрофон, пульт, диктофон сымал үн жабдыктары менен иштейт. Кээ бир үн режиссёрлору долбоордун мүнөзүнө жана татаалдыгына жараша монтажга, андан ары музыкалаштырууга чейин катышат.

Монтаж режиссёру – көрсөтүүнүн долбоорунда каралган тартипке жана атайын монтаж столунда жанр талаптарына ылайык монтаждай алган адис. Ал ошондой эле тасманын тунуктугу, андагы үндөрдүн ж.б. техникалык сапаттарга да жооптуу.

Андан тышкары телевидениеде режиссёрлордун көрсөтмөлөрү менен гана иштеген жардамчы режиссёрлор жана режиссёрлордун ассистенттери адистиктери да каралган. Бул адистер адатта экинчи катардагы иштер менен алек болушат.

<sup>1</sup> Орусча сценарная разработка.

<sup>2</sup> Орусча постановка.

## Оператордук бирикме

Телевидениеде бир да чыгарма оператордун кийлигишүүсүз эфирге чыкпайт. Ар бир чыгарма көлөмүнө, багытына жана жанрына карабай сөзсүз оператордун катышуусу менен ишке ашат. Телекөрүүчү көрсөтүүнү оператордун гана көзү аркылуу көрөт. Оператор телевизиондук мекеменин негизги адистеринин бири жана чыгарманын сапаты анын чебердигинен көз каранды.

Ар телевизиондук мекемеде оператордун иш орду ар башкача тартиптелген. Кээ бир ишканаларда опера-



*Павильондук тасма учуру.  
КТРК, 2012-ж.*

торлор кадимки эле редакцияларга баш иет. Ошол эле учурда операторлор өз алдынча бирикме катары каралган ири телевизиондук мекемелер да бар. Ал бирикмелерде операторлордун ишин башкы оператор жөнгө салат. Ар бир көрсөтүүнүн өндүрүшүн операторлор менен камсыз кылат жана операторлук иштин сапаты үчүн жооп берет. Ири ишканаларда операторлор аткарган кызматына жараша павильондук – туруктуу павильондордо, студияларда иштеген, сырткы – жаңылыктар кызматтары, таңкы ж.б. программалардагы кабарчы операторлор жана операторлордун ассистенттери болуп бөлүнөт.

## Техникалык корпус

Телевизиондук көрсөтүү чыгармачылыктан тышкары техникалык тейлөөгө да өтө муктаж жана чыгарманын сапаты аны тейлеген техникалык камсыздоодон түздөн-түз көз каранды. Жогорку сапаттагы техникалык тейлөөнү – жогорку даражадагы техника жана кесипкөйлүгү жогору адистер гана камсыз кыла алат. Ошол эле учурда кесипкөйлүгү жогору адистер көрсөтүүлөрдү начар техника менен деле өтө сапаттуу тейлей алышат. Тетирисинче, кесипкөйлүгү төмөн адистер жогорку даражадагы техника менен да көрсөтүүнү сапаттуу тейлей алышпайт.



*КТРКнын борбордук аппаратканасы*

Адатта тасма тартылган аянттардын, монтажканалардын, оңдоочу цехтердин, студиялык комплекстердин, үн жазуучу студиялардын ишин камсыздаган видеоинженерлер, видеотехниктер, механиктер, мастерлер, программисттер, IT-технологдор, ж.б. адистер иштеген бирикмелерди техникалык корпус десе болот. Айтмакчы, монтаждоочулар ар компанияда ар кайсы корпуска өтүп турат.

## **АППАРАТТЫК - СТУДИЯЛЫК КОМПЛЕКС**

**А**ппараттык студиялык комплекс (АСК) чыгармачылык жана техникалык тыгыз байланышта иштеген студия жана аны тейлеген аппараттык комплекстен турат.

Студиялык комплекске тасма павильондору, дизайн жана декорация сүрөтканалары, аны жасоочу устаканалар, кийимканалар, реквизитканалар, тасма аянтындагы ишти тейлеген ж.б. кызматтар кирет. Көрсөтүүнүн ийгилиги тасма аянтынын белгиленген ишке даярдыгынан көз каранды. Студиялык комплекс чыгармачылык гана эмес, бир катар техникалык та-





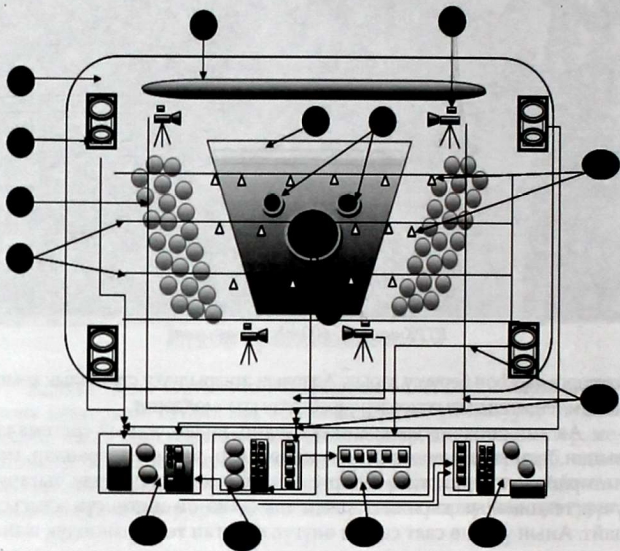
*КТРКнын АСК-600 тасма павильону*

лаптарга да жооп берүүсү зарыл. Алардын аткарылуусу студиялык комплексти тейлеген кызматкерлер тарабынан көзөмөлдөнөт.

Ал эми аппараттык комплекс аудио, видео, жарык системаларынан, пультаар, жер жана асма камералар, рельстер, крандар, мониторлордон турат жана эфирге сапаттуу көрсөтүүлөрдү чыгаруу үчүн техникалык каражаттардын так жана оң иштөөсүн камсыздайт. Анын үстүнө саат сайын өнүгүп отурган телевизиондук жаңы технологиялар өндүрүшкө техникалык каражаттардын акыркы жетишкендиктерин киргизилүүсүн талап кылат.

Бир сөз менен айтканда аппараттык-студиялык комплекс телевизиондук мекеменин негизги өндүрүштүк мүлкү жана телевизиондук чыгарманын сапаты андагы өндүрүштүк тартиптен, чыгармачылык жана өндүрүштүк мамилелерден түздөн-түз көз каранды.

**Төмөндө студиялык комплекстин схемасы:**



- 1- навильон; 2- арткы атайын фон (задник); 3- камералар; 4- аудио динамиктер; 5- массовка үчүн орундуктар; 6- жарык приборлору илинчү штанкеттер; 7- подиум (алып баруучу жана конок үчүн атайын көтөрүлгөн аянт); 8- негизги микрофон; 9- алып баруучу жана коноктор үчүн орундуктар; 10- жарык приборлору; 11- аудио пульт; 12- видео пульт; 13- жарык пульту; 14- навильондук аппараткана; 15- кабелдер.

## Тасма павильону

Атайын каражаттардын жардамында бекитилген долбоорго жана андан чыккан сценарийге ылайык тасма тартууга же долбоорду түз эфирге чыгарууга каралган, тасма аянтын **павильон** дешет. Павильон ошондой эле тасмага керектүү жабдыктар кенен баткан, жарык-композициялык иштерге оңтойлуу жана өрт ж.б. техникалык коопсуздуктун талаптарына жооп берүүсү зарыл. Павильон – атайы студиялык, убактылуу, трансляциялык ж.б. болуп бөлүнөт.

Атайы студиялык павильон андагы ишти тейлеген башка өндүрүштүк цехтердин жакындыгы менен айырмаланат. Т. а. декорация устаканалары, реквизиттер кампасы, кийимканалар ж.б. кызматтар атайын студиялык павильонго жакын орношот.

Атайын тасма павильондору аянтына, аткарган функциясына жараша аталат. Мисалы, КТРКнын АСК-600 павильонунун аянты 600 чарчы метр жана

ал павильондо негизинен көркөм жана шоу программалар тартылат. Ошондой эле аянттагы дагы бир павильон атайын концерттик программалар үчүн каралган. Ал эми аянты 120 чарчы метр келген АСК-120 павильонунда чакан долбоорлор тартылат жана көбүнесе ыкчам маанидеги программалардын түз эфир режиминде чыгуусуна каралган. Азыркы учурда ал павильондон «Замана» таңкы программасы чыгарылып келет.



Телевизиондук комплекстерден сыртта орун алган, техникалык, жарыктык жана көрсөтүүнүн долбоорунун же сценарийинин талаптарына жооп берген, атайы тандалган жана ылайыкташтырылган кафе, ресторандар, клубдар сыяктуу тасма аянттарын убактылуу павильондор десе болот.

Ал эми ири спорттук мелдештер, мамлекеттик деңгээлдеги аземдер, салтанаттар жана майрамдар өткөрүлчү стадиондор, борбордук аянт, ат майдандары сымал аянттар трансляциялык павильондор деп аталат. Анткени ал жердеги окуя эң алды аянтта-

гы көрүүчүгө багытталат жана анын аземдиги жана көркөмдүгү өз алдынча режиссура менен коюлуп, телевидение аркылуу трансляция гана болот. Адатта трансляциялык павильондор мезгилдик мүнөзгө ээ жана алардын техникалык, өрт ж.б. коопсуздуктары азем уюштуруучулары тарабынан каралат.

## Декорация

Декорация<sup>1</sup> телевидениеге театр жана кинодон келген түшүнүк. Театр сахнасындагы декорация реалдуулукту адатта шарттуу гана белгилейт. Б. а. анын реалдуулукка шайкештигине анчейин маани берилбейт. Ал эми кинодо тетирисинче декорация реалдуулукту так белгилөөсү зарыл. Ошондуктан кино тасма павильонундагы декорация реалдуулуктан анчейин айырмаланбайт. Ми-



салы, өткөн кылымдын ортолорунда тартылган «Мосфильм» киностудиясынын павильондук тасмалары чыныгы реалдуу – натуралдык декорациядан алыс эмес.

Ал эми телевизиондук декорация трибуналуулугу менен өзгөчөлөнөт. Т. а. телевизиондук декорация түпкүрүндө

көрсөтүүнүн алып баруучусунун, катышуучуларынын, каармандардын – экрандагы адамдын жалпы көрүүчүлөргө кайрылуусуна ыңгайлашкан. Ошентип, тасма тартылчу аянтка долбоордун талабына ылайык, дизайнер иштеп чыккан схема, эскиз, сызма же дизайн боюнча алдын ала даярдалган жасалганы декорация дейт.

Декорация фон үчүн артка атайын илинген панного коюлат. Панно адатта чүпүрөктөн тигилет жана анын түсү долбоордун талабына ылайык тандалат. Фон декорациянын духун жана маанисин белгилейт. Мисалы, таңкы программанын декорациясы канчалык жарык түстүү болбосун, кара түстүү фонго коюлса, ан-

<sup>1</sup> Фр. decoratio – жасалга.



дагы окуя оор кабылданып, маанайдын жеңилдүүлүгү белгиленбей калат. Ири студиялардагы паннолор атайын өрткө туруштук бере алган суюктуктарга чайкалат.

Декорация бир канча элементтерден турат. Негизги окуя өтүүчү, алып баруучу, коноктор жана массовка орнотуучу мезансцена декорациянын негизги элементи болуп эсептелет. Ал долбоордун мазмуну менен айкалышып, жарык гаммасы менен өз ара логикалык гармонияда болуусу зарыл. Ошондой эле подиум, жарык штанкеттери жана приборлору да декорацияга кирет жана столдор, отургучтар, интерьер эмеректери, колонналар, жарым пландар, атайын планшеттер ж.б. реквизиттер да колдонулат.

Декорациянын элементтери жеңил, жыгач, алюмин же дюралюмин профилдерине фанера кагуу же атайын баннерлерди керүү менен жасалат жана дизайнер каалагандай жарык менен камсыз кылуу үчүн атайын жарык партитурасы<sup>1</sup> жазылат. Андан тышкары декорациянын ар кандай бөлүктөрүн белгилөө үчүн люминисцент лампалары, гирляндар жана дюралайттар да тагылат.

Декорация идеяга канчалык төп келсе, көрсөтүүнүн көрүмдүүлүгү ошончо жогорулайт. Адатта, жакшы декорация кымбат турат, бирок, изденген дизайнер аз каражат менен деле кооз декорация жасай алат.

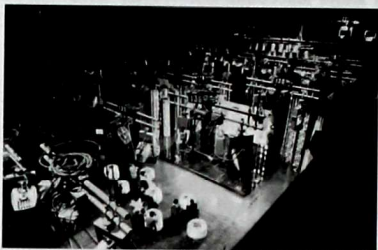
Декорация тасма аянтында башка техникалык каражаттардын кенен жылып жүрүүсүнө тоскоолдук кылбоосу зарыл жана өрт коопсуздугуна да жооп бериши керек. Ошондой эле конвейердик көрсөтүүлөрдүн декорациясы чогулуп, кайра чачылып тургандай жасалат. Анткени, тасма тартылган соң аны жыйнап, келээрки тасма күнү кайра орнотуу оңой болуусу шарт. Телеспектакль же актёрлор катышкан сценаларды колдонгон көркөм мазмундагы көрсөтүүлөрдү атайын сценалык кийимдер сакталчу кийимканалар тейлейт. Ал эми декорациялык деталдар реквизитканадан алынат.

Акыркы кезде виртуалдык декорациялар да кеңири колдонулууда. Адатта, алар атайын компьютердик графика программалары менен тартылат. Анүчүн павильондун керектүү аянтына жашыл кебез илинип, андагы аракеттер виртуалдык декорацияга шайкеш уюштурулат.

<sup>1</sup> Ар бир көрсөтүү үчүн өз алдынча жарык берүү тартиби.

## Декорациялык деталдар

Дарак үчүн жалбырак кандай маанилүү болсо, көрсөтүүнүн жасалгасы үчүн декорациянын деталдары да өтө олуттуу. Саат, ваза, гүл, шырдак, эмеректер ж.б. декорациянын маанилүүлүгүн



КТРКнын АСК-600 павильонунун жарык системасы

толуктап туруучу буюм-тайымдар декорациялык деталдар деп аталат. Бир караганда анчейин көзгө уруна бербегени менен бул буюм-тайымдар көрсөтүүнүн өзүнө гана таандык болгон өзгөчөлүгүн белгилеп турат.

Мисалы, жаңылыктар кызматындагы диктордун алдындагы ноутбук же компьютер телекөрүүчүнүн назарына

урунбаса да, көрсөтүүгө мүнөздүү динамиканы белгилейт. Ал эми көз айнек же колго тагылган саат алып баруучуга керектүү мүнөздүү белгилесе, чимирик («Билерман ордо», ЭлТР) сымал деталдар көрсөтүүнү тартиптейт. Ошондой эле кээ бир деталдар декорацияга атайын сиңирилип, көрүүчүнүн назарын негизги окуяга, павильондогу сюжетке бурганы каралган.

## Жарык берүү системасы

Жарык берүү каражаттары камера, микрофон сыяктуу эле тасма аянтынын сөзсүз керек болгон шаймандарына кирет жана жарык – көрсөтүүнүн мүнөзүн, динамикасын, олуттуулугун белгилөөгө каралган.

Телевизиондук жарык берүү каражаттары атайын студиялык аянттарда шыпка кагылган штанкеттерге туруктуу илинген чырактардан, жерден жарык берүүчү түркүн түтүү софиттерден, кол менен мээлөөчү тобустардан жана атайын музыкалык жарык комплекттеринен, ошондой эле аны башкаруучу жарык берүү пультунан турат.

Жарык комплексин жарык инженери, операторлору, жарык каражаттарынын филтрин алмаштыруучу техниктер тейлешет. Акыркы учурда жарык системалары компьютердик атайын программалардын жардамында иштей алгандыктан, жарык программисттери адистиктери (жарык берүүчү адистер) пайда болду.

Көрсөтүүнүн коюлган жасалгасына ылайык, режиссёрдун жана декоратордун катышуусунда жарык партитурасы түзүлөт. Ал эми музыкалык оюн-зоок долбоорлорунда жарык партитурасы бир канча варианттан туруусу мүмкүн. Жарык декорациянын маңызын белгилеп, анын композициялык өзгөчөлүгүн аныктайт. Жакшы коюлган жарык декорациянын кээ бир мүчүлүштүктөрүн жашырат, маанилүү аймактарын алдыга чыгарат жана көрсөтүүнүн көркүн ачат. Кээде жакшы коюлган жарык менен, декорациясыз деле даярдалган көрсөтүүлөр болот. Жарык долбоордун көркөмдүк талаптарына, техникалык жана өрт коопсуздугуна толук жооп берүү зарыл.



*Жарык берүү пульту*

Телевизиондук техникалык талаптарга жооп бере алган жарык каралбаган убактылуу павильондорго оюн-зоок же массовка катышкан көрсөтүүлөрдү тартуу үчүн атайын жарык комплектери орнотулат. Алардын иши тасма аянтын камсыз кылган электр кубатынан көз каранды. Ал эми жергиликтүү электр кубаты жетпеген учурда автоном кыймылдаткычтардан алынган электр кубаты менен камсыз болот.

Ошондой эле көчмө телевизиондук станциялар да (КТС) убактылуу тасма аянттары үчүн каралган ар түрдүү жана ар кандай кубаттуулуктагы атайын жарык берүү каражаттары менен камсыздалган.

Ал эми маалыматтык, оперативдүү ж.б. автономиялуу тасмаларды тартууда камерадагы жарык каражаты гана иштетилет. Бирок, павильондун аянтына жараша анын кубаты жетишсиз болсо, бир канча 1000 же 5000 ваттык лампалуу каражаттар кошумча иштетилет.



## Аудио система

Үн комплекси студиядагы динамиктерден, микрофондордон, үн чыгаруучу каражаттардан жана алардын ишин тартиптеп, башкарып туруучу аудио пульттан турат. Студиялык аудио система студиядагы окуянын үнүн тасмага жазылуусун же түз эфирге чыгуусун камсыздайт.

Динамиктер аркылуу алып баруучунун, катышуучунун, каармандын, сюжеттеги окуянын, реклама, анонс сымал эфирдеги чыгарманын үнү студияга угулат. Ал динамиктердин жардамы менен



КТРКнын АСК-120 павильонунун үн пульту

режиссёрлор, видео инженерлер павильонго тасма абалына тиешелүү көрсөтмөлөрдү да берип турат. Адатта, ал динамиктерди «катуу байланыш»<sup>1</sup> деп да коюшат. Андан сырткары фонограмманын коштоосунда тартылчу музыкалык чыгармаларды тартууга каралган атайын аудио мониторлор да орнотулат.

Операторлорго режиссёр менен видео инженердин тиешелүү көрсөтмөлөрү камераларга орнотулган наушниктер аркылуу угулат. Керектүү учурда операторлор ошол эле камерадагы кнопкалардын жардамында пульт менен сүйлөшө да алат.

<sup>1</sup> Орусча – громкая связь.



Микрофон аткарган кызматына жараша динамикалык жана электреттик болуп бөлүнөт. Динамикалык микрофондор (*алып баруучулардын, катышуучулардын, каармандардын*) жакын үндү таза жана даана чыгаруу, жазуу үчүн иштетилет. Анын кабелдик жана радио варианттары да каралган жана алар долбоордун өзгөчөлүгүнө жараша тандалат. Көп эл катышкан же кыймылды талап кылган долбоорлордо алып баруучу үчүн кабелдик микрофон ыңгайсыз болгондуктан, атайын радио микрофондор же петличкалар тагылат. Ал эми туруктуу орунда турган алып баруучу, катышуучу же каарман үчүн микрофондор столдорго, трибуналарга же штативдерге орнотулат.

Электрет микрофондору бийик штанкеттерге илинип, оркестрдик, камералык чыгармаларды, пьесаларды, тирүүлөй аткарылчу көркөм коюлган чыгармаларды жазууга эсептелген. Ал микрофондор ошондой эле массовка катышкан же оюн-зоок программаларында залдагы кол чабууларды ж.б. шоокум үндөрдү жазуу үчүн да колдонулат.

Павильондордо ошондой эле алып баруучуга режиссёрдун буйругун жеткирип туруу үчүн кулакка тагылчу динамиктер да каралган. Ал наушниктер телекөрүүчүгө байкалбаганы менен пульттагы режиссёрдун же башка кызматчылардын сөздөрү алып баруучунун көңүлүн алагды кылып, кээде алып баруучуга бир далай ыңгайсыздыктарды жаратат. Буга көнө албаган алып баруучулар режиссёрдук пультту алаңдап карай бергени ошондон.

Студиядагы окуянын үнү аудио пульт аркылуу тасмага жазылат. Аудио пульт монитор жана пульттан турат. Аны аудио аппаратуранын жардамы менен үн режиссёру, анын ассистенти, тейлейт.

Үндүн экрандагы сүйлөп жаткан каармандын кадрдагы масштабына жараша өзгөрүүсү көрсөтүүнүн акустикасы деп аталат. Ал үн режиссёрунун чебердигинен көз каранды. Мисалы, ири пландагы каармандын үнү жакындан чыгат. Ал эми жалпы пландагы каармандын үнү алысыраактан берилет.

## Видео система

Видео системага жер, асма, кран жана рельс камералары, видео мониторлор, алардын ишин тартиптеген режиссёрдук пульт кирет. Видео пульт студиядагы окуянын видео катарын тасмага видео камералардын жардамы менен жазуу үчүн каралган. Режиссёр ар бир



*Режиссердук пультта Б.Шаршенов,  
КТРК, 2012-ж.*

камеранын ишин алдын ала тартиптеп, операторлорго керектүү пландагы жана аракеттеги кадрды буюра алат. Операторлор камералары менен көрсөткөн кадрлар видео пульттагы мониторлорго чыгат, ал эми режиссёр ал кадрлардан каалаганын же жактырганын тасмага тандайт. Тандап алынган кадр негизги программалык монитор-

дон көрсөтүлүп турат. Режиссёр ошондой эле режиссёрдук пульттан алып баруучуга, жарык, видео инженерге жана үн режиссёруна кулак динамиктери (*наушниктер*) аркылуу көрсөтмө берип, аудио пульт, видео инженерлер жана борбордук аппараткана менен тыгыз байланышта иштейт.

Студияга видео көрсөтүү каралган же башка көлөмдүү долбоорлордо режиссёрдун ассистенти жардам берет. Ассистенттен тышкары, студиядагы абалды көзөмөлдөп, тартиптеп турган режиссёрдун жардамчысы болот. Ал да түздөн-түз режиссёрдун көрсөтмөсү менен иштейт.

Видео пультта кадрды өзгөртүүчү атайын эффекттер да каралган. Ал эми титр терүүчү компьютер ага жандаш жайгашкан. Анын жардамында субтитрлерди ж.б. титр маалыматтарын тасма тартылып жаткан учурда эле берсе болот.

Видео пульттан тасмага бир эле учурда бир канча режимде тартуу мүмкүнчүлүгү да бар. Тагыраак айтканда жакшы даярдалган көрсөтүүнү түз эфир режиминде тартса болот. Адатта, мындай тартип менен бир сменде бир канча көрсөтүүнү тартканга жетишкен адистер бар. Ал эми атайын коюлган көркөм же көлөмдүү оюн-зоок долбоорлорун токтоп тартууга туура келет. Ошондо да көрсөтүүнүн олуттуулугу анын даярдыгынан көз каранды.

Студияга адатта, бир типтеги камералар орнотулат. Бирок, кээ бир студияларда кранга жана асма үчүн классы башка камералар да

колдонулган учурлары кездешет. Ошондой эле студияда чоң видео мониторлорду көрсө болот. Ал мониторлор бир эле учурда декорация элементи, тасмага жазылып жаткан вариантты көрсөтүүчү жана алып баруучуну багыттоочу каражат катары да кызмат кылат.

## АППАРАТУРА

Студиядагы окуя камералар аркылуу режиссёрдук негизги пультка видео инженерлердин көзөмөлүнөн кийин жетет. Т. а. студиядагы объект камеранын объективине нур шооласы аркылуу чагылганы менен, андагы атайын агрегаттар аны электр сигналдарына айлантип, кабелдер аркылуу алгач аппараттык комплекске жиберилет жана ал жерде режиссёр тандап алган кадрдын жана анын үнүнүн сапаты техникалык талаптарга шайкеш келсе гана электр сигналдары магниттик импульска айланып, тасмага магниттик негизде жазылат.

Мына ушул ары кызыктуу, ары татаал кубулуштардын процессин көзөмөлдөп жана жөнгө салып туруучу приборлор орнотулган жайды аппараттык комплекс деп аташат. Бул комплексте ар түрдүү функцияларды аткарган блоктор, көрсөткүчтөр, мониторлор жана пульттар орнотулган. Аларды видео инженерлер жана видео техниктер тейлейт. Алар режиссёр, жарык берүүчү жана үн режиссёру менен тыгыз байланышта иштейт. Анткени, тасмага тартылып жаткан объект техникалык атайын талаптарга жооп бербесе кадр брак болуп, экранга сапаты начар чыгат. Аппараттык комплекске борбордук аппараткана жана ар бир студиянын (*навильондун*) аппарат блоктору кирет.



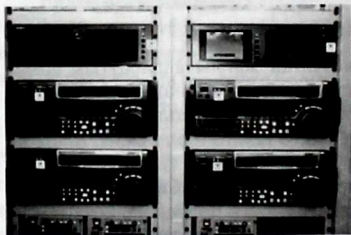
"КАДР-3" видеомагнитофону



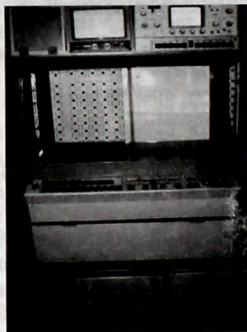
## Тасма жазуу системалары

Телевидениенин башатында обого фото баяндамалардын, кол сүрөттөрдүн, алып көрсөтүүлөрдүн ж.б. ыкмалардын жардамында даярдалган көрсөтүүлөр чыкчу. Кийинчерээк экрандагы окуяны кайталоо зарылдыгы келип чыкты жана спектаклдерди кайталап ойноо, концерттерди кайра уюштуруу өтө оор түйшүккө айланды. Мындан окуяны сактап калуу маселеси алдыга чыкты. Аны экрандан кино тасмага тартуу кымбат, анын үстүнө сапаты да начарлап жана ыкчамдуулугу жоголот. Бул маселе өткөн кылымдын 50-жылдарынын аягында америкалык Апрех<sup>1</sup> фирмасы электро магнит сигналдарын ферромагниттик тасмага түшүрүү сунушу менен чечилген. Ошондон баштап телевидениенин тарыхында кескин бурулуш жасалды жана келечекте чексиз мүмкүнчүлүктөр пайда болду. Телевизиондук өндүрүштө камера алып берген кадрдын жазуу каражатына түшүрүлүүсү – тасмага тартуу доору башталды. Тасмага тартуунун пайда болуусу менен телевизиондук журналистиканын дээрлик бүт жанрлары жаңы баскычка көтөрүлдү.

1970-жылдары кыргыз телевидениесинин студиялык программалары эки дюймдук видео магниттик тасмаларга түшүрүлө баштады. 1992–95-жылдары Жаш Гвардия бульварындагы жаңы комплекске көчөөрү менен студиялык тасма бир дюймдук<sup>2</sup> кийинчерээк «Betacam»,



«Betacam SP» видеомagneтaфондору



Айтылуу "Дюймовочка"

<sup>1</sup> Александр Матвеевич Понятов негиздеген фирма.

<sup>2</sup> Элдер «дюймовочка» деп аташчу.



«Betacam SP» жана «MPEG» магниттик тасмага тартуу ишке киргизилди.

Ал эми жаңылыктар кызматынын же сюжеттик көрсөтүүлөр үчүн өндүрүштө «Кинор» камерасы менен тартылчу 16 мм кино тасмаларга тартылган. Тартылган тасма химиялык реактивдер менен атайын цехтерде чыгарылып<sup>1</sup>, кургатылган соң редакторлук көрүүгө берилген. Кызыгы бул тасмалардын видеосу камерага, ал эми үнү атайын аудио магнитофонго жазылып, монтаж учурунда гана бириктирилчү. Айтмакчы, бул тасмалар 1990-жылдарга чейин колдонулуп келген.

1980-жылдардан баштап кыргыз телевидениеси ТЖК, ананыраак «VHS» жана «CVHS», ал эми «Betacam», «Betacam SP», кийинчерээк «DVcam», «mini DV» системаларына өттү.

### Көчмө телевизиондук студия (ПТС)

КТС – эң керектүү жана олуттуу техникалык каражат. Анткени, алыскы райондордон же чоң программадагы мамлекеттик актыларды, оюн-зоок программаларын студиядан сыртта, жогорку сапатта тартуу КТСсыз мүмкүн эмес. Илгерки КТС – камералар жүктөлгөн камерваген, үн жазылчу тонваген, жарык жана ток бе-



*"Магнолия" КТСи жана анын камерасы. 1982-ж.*

рүүчү автономиялык лихтваген агрегаты, видео аудио пультаар, аппараттык блоктор бир нече унааларынан турган. Кийинчерээк жогорудагы унаалар модернизацияланып, бир «Магнолияга» баткан.

Ал эми азыркы КТСтар (мини КТС) чакан микроавтобустарга батып гана калбастан республиканын каалаган чекитинен спутник аркылуу түз эфир режиминде трансляция кылууга кудурети жетет.

<sup>1</sup> Орусча проявка плёнки.

## ӨНДҮРҮШТҮК ЖЫЙЫНДАР

**Ч**ыгармачылык жана техникалык тейлөө корпустардын иш тартиби алгач өз алдынча жөнгө салынат. Тагыраак айтканда чыгармачылык корпустагы өндүрүштүк процесс андагы бирикмелердин өзгөчөлүктөрүнө жараша тартиптелет. Мисалы, долбоорлордун редакциялык саясатка шайкештиги, каржы, техникалык камсыздоо маселелери толугу менен редакцияларда чечилет жана чыгармачылык талаптары орундалган долбоорлор гана жылдык иш планга жана телеканалдын жалпы эфир чарчысына сунуш кылынат.

Андан ары өндүрүш бекитилген эфир чарчысына ылайык иш пландары аркылуу жөнгө салынып, аткарылуусу көзөмөлдөнөт. Ар бир көрсөтүүнүн бекитилген долбоорго ылайык, өзгөрүүсүз обого үзгүлтүксүз чыгып туруусу камсыздалат.

Редакциянын жумалык жыйынында өткөн жумадагы обого чыккан көрсөтүүлөр, алардын сапаты талкууланып, келээрки жуманын иш пландары бекитилип, даяр көрсөтүүлөр обого сунушталат жана программа бөлүмүнө атайын сунуш берилет.

Планёркалар операторлордук бирикмелерде, жарык берүү цехтеринде да өткөрүлөт жана пландаштырылган көрсөтүүлөргө операторлор дайындалат. Ал эми жасалгалоо цехтеринде пландагы ар бир көрсөтүү үчүн атайын кызматкерлер бекитилет.

Ошондой эле жумалык жыйындар техникалык тейлөө цехтеринде да планёрка өткөрүлүп, өткөн учурда кетирилген мүчүлүштүктөр талкууланып, келээрки жуманын иш тартиби бекитилет. Бул бирикмелер тейлөөчү болгондуктан жылдык, кварталдык же айлык иш тартиптери чыгармачылык пландардан көз каранды. Ошого карабай техникалык кызматтар чыгармачылык пландарды түзүүгө катышып, техникалык мүнөздүү маселелерде керектүү өзгөртүүлөрдү киргизе алат.

Жогоруда каралган ар бир корпустун иш тартиби өз алдынча тартиптелгенине карабай, алардын ортосундагы өндүрүштүк мамилелер жана макулдукта иш алып баруусу жалпы планёркаларда жөнгө салынып, тартиптелет.

Мындай жалпы жыйындардын бири башкы директордун орун басарынын деңгээлинде продюсерлердин, башкы редакторлордун жана техникалык цехтердин жетекчилигинин катышуусунда өткөрүлөт. Бул жыйында да өткөн жумадагы аткарылган эфирдик план

иликтенет жана келээрки жуманын программасы каралып, анын чарчыга шайкештиги талкууланат. Редакциялар сунуш кылган көрсөтүүлөрдүн даярдыгы такталат. Даяр эмес, чийки же талапка жооп бербеген көрсөтүүлөр эфирден алынат жана ага жооптуу кызматкерлерге тиешелүү чаралар колдонулат. Майрамдар, официалдуу визиттер же алдын ала күтүлбөгөн саясий, социалдык же коомдук буюртмалар да өндүрүштүк структураларга керектүү көрсөтмөлөрдү берүү менен ыкчам мүнөздө чечилүүсү камсыздалат.

Башкы директордун катышуусундагы жумалык жыйын акыркы инстанция болуп эсептелет. Андан кийин эфирдик тартипти (башкы директорду эске албаганда) эч ким өзгөртө албайт жана бул чечим жумалык программаны алдын ала жарыялаган гезиттерге, интернет булактарына дароо жарыяланат. Бул жыйында программага киргизилген көрсөтүүлөрдүн каналдын негизги саясатына, мамлекеттик идеологияга, мыйзамдуулукка шайкештиги такталат. Ошондой эле талапка жооп бербеген же жагдайга жараша себептерден улам кээ бир көрсөтүүлөр эфирден алынат. Айтмакчы, эфирден алынган көрсөтүүлөр оңдолуп же жагдай кайра каралса кайрадан эфирге коюлат.

Ошентип, телевизиондук долбоордун ийгилиги чыгармачылык жана техникалык корпустун өндүрүштөгү активдүү ички карым-катнашы аркылуу камсыз кылынат. Ошондон улам көбүнесе редактор, видео инженер, режиссёр, техник, сүрөтчү жана оператордун чыгармачылык редакцияда же техникалык комплекстерде чогуу жүргөнүн көрүүгө болот.

**4**-бап

# ЭКРАН ТИЛИ

ТЕКСТ

КАДР ЖАНА ПЛАН

РАКУРС

ЖАРЫК

КОМПОЗИЦИЯ

МОНТАЖ



## ЭКРАН ТИЛИ

**Т**елевизиондук чыгармачылыктын көркөм каражаттарын экран тили десе болот. Экран тилин экрандагы сөз же көрсөтүүдөгү текст менен чаташтырбоо керек. Анткени телевидениенин чыгармачылыкка негизделген массалык-маалымат каражаты катары өзүнө гана жарашкан текст, кадр, план, ракурс, композиция, титр сыяктуу белгилерден жана музыка, жарык ж.б. көркөм каражаттардан, усулдардан турган технологиялык өзгөчөлүктү экран тили деп түшүнүү керек.

Экран тили телевидениеге кинематографтан өткөн жана жаңы шартка ыкташканын эске албаганда, ага коюлган талаптар кино шартындай эле бойдон калган.

## ТЕКСТ

**Ж**урналистика дайым турмушту жана аракеттеги адамдын жашоосун көрсөтүү менен алек. Бирок, бул түйшүктө ага кадр, ракурс, жарык же композициянын өзү али жетишсиз. Ага чынында тирүүлөй сөз керек. Болгондо да кинодогу сөздөн айырмаланып, телевизиондук көрсөтүүнүн текстти жашоо сүртүмдөрүнө жакын, андагы азыр жашап жаткан адамдын сөзү болуусу зарыл. Ошол эле учурда телевизиондук текст адаттагы басма сөз текстинен да айырмаланып туруусу зарыл. Ошондуктан гезитке макала жазгандын баары эле телевизиондук текстти жаза бербейт. Анын үстүнө экрандагы образ менен сөздүн байланышы татаал көрүнүш. М.Андронников: «Космонавттын орбитадан кабыл алынган жүзүн түшүндүрүүгө сөз жок», – демекчи кээде экрандагы сөз андагы каармандын образына ашыкчалык кылат.

Бирок, илимий ачылыштар, саясий жана коомдук кубулуштар сымал турмуштун дээрлик калган көрүнүштөрү журналисттик текстти – түшүндүрүүнү талап кылат. Демек, экрандан көрсөтүлүп жаткан окуяны түшүнүктүү жеткире билүү телевизиондук журналисттен сөз чебердигин талап кылат.

Ошол эле учурда экрандагы аракеттин аземдик деңгээлине баа берүү – кадрды сындоодон башталат. Адам табияты үнгө караганда

сүрөттү бат кабылдайт жана журналисттик текст кадрдан көз каранды. Ошондуктан, текст жазуу чебердиги кадр менен сөздүн айкалышуусун, логикалык өзгөчөлүктөрдү таба билүүдөн башталат.

Журналист эң алгач кайсы учурда тексттин мааниси видеокатарга сөзсүз дал келүүсүн, кайсы учурда сөзсүз дал келбешин, кайсы учурда текст видеокатарсыз берилүүсүн жана кайсы учурда тексттин ордуна интервью, интершум ж.б. иштетилүүсү керектиги сымал негизги эрежелерди терең өздөштүрүүсү зарыл.

Бир сөз менен айтканда экрандагы сөз телекөрүүчү менен каармандын маеги болуп, алардын өз ара мамилесине өбөлгө түзүү керек. Андан сырткары экрандагы текст окуя, анын катышуучулары, каармандарынын аттары, окуя болгон жер ж.б. жагдайлар тууралуу так, текшерилген гана маалыматты берүүсү зарыл. Тактыктан көрүүчүнүн ишеничи артат. Тетиристинче такталбаган маалыматтан улам көрүүчү маалымат ээсине, булагына жана каражатына иренжийт. Ал эми техникалык себептерден кетирилген мүчүлүштүк үчүн кечирим сурап, аны оңдоп койгон туура болот.

Окуя ар тарабынан изилденип, иликтенген маалыматтын негизинде берилген журналисттик материал адилеттүүлүк негиздерине таянат. Эгер окуянын, анын катышуучусунун, каармандын ою берилсе, ага каршы тараптын да ою, же жок дегенде ага болгон көз карашы берилүүсү зарыл.

Телевизиондук текст кандай гана жанр болбосун көтөрүлгөн маселенин негизи ачык жана аныкталган маселелерди камтып, жалпы телекөрүүчүлөргө түшүнүктүү жана жеткиликтүү даярдалуусу керек. Өзгөчө, коомдук мааниге ээ, экономикалык жана саясий долбоорлордун текстти негизги маселенин маанилүүлүгүн, ордун, аны чечүү жолдорун да кошо көрсөткөнү дурус.

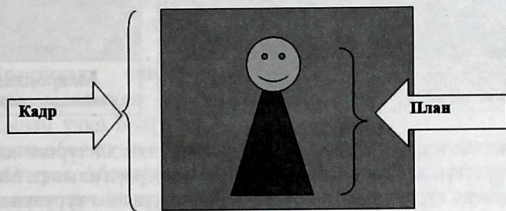
Журналисттик текст ыкчамдуулукту шарттоосу зарыл. Тарыхый жана даректүү чыгармаларды эске албаганда, дээрлик калган жанрлардагы материалдар ыкчам жана келечекке багытталган тексттерден туруусу зарыл.

## КАДР ЖАНА ПЛАН

**К**адр фотография табиятынан алынган түшүнүк. Анткени, фотоаппараттын бир тартканы бир кадр деп эсептелет. Адаттагы кино тасманын бир секундасына 24 фото кадр батат. Антпесе, тасма же ымдап же тыпырап калат. Адамдын көзү да секундына 24 кадр ылдамдыктагы тасманы гана көрө алат.

Кино камера объектти тасмага өзү кадр кылып бөлүп тартат. Ал эми магниттик же санариптик негизде жазылган телевизиондук тасмада кадр ылдамдык ченеми катары гана каралат. Кээде бир камера менен тартылган тасмаларда, оператордун камеранын кнопкасын тартууга баскандан баштап, токтотконго чейинки убакыттагы тасманы да кадр дешет. Мындай кадрлардын узундугу ар башка, кээде секундага да жетпейт, а кээ бир кадр сааттарга созулат. Телевизиондук практикада мындай кадрдын узундугу 5–15 секунд-дан ашпайт.

Ал эми затында оператордун тасма процессинде койгон атайын койгон же камеранын объективиндеги композицияны кадр десе болот. Кадрдын композициясын уюштуруу чоң чебердик.

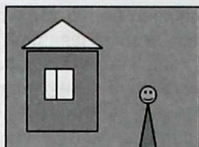


Ошондой эле планы да кадр деп аташат. Чынында кадр менен пландын айырмасы чоң. Кадр – мейкиндиктин экран камтыган бөлүгү. Бул мейкиндик чыгармачылык талапка ылайык тандалат. Ал эми план – кадрдагы объекттин масштабы жана мүнөзү, т. а. ал тасмага тартылып жаткан объекттин чоңдугун көрсөтөт. Ал чоңдук объективге чейинки аралыктан көз каранды.

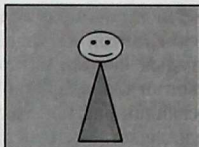
### Пландын түрлөрү

Кадрдагы пландын өзгөрүүсү кино процессинен келген жана көрүүчүнүн зерикпөөсү, автор белгилеген кайсы бир каарманга, кыймылга, деталга көңүлүн буруу үчүн каралган ыкма. Пландардын чеги да эбак белгиленген жана телевидение бул тартипке дээрлик жаңылык кошо алган жок. Ошондуктан телевизиондук практикада колдонулган пландар кино пландардан айырмасы жок.

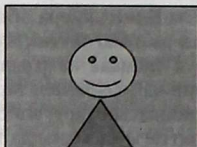




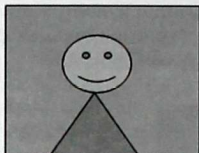
**Алыскы план**  
(объект жана чөйрө)



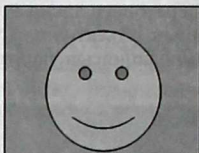
**Жалпы план**  
(объект толугу менен)



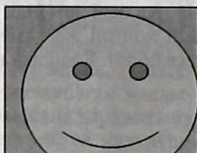
**Орто план**  
(адам тизесине чейин)



**Бел план**  
(адам белине чейин)



**Ири план**  
(адамдын башы)



**Макроплан**  
(деталь, мисалы, көзү)

Алыскы план тасмага тартылчу объектти ал турган чөйрөгө тиешелүүлүгүн далилдөө, белгилөө (байлоо) үчүн алынат. Мисалы, курулушчуну курулуп жаткан үйгө байлоо үчүн аны курулуп жаткан имаратка кошо же анын фонунда, жанында тартат.

Жалпы план алыскы пландан жакыныраак жана адатта каармандын же объекттин тегерегиндеги кыймылдарды көрсөтүү үчүн, анын турган дарегин белгилөө үчүн алынат. Мисалы, жол боюнда тартылган тасмага, каармандын артынан өтүп турган авто транспорттор да алынуусу зарыл жана анүчүн жалпы план колдонулат.

Орто план назарды каармандын аракетине кадоо үчүн алынат. Бул планда каармандын кыймылы, анын кол жаңсоолору, көзү тиктеген тарап маанилүү. Бул пландар очерктерде, сюжеттерде жана маалыматтык интервьюларда көп колдонулат.

Бел план орто пландан ирирээк жана бул планда каармандын сөзү гана маанилүү. Т. а. бул көрүүчүнүн назарын каармандын сөзүнө буруу үчүн алынат. Бул пландар очерктерде жана аналитикалык долбоорлордо көп колдонулат.

Ири планда каармандын маанайы, эмоциясы алдыга чыгат. Анын көз ирмемдери, илебинин ж.б. дене мүчөлөрүнүн кыймылы

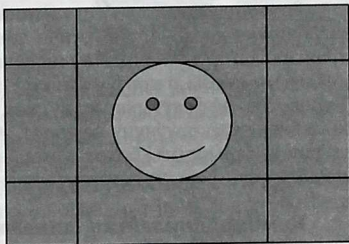


маанилүү. Ири план адатта көркөм жана шоу долбоорлорунда көп колдонулат. Мисалы, викториналарда учурунда оюнчунун реакциясы ири планда көрсөтүлөт.

Макропланда маанилүү деталдар гана алынат. Мисалы, каармандын колундагы калем, монтаж учурунда чапталат. Портреттик очерк, даректүү тасма сымал көркөм долбоорлордо макро план монтажсыз эле, негизги тасма учурунда камеранын кыймылы менен алынган да кездешет.

Кадрдагы объекттин абалына анын өлчөмү, келбети, жарык, фонго жарашканы ж.б. факторлор таасирин тийгизет.

Практикада оператор экранды кыялында узунтуурасынан үчкө бөлүп карайт жана объекттин маанилүү бөлүгүн ошол чарчынын борборуна жайгаштырат. Айтмакчы, кадрда сөзсүз жашоо болуусу зарыл. Мисалы, желек тартылып жатса, оператор желек шамалга ыргалган учурун күтөт же асабага чымчык конгонун тартат. Эгер аялдамада турган автобус тартылса, кадрга ага отуруп жаткан жүргүнчү же анын жанынан өтүп жаткан башка транспорттор да кошулуусу зарыл.



План динамикалык мүнөздөмөгө ылайык төмөнкүдөй бөлүнөт:

**Каткан кадр же даректүү план.** Тасма тартылган жердин географиялык координаттарын билдирген, айыл-шаарлардын, мекеме-ишканалардын аттарын билдирген, жол эрежелерин белгилеген көрсөткүчтөр, ишкананын дарек тактайы, б. а. көрүүчү сөзсүз окуусу керек болгон жазуулар ж.б. видео кадрлар – каткан же даректүү план деп аталат. Мындай кадрда жашоонун болуусу шарт эмес. Бирок буга фото сүрөт жарабайт. Психологиялык атайын долбоорлорду эске албаганда андан башка учурларда даректүү кадрлар алынбайт. Анткени телекадрды фото сүрөттөн жашоо айырмалап турат.

**Динамикалуу план.** Көрүүчүнүн назары болуп жаткан окуяга гана кадалуусу зарыл. Мындай кадрда окуя гана маанилүү жана аңүчүн камера жылуусуз, туруктуу абалда штативке орнотулат. Камераны кыймылдатпай тарта алган оператор желкеден тартса да болот. Объективдин фокусу да туруктуу, бирок кадрда табигый кыймылдар бар. Бул кадр репортаждарда колдонулат.

**Атайын жасалган динамикалуу план.** Окуя өз алдынча өнүккөнүнө карабай, ага өзгөчө динамика берүү үчүн камеранын трансплокаторунун жардамы менен панорама, отъезд, наезд, фокус аралыгын атайы өзгөртүү сыяктуу кыймыл эффекттери берилет. Бирок, бул эффекттерди жөнү жок иштетүү көрсөтүүнү таятма кылат же телекөрүүчүнү чарчатат. Ар бир эффекттин өз алдынча колдонуу зарылдыгы болот. Мисалы, бир канча объекттин ичинен маанилүүсүн фокусту өзгөртүү менен белгилейт.

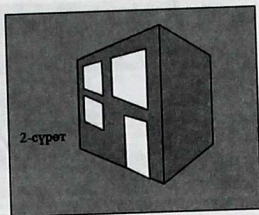
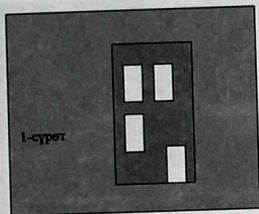
**Комбинацияланган динамикалуу план.** Бул реалдуу жана атайын динамикадагы пландардын комбинациясы. Бир эле көрсөтүүдө туруктуу жана камера берген кыймылдагы кадрлар кошо колдонулат. Мисалы, интервью туруктуу кадрда берилсе, кадр сыртындагы текст анын динамикасына жараша панорама, отъезд же наезддер менен тартылат. Ошондой эле монтаж планы деген түшүнүк да бар, ал – чыгарманын белгилүү маанидеги учуру тартылган тасма кыйкымы.

## РАКУРС

**Р**акурс<sup>1</sup> – деп, илгери сүрөт чыгармачылыгында буюмду, объектти түз кароо огуна оңго же солго «курстан» жылууну айтышкан. Кинодо да ракурсту алгач ушундай эле түшүнүп келишкен. Ал эми телевидениенин өнүгүүсү ракурс түшүнүгүн да өзгөртүп, кадрдын объектив огуна каалаган тарапка (*перспектива*) кыйшаюусун атап калышты. Мисалы, имаратты так маңдайдан тартса да болот (*1-сүрөт*), бирок, аны бурчунан, камеранын бир аз ылдыйлатып тарткан кадры (*2-сүрөт*) кызыктуураак болот.

Ракурс объектке назар салынган чекит, т. а. камера орнотулган орун жана объекттин мейкиндиктеги орду менен шартталат. Камер-

<sup>1</sup> Фр. rаssourсir – кыскартуу.



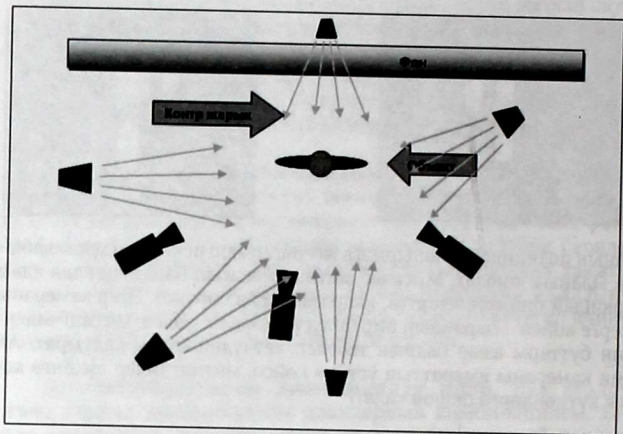
ранын позициясы тапшырмага же чыгарманын көркөмдүк талабына ылайык коюлат. Мисалы, митингке чыгып бараткан элди адам боюндай бийиктен тартса, кадр маанисиз көрүнөт. Эгер камераны жерге койсо – экрандын бир бөлүгүн асфальт ээлеп, митингчилердин буттары азыр баарын тебелеп кетчүдөй сезим калтырат. Ал эми камераны имараттын үстүнө койсо, митингчилер дүкөнгө кезек күткөндөргө окшоп калат.

## ЖАРЫК

**Ж**арык образдын тактыгы үчүн өтө зарыл шарт. Жарык объекттин түсүн белгилеп, көлөмүн аныктап жарык эмоциясын пайда кылат жана аны мейкиндикте бекемдейт. Бир эле план же кадр жарыктын жардамы менен ар кандай маанайды билдирүүсү мүмкүн. Телевидениеде жарыктын бир канча түрү каралат:

Фронталдык жарык – объектке жарык бет маңдайынан берилет. Эгер тасма сыртта тартылса, күндүн бетке түз тийүүсү фронталдык жарык болуп эсептелет. Тасма павильондо тартылган учурда жарык камеранын артынан берилет. Фронталдык жарык негизинен жалпы жарык берүү үчүн каралган жана объекттин образын бул жарыктын өзү эле толук ачып бере албайт. Жалгыз фронталдык жарыкта объект фонго чапталып калгандай сезилет. Фондун терендиги жоголот.

Диagonalдык жарык деп – объектке камеранын огуна 30–60° четтен берилген жарыкты аташат. Бул жарык объекттин көлөкөлөрүн пайда кылат жана рельефин белгилеп, негизинен көлөмүн аныктайт. Четтен берилген жарык фондун терендигин да берет. Өзгөчө, павильондук тасмаларда жакшы коюлган diagonalдык жарык тар фонду да терең (алыс) кылып көрсөтө алат. Ошондон улам



телевизиондук студияларда артка (фонго) же алдыга (камерага) жакын диагоналдык жарыктын түрөрү каралган.

Контр жарык объекттин артынан берилет жана анын келбетин чыгарат. Анткени, объекттин контуру белгиленбесе, кээ бир түстөрү фон менен сиңишип кетүүсү ыктымал. Ал эми туура эмес берилген контр жарык камеранын объективине түз тийип, кадрды булгайт. Жалаң гана контр жарык каралган кадрда келбет (силуэт) гана калат. Контр жарык көбүнесе павильондук тасмаларда сөзсүз коюлат. Ошондуктан жарык каражаттары менен жабдылган студияларда контр жарыктын бир канча түрү колдонулат.

Андан сырткары телевизиондук студияларда объекттин үстүнөн жана астынан берилчү жарык каражаттары да орнотулган.

Жарык ошондой эле фонго да берилет жана анын да терендиги үчүн түс гаммасы атайы жарык партитурасында жазылат.

Телевизиондук өндүрүштө бир эле учурда жогорудагы жарык ыкмалардын чогуу колдонулганын да байкаса болот. Т. а. бир эле объектке жарык ар тараптан берилип, анын образы, эмоциясы толук аныкталат. Жарык берүүчүнүн, дизайнердин жана сүрөтчүнүн чебердиги мына ушунда даана байкалат. Жакшы коюлган жасалганы начар жарык бузгандай эле, кээде начар жасалганы жакшы





коюлган жарык деле ажарын ачып коё алат. Анын үстүнө тасма процессинде ар түстүү фильтрлер да кенен колдонулат.

Сыртта же реалдуу натурада тартылган кино павильондорунда жогорудагы жарык көбүнесе табигый жарыкты толуктоо үчүн колдонулат. Мындай усул телевизиондук өндүрүшкө да дароо эле кирип, негизги шарттары азырга дейре сакталып келет. Айтмакчы, табигый жарык менен атайын жарыкты алмаштырбоо зарыл.

## КОМПОЗИЦИЯ

**К**омпозиция<sup>1</sup> деп көркөм чыгармачылыкта бир канча элементтердин түзүлүүсү, жарык берилүүсү менен бүтүндөлгөнүн айтышат. Т. а. композиция – чыгарманын толуктугун жана өз ара байланышын, структуралык биримдигин камсыз кылуучу көркөм форманын маанилүү компоненттеринин бири.

Композициянын максаты – автордун идеясын кабыл алуучуга көркөмдөп, чындыгын бузбай жеткирүү жана композиция объект-

<sup>1</sup> Лат. compositio – түзүү, байлоо, ойлоп чыгаруу деген мааниде.

тин мейкиндиктеги көлөмдүк, жарыктык жана көлөкөлүк пропорциясын туура чечүү менен шартталат. Телевидениеде объекттин мүнөзүн ачып берүү композициянын негизги тапшырмасы жана ракурс, объективдин бурчтук кенендиги, камеранын тартуу линиясынын бийиктиги, камерадан объектке чейинки аралык жана кадрдын тереңдиги, жарык жана фокус – композициянын негизги каражаттары болуп саналат.

Ошондой эле композицияда фон да чоң ролду ойнойт, анын негизги объекттен алыстыгы кадрдын тереңдигин көрсөтөт. Дубалга илинген килем жана анын түбүнө отуруп алган объект эң начар композициянын ачык мисалы.

Телевизиондук практикадагы композиция павильондорду жана студияларды жасалгалоодо өзгөчө мааниге ээ жана классикалык көркөм (*борбор, пропорция, ритм, статика, динамика*) өнөр ыкмалары менен тыгыз байланышат.

Композициянын калыптанып келген бүтүндүк, турмуштук контрасттар жана өз ара баш ийүү сымал мыйзамдары да бар жана негизинен бир канча түрдөн турат:

- Фронталдык (*тегиз*) – витраж, фреска, картина;
- Көлөмдүү – скульптура, архитектура;
- Терең – мейкиндиктеги мейкиндиктен, объекттер жана алардын ортосун түзгөн архитектуралык ансамбль.

Тасма аянттарын долбоорго шайкеш жасалгалоодо да композициянын белгилүү усулдары колдонулат. Төмөндө алардын кээ бирлерине токтололу:

- Катмарларга бөлүү – тасма аянтындагы жасалга – фигуралар, элементтер менен мейкиндикти белгилейт, анын чегин аныктайт;

- Пландарга бөлүү – жасалга эки же андан ашык пландарга, аянттарга бөлүнөт. Мисалы шоу долбоорлордогу коноктор жана массовка бир бүтүндүктө иштесе да ал аянттар өз алдынча композицияланат;

- Жарык менен мейкиндик түзүү – мейкиндик, тасма аянтынын чеги жарык менен аныкталат;

- Мейкиндиктин деңгээлин аныктоо – тасма аянтынын кенендиги гана эмес анын рельефтик бийиктиги (*же чукулдугу*) да белгиленет. Бир тегиздиктеги аянт да жок дегенде эмеректер, терезе, эшик, дубал ж.б. элементтер менен мейкиндиктин деңгээлин билдирип туруусу зарыл;

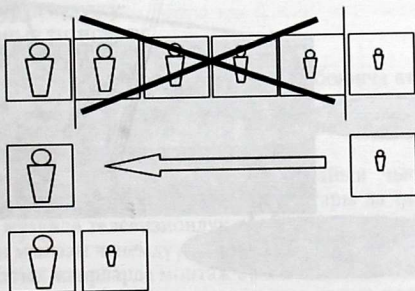
• Мейкиндик пластикасын түзүү – көрүүчүгө жылып же бастырып баратчудай коюлган фигураларды, мейкиндиктин борборун анык жана симметрияда коюу.

Андан тышкары композиция негизги объектти дайым борбордо кармоого буюрат. Бирок, телевизиондук практикада бул дайым эле иштей бербейт. Мисалы, маалымат программаларындагы дикторлор, аналитикалык көрсөтүүлөрдөгү алып баруучулар кээде атайын дизайнга ылайык кадрдын бир четине жайгаштырылып, а кээде кадрдан чыгып кеткени да кездешет. Анткени, телевидение режиссёрдун кадрды заманбап ритмде композициялаганына уруксат берет.

Композициянын негизги мыйзамдары алгач сүрөт, театр, кино искусстволорунда кадыресе калыптанып калганына карабай, телевизиондук жасалгада дагы да жаңы типтерди пайда кыла алды. Өзгөчө, виртуалдык студиялардын жасалгасы буга мисал болот.

## МОНТАЖ

**М**онтаж – телевизиондук чыгарманын реалдуу образга айланган, өтө маанилүү өндүрүштүк баскычы. Адатта, монтаж экрандагы чыгармалардагы ар башка сюжеттик линияларды бир логикалык сызыкка тизүүдө, каармандын маалыматын далилдеген кадрды берүү жана объекттин маанилүүлүгүн белгилеген жагдайларды көрсөтүү үчүн колдонулат. Бир сөз менен айтканда тасманын керектүү гана кадрларынын сценарийге ылайык логикалык бир тизмекке кооздоп тизилүүсү – **монтаж**<sup>1</sup> деп аталат.



<sup>1</sup> Фр. montage – чогултуу.

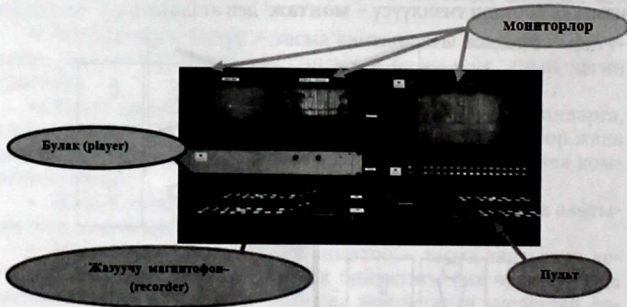
Телевидениенин башатында көрсөтүүлөр эфирге түз чыккан жана монтаж кино сүрөттөмө, кино хроника же кино тасма колдонгон учурда гана иштетилген. Кийнчерээк жаңылыктар түрмөгүндөгү маалыматтык материалдар ж.б. сюжеттер да 32 мм, кийинчерээк



Телевизиондук кинотасманын монтаж столу

16 мм кино тасмаларына тартылып, кино монтаж столдорунда атайын адистин жардамында режиссёрдун көрсөтмөсү менен чыгарманын сценарийине ылайык топтолгон. Тасма монтаждын классикалык формуласына ылайык бир булактан – калтектен<sup>1</sup> берилип, монтаждалган материал экинчи калтекке чогултулган.

Телевизиондук өндүрүштө ферромагниттик тасмага жазуудан баштап, монтаж столдору да өзгөрүп, анда иштөөнүн тартиби да жаңыланган. Т. а. кино тасмадан айырмаланып, алгач тасмалар 2 дюймдук, анан 1 дюймдук калтектерге, кийинчерээк кассеталар-



<sup>1</sup> Орусча катушка.



га жазылып, монтаж столдору ал технологияларды ээрчип өнүгүп отурду. Натыйжада, телевизиондук монтаж усулдары калыптана баштады. Бирок, монтаждын негиздери ошол эле бойдон калды. Т. а. монтаж экрандагы каармандын ролун, ага байланышкан окуянын мазмунун кенен, терең жана жеткиликтүү түшүндүрүүчү, телевизиондук чыгарманын сапатын көтөрүүчү жана динамикасын кармап туруучу каражат бойдон кала берди.

Ошол эле учурда түз эфир учуру же бир канча камеранын жардамында павильондук тасма процесси да бир пульта менен башкарылгандыктан **түз режимдеги монтаж** деп аталат. Болгону бул режимде кадрлар жана пландар эфирден мурда тандалып, коюлуп, тартиби алдын ала уюштурулат.

### **Телевизиондук монтажга тиешелүү кээ бир түшүнүктөр**

Телевизиондук монтаж кинодогу адистик түшүнүктөрдү өзүнө толугу менен сиңирип гана калбастан ага жаңы талаптарды да киргизди. Өзгөчө, видео катардагы пландардын, жалпы пландан соң сөзсүз орто план берилүүсү, же орто пландан соң ири же жалпы пландын берилүүсү сымал план жана кадрлардын өз ара байланышы тартиптелди жана төмөндөгү монтаж учурундагы каталар бекитилди:

- Микроплан – кыска, 3 секунддан аз болгон кадр;
- Скачок – бир пландагы кадрлардын удаалаш келүүсү;
- Мультфильм – бир эле каармандын же объекттин дароо башка фонго туруп калуусу;
- Камеранын титирөөсү;
- Кадрдын кесилип калуусу ж.б.

Айтмакчы, жогорудагы каталар сценарий боюнча атайын каралуусу да мүмкүн. Мисалы, музыкалык клиптерде жогоруда ката делген ыкмалар атайын көркөм каражат катары иштетилет жана чыгармачылык усул деп эсептелет.

Телевизиондук журналистика өнүккөн сайын чыгарманын жанрдык өзгөчөлүгүнө жараша монтаж талаптары да татаалдаша баштады. Иш жүзүндө телевизиондук долбоордун жанрына жараша монтаждын мыйзам ченемдүүлүктөрү пайда болду.

Маалыматтык жанрларда монтаж бекитилген динамикада жасалат. Маалыматтык кабардын видео катары сөзсүз классикалык монтаж мыйзамдарына баш иет. Т. а. жалпы план – орто план –

ири план – орто план – жалпы план – тартибинде иштелет. Бирок, кээде ири планга ири план чапталып калуусу ката деп каралбайт. Анткени, маалыматтык кабардын динамикасы буга уруксат берет. Видео катар менен кадр сыртындагы тексттин мааниси дээрлик бүт учурларда дал келет.

Аналитикалык жанрларда монтаж динамикасы менен айырмаланат жана монтаждын негизги мыйзамдары катуу көзөмөлдөнөт. Монтаж тартибинде панорама, жакындоо, алыстоо, фокус алмаштыруу сымал оператордук чебердиктер кенен колдонулат. Видео катар кадр сыртындагы тексттин маанисине дал келбөөсү да мүмкүн. Анткени, каймана айтылган сөздөргө өз алдынча видео катар тартылат. Аналитикалык жанрларда музыка кенен колдонулат жана маалыматтык программалардын монтажынан кадыресе эркиндиги менен айырмаланат.

Көңүл ачуу багытындагы долбоорлордун монтажы маалыматтык жана аналитикалык программалардын монтажынан алда канча эркин. Анткени, жанрлардын дээрлик баары автордук ойду түшүндүрүүгө багытталат. Бир караганда монтаж мыйзамдары жана тартиби сакталгандай көрүнгөнү менен, адатта улам жаңы тенденциялар монтаж динамикасына зор таасир берет. Өзгөчө, музыкалык чыгармаларда, сүрөттөмөлөрдө атайын эффекттер менен тартылган тасмалар көп колдонулат.

Азыркы телевизиондук жанрлардын өзгөрүүсүнө жараша монтаж нормалары да өзгөрүп, башта ката деп эсептелген нормалар азыр кенен колдончу чыгармачылык каражатка айланды. Өзгөчө ал «каталар» оюн-зоок жана музыкалык чыгармаларда кадимки эле чебердиктей бааланат жана музыкалык клиптерде, концерттик программаларда, жаштар, балдар үчүн атайын долбоорлор адатта, атайын эффекттердин жана монтаж чебердигинин эсебинен көркөмдөлгөн учурлары көп кездешет.

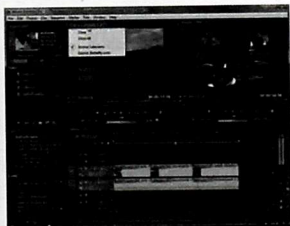
### **Телевизиондук монтаж комплекси**

Азыркы телевизиондук өндүрүштө кино тасма монтаждары дээрлик жокко эсе жана алардын монтаж столдору эбак телевидениенен чыгарылган. Ал эми видео магниттик тасмалардын ар кандай түрлөрү азырга чейин иштеп келүүдө. Булардын эң жөнөкөйү эки – булак жана жазуучу видео магнитофондон, мониторлордон, аудио жана видео пульттардан турган линиялык монтаж столу.



Мындай столдо иштөө алда канча ыңгайсыз. Анткени, монтажда кассеталарды улам алмаштыруу алда канча убакытты алган түйшүк. Кассеталардын үн тилкелери да чектелген жана монтаждалган маалымат кассетадан башка булакта сакталбайт. Анын үстүнө магнитофондордун тетиктери да тез эле бузулуп турат.

Акыркы компьютердик жана санариптик технологиялар тайм-лайн системасында монтаждоого мүмкүндүк берет. Т. а. журналисттик материал кассетадан (же башка сактоочу каражат) компьютерге жүктөлөт жана ал жерде атайын Adobe Pr. Edius, MPEG сымал монтаж программаларынын монтаж сызыгына чыгарылат. Монтаж адиси тасманын каалаган учурун дароо таап, иштетүүсү өтө эле

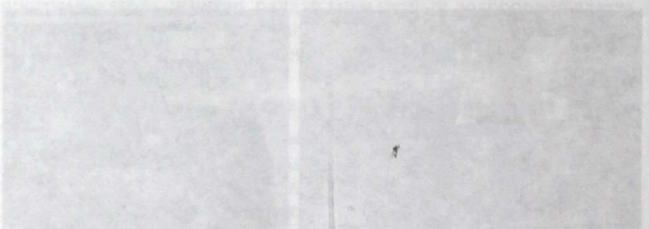
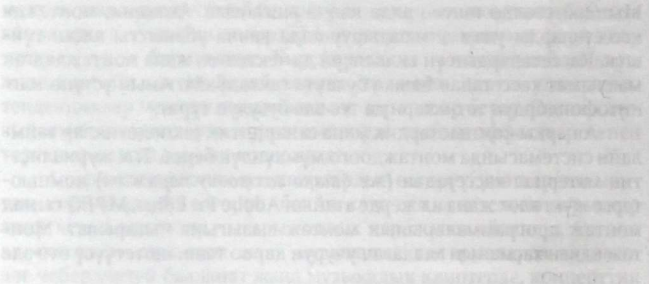
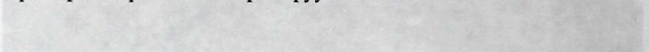


*Adobe Pr. Edius монтаж программалары*

ыңгайлуу. Монтаж сызыгынын саны чектелген эмес жана монтаж адиси бир эле чыгарма үчүн видео катарын, үнүн, титрлерин жана графикасын ар башка сызыктарда иштете алат. Сызыктагы тасмага долбоордо каралган атайын эффекттерди да кенен колдонсо болот.

Монтажалган журналисттик материал компьютерде сакталып, аны кайра монтаждоо да өтө эле оңой. Мындай столдор адатта, бир же бир нече компьютердик комплекттерден, мониторлор жана үн пулттарынан турат.

Белгилүү Adobe after effect ж.б. программалардын жардамында комбинацияланган (*нелинейный*), көлөмдүү жана кыймылдагы (*2D*), анимациялык (*3D max*) монтаждары аркылуу көрсөтүүлөрдүн көркөмдүк сапатын арттырууга болот.





**5**-бап

**ТЕЛЕВИЗИОНДУК  
КӨРСӨТҮҮЛӨРДҮН  
БАГЫТЫ**

**ЭФИР ЧАРЧЫСЫ ЖАНА  
ПРОГРАММА**

**ТЕЛЕВИЗИОНДУК МААЛЫМАТ  
ЖАНРЛАРЫ**

**ТЕЛЕВИЗИОНДУК АНАЛИТИКА  
ЖАНРЛАРЫ**

**КӨРКӨМ ПУБЛИЦИСТИКАЛЫК  
ЖАНРЛАРЫ**

**ЖАНР ЖАНА ОКУЯ**

## ТЕЛЕВИЗИОНДУК КӨРСӨТҮҮЛӨРДҮН БАГЫТТАРЫ

**Т**елевидениенин дагы бир өзгөчөлүгү – андагы көрсөтүүлөрдүн көп кырдуулугу. Бири кайсы бир окуянын кантип жана кандайча болгонун айтса, экинчиси жөнөкөй тамгалардын жазылуусунан баштап, планетадагы жана андан сырткары жашоого чейин таалим берет, ал эми үчүнчүсү ар түрдүү оюн-зооктор, талаш-тартыш, мелдештер менен көңүл ачат.

Мына ушундан улам, азыркы дээрлик бүт телевизиондук каналдардын эфирдик чарчылары үч негизги – маалыматтык, көңүл ачуучу жана билим берүүчү көрсөтүүлөрдөн турат. Өзгөчө ири жана мамлекеттик каналдар жогорудагы үч багыттын өз ара тең салмактуулугун сактаганга аракеттенет. Бул тең салмактуулук аудиториядан, коомдук талаптан жана каналдын финансылык мүмкүнчүлүгүнөн көз каранды. Айтмакчы, ВВС – жаңылыктар, «Discovery» – илимий, СТВ – шоу сымал бир гана багытта иш алып барган каналдар да бар.

Телевизиондук долбоорду өзгөчөлүгүнө жараша калыптанган жанрлар тейлейт. Т. а. ар бир телевизиондук долбоор багытына жараша тиги же бул, а балким бир канча жанрга негизделип иштелип чыгат.



БАГЫТТАР	ЖАНРЛАР
Маалыматтык – аналитикалык долбоорлор	Хроника – фактылар, даталар; Корреспонденция – кыска, кеңейтилген кабар; Очерк – сюжет, сүрөттөмө; Интервью – монолог, диалог, коллективдүү анкета; Фельетон -какшык, шакаба; Памфлет – атуулдук критика, тергөө) Баяндама – окуяларды баяндоо; Репортаж – окуялык, тематикалык, атайын коюлган;
Көңүл ачуу долбоорлору	Шоу-программалар – ток-шоу, реалити-шоу; Концерттер – майрамдык аземдер, салтанаттуу церемониялар, чыгармачылык кечелер; Спорттук мелдештер – олимпиадалык ж.б. спорттук долбоорлор; Кино, театр – кино, телефильмдер, театр пьесалары;
Билим берүү долбоорлору	Викториналар – интеллектуалдык мелдештер, предметтик олимпиадалар, атайын билим таануу долбоорлору; Телевизиондук сабактар, лекциялар – предметтик сабактар, диний кутбалар, таалим тарбия долбоорлору; Илимий-популярдуу көрсөтүүлөр, даректүү фильмдер. Дискуссиялар – диспут, дебат ж.б. талаш долбоорлору.

## ЭФИР ЧАРЧЫСЫ ЖАНА ТЕЛЕВИЗИОНДУК ПРОГРАММА

**Т**елевидение аудитория менен көрсөтүүлөрдүн мазмуну жана убакыттагы тартиби аркылуу байланышат. Ошондуктан бул байланыш телевизиондук көрсөтүүлөрдүн өндүрүшү жана алардын каналдын жалпы саясатына жараша көрсөтүлүүсү алдын ала тартиптелет. Көрсөтүүлөрдүн тигинен жана узунунан күнүнө, убактысына, көлөмүнө, жанрдык өзгөчөлүгүнө, коомдук талапка, саясий абалга, жыл мезгилине жараша түзүлгөн тартиби – эфирдик чарчы деп аталат. Т. а. эфирдик чарчы каналдын убакыттан жана ага шайкеш жайгашкан көрсөтүүлөрүнүн тартибин камтыган мазмундук өтө маанилүү документи болуп эсептелет. Айтмакчы, каналдын жалпы саясаты эфир чарчысы аркылуу чагылдырылат.

Эфир чарчысы коомдук пикирге, аудиториянын кабыл алуу жөндөмүнө, социологиялык изилдөөлөргө, телевизиондук мекеменин стратегиялык саясатына, аудиториялык багытына карап, мезгилдик, коомдук өзгөрүлмө кубулуштарды эске алуу менен, мурдатан чыгып, туруктуу орунду ээлеген (*жаңылыктар, таңкы программалар, сериалдар*) көрсөтүүлөргө негизделип бир жыл алдына түзүлөт жана финансылык мүмкүнчүлүгүнө жараша, өздүк өндүрүштөгү көрсөтүүлөрү, сырттан келген («*production*» *студияларынын*) программалар, рекламалык споттор менен толтурат.

Өздүк өндүрүштөгү көрсөтүүлөр жетекчиликтин буйрутмасы же чыгармачылык топтордун демилге-сунушу менен долбоорлот. Чарчыда ошондой эле атаандаш каналдардын программасы да эске алынат. Жакшы түзүлгөн эфирдик чарчы ар бир көрсөтүүнүн өндүрүшүн жөнгө салып, жалпы программанын туруктуулугун камсыз кылат.

Толгон чарчы каналдын жетекчилиги тарабынан бекитилген соң атайын кварталдык, айлык жыйындарда каралып, анын сакталуусу же бузулганы тууралуу жыйынтык чыгарылат. Чарчынын өзгөрүп туруусу каналдын өндүрүштүк конвейерин жана аудитория менен болгон байланыштын туруктуулугун солгундатат. Чарчысы туруктуу каналдын аудиториясы да туруктуу.

Чарчы ар каналда ар башка түзүлгөнү менен көрсөтүүлөрдүн көлөмү, чыгуу убактысы сымал негизги көрсөткүчтөрү туруктуу. Адатта тигинен – ар күндүн сааттык, узунунан – көрсөтүүлөрдүн жумалык, айлык жана жылдык тартиби көрсөтүлгөн чарчысы колдонулуп келет.





## Эфирдик чарчы, КТРК, 2014-ж.

Күн Уба- кыт	Дүйшөмбү	Шейшемби	Шаршемби	Бейшемби	Жума	Ишемби	Жекшемби
<b>Станциянын ачылышы</b>							
7:00	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык		
7:10	Таңкы блок	Таңкы блок	Таңкы блок	Таңкы блок	Таңкы блок	Балдарга	Балдарга
9:00	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Аним.фильм	Аним.фильм
9:10	Таңкы блок	Таңкы блок	Таңкы блок	Таңкы блок	Таңкы блок	Балдарга	Балдарга
10:40	Телемагаз.	Телемагаз.	Телемагаз.	Телемагаз.	Телемагаз.		
11:00	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык
11:10	Сериал	Сериал	Сериал	Сериал	Сериал	Аскер	Керектөө-чүлөргө
12:00	Көңүл ачуу	Көңүл ачуу	Көңүл ачуу	Көңүл ачуу	Көңүл ачуу	Саякат	Кыргыз телефильм
13:00	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык
13-10	Кайталоо	Кайталоо	Кайталоо	Кайталоо	Кайталоо		
13:40	Көркөм фильм	Көркөм фильм	Көркөм фильм	Көркөм фильм	Көркөм фильм	Жаныбарлар ааламы	Концерт
15:00	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык
15:10	Дүйнөлүк кабарлар	Дүйнөлүк кабарлар	Дүйнөлүк кабарлар	Дүйнөлүк кабарлар	Дүйнөлүк кабарлар		
15:40	Билим, илим	Билим, илим	Билим, илим	Билим, илим	Билим, илим	Көркөм фильм	Көркөм фильм
16:10	Дар.фильм	Дар.фильм	Дар.фильм	Дар.фильм	Дар.фильм		
17:00	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык	Жаңылык
17-25	Регион	Регион	Регион	Регион	Регион	Телевикторина	Телевикторина
17:45	ЧП	ЧП	ЧП	ЧП	ЧП		
18:00	Эл чарбасы	Эл чарбасы	Эл чарбасы	Эл чарбасы	Эл чарбасы		
18:30	Телесериал	Телесериал	Телесериал	Телесериал	Телесериал	Автомобиль	Спорт
19:30	Күн аягы (ор)	Күн аягы (ор)	Күн аягы (ор)	Күн аягы (ор)	Күн аягы (ор)	Парламент	Өкмөт
20:00	Ток-шоу	Ток-шоу	Ток-шоу	Ток-шоу	Ток-шоу		
21:00	Иликтөө	Иликтөө	Иликтөө	Иликтөө	Иликтөө	Жума кайрык	Жума кайрык
21:30	Күн аягы (кр)	Күн аягы (кр)	Күн аягы (кр)	Күн аягы (кр)	Күн аягы (кр)		
22:00	Жаштар	Дүйнөлүк кино	Концерт	Индия киносу	Арноо концерти	Фольклор	Кыргыз киносу
23:50	Көрс.прогр.	Көрс.прогр.	Көрс.прогр.	Көрс.прогр.	Көрс.прогр.	Көрс.прогр.	Көрс.прогр.
23:55	<b>Станциянын жабылышы</b>						

Жогорудагы мисалда келтирилген эфирдик чарчынын негизинде күнүмдүк көрсөтүүлөрдүн программасы иштелип чыгат. Телевизиондук программа ар кандай алдын ала тартиптелген мазмундук бөлүктөрдөн, көрсөтүүлөрдөн турат жана ага кирген чыгармалар аткарган тапшырмасына, чагылдыруу усулуна, тематикалык өзгөчөлүктөрүнө, техникалык шарттарына карай ар кандай жанрларга бөлүнөт.

Ошентип, эгер искусство чыгарманын эсебинен жашаса, телевидение программанын үстүнө тургузулат. Программагады ар бир көрсөтүү азыр болуп жаткандай сезим калтырууга умтулат. Бир сөз менен айтканда чебердик менен түзүлгөн телевизиондук программа телекөрүүчүнү өзү менен кошо жашатат.

## ТЕЛЕВИДЕНИЕ ЖАНА ЖАНРЛАР

**А**зыркы заманбап автотранспорттор канчалык ылдамдыгы, жайлуулугу же баасы жогору болбосун илгерки эле ат араба аткарган – ташуучулук вазыйпасын аткарат. Көз жоосун алган кооз, азыркы асма чырактар жарык усталарынын чыгармачылыгынын туу чокусу болсо да, илгерки шам чырактай эле жарык берүү үчүн иштетилет. Үн ылдамдыгынан да аша учкан азыркы ракеталар илгерки найзалардай согуш каражаты делет. Ошондой эле телевидение да үн катарын коштогон сүрөттү электрон-магниттик негизде аралыкка чачып, кайра чогултуп көрсөткөн керемет табигат болгонуна карабай, гезит жана радиодой эле маалыматтык тейлөө кызматын аткарат. Бирок телевизиондук чыгарма экранга ички түзүлүшүнүн, андагы процесстердин жана каармандардын өз ара байланыштарын шарттаган белгилүү калыпта чыгат. Бул калыпты жанр<sup>1</sup> деп атасак болот.

Жанр кубулуштардын байланыштарын жана касиеттерин чагылдырган жалпы түшүнүк. Жаныр чыгарманын калыптык-мазмундук өзгөчөлүктөрүнүн көптүгү менен айырмаланат. Аристотелдин «Поэтикасынан» баштап жанрлар мыйзам ченемдүү, бекитилген түзүм катары каралып келет. Ошондон улам, жанр деп өз алдынча бир катар салыштырмалуу туруктуу белгилери бар, барлыкты чагылдыруунун тарыхый калыптанган усулу десе болот жана анын тамыры искусство менен адабиятка негизделген.

<sup>1</sup> Фр. genre – теги.

Адабиятта жанр – реалдуулукту туруктуу белгиленген ыкмада чагылдыруунун тарыхый калыптанган тиби деп каралат жана бул аныктама театр, кино, гезит, радио, телевидение же интернет болбосун маанисин анчейин өзгөрткөн жок. Адабий жанрлар бири-биринен мазмуну, маңыздык түзүмү, көркөмдүүлүгү, стили, композициясы менен айырмаланганы менен формасы, мазмуну жана түрү боюнча каралат:

Формасы	Мазмууну	Теги
Новелла, ода, опус, очерк, повесть, пьеса, аңгеме, роман, скетч, эпопея, эпос, эссе	Комедия (фарс, водевиль, интермедия, скетч, пародия)  Трагедия  Драма	Эпикалык (тамсил, баллада, новелла, повесть, аңгеме, роман, жомок, фантазия, эпопея)  Лирикалык (ода, эллегия, эпиграмма)  Лиро-эпикалык (баллада, поэма)  Драмалык (драма, комедия, трагедия)

Адабият жанрлары басма сөзгө башка калыпта келсе, радиого келген түрү гезитте түп нускасы менен өзгөргөн. Ал эми телевидениеде колдонулган жанрлар өзгөрүп, мазмуну же формасы да жаңыланса, кээ бирлери такыр жоюлуп, ордуна жаңы түрлөрү келип чыгууда. Тагыраак айтканда жанрдын өзгөрүлмө табияты телевизиондук чыгармачылыкта да сакталат. Ошого карабай ар бир телевизиондук чыгарманын түбүндө кайсы бир жанрдын алгачкы көрөңгөсүн байкоого болот.

Коомго багытталган маалыматтык чыгарма публицистика<sup>1</sup> деп каралат жана ал сөз (оозеки, кагаз түрүндө), графикалык (плакат, карикатура), фото-кино-видеографикалык (даректүү фильм, кино, телевидение), театр-драмалык ж.б. түрлөргө бөлүнүп, тематикасынын маанилүүлүгү, маселенин түшүндүрүлүшү менен өзгөчөлөнөт. Телевизиондук публицистика да өзүнүн негизги багытын өзгөрт-

<sup>1</sup> Лат. publicus – коомдук, элдик.

көн жок. Тагыраак айтканда Жогорку Кеңештин отурумдарынан алып берүү, мамлекеттик маанилүү чечимдерди баяндоо, белгилүү коомдук же саясий ишмер менен маектешүү, коомдук жашоонун кубулуштарын изилдеген журналисттик иликтөө, «төгөрөк столдор», расмий катташ менен келген чет элдик өкүлдөрдүн билдирүүлөрү, пресс-конференциялар, күнүмдүк аналитикалык программалар, саякатчынын күндөлүгү, талаа иштеринен отчёт, фермер тууралуу очерк, балдар үчүн көрсөтүүлөр ж.б. ушул сыяктуу долбоорлорду телевизиондук публицистика десе болот.

Телевизиондук публицистика чагылдыруу усулуна, алдына койгон тапшырмасына, чагылдыруу кенендигине жана колдонулган көркөм каражаттарына жараша жанрларга бөлүнөт жана телевизиондук журналистикада – маалыматтык, аналитикалык жана көркөм-даректүү жанрлардын негизги үч тобу калыптанган.

<b>ЖАНРЛАР</b>		
<b>Маалыматтык</b>	<b>Аналитикалык</b>	<b>Көркөм публицистикалык</b>
Видео кабар Сюжет Репортаж Оозеки кабар Отчёт Монолог Интервью	Комментарий Баяндама Дискуссия Ток-шоу Пресс-конференция Корреспонденция Атайын репортаж, Журналисттик иликтөө	Очерк Сүрөттөмө Эссе Фельетон Памфлет Документалистика

Маалыматтык жанрлар реалдуулукту, окуяны, анын жүрүшүн гана чагылдырат. Журналист окуяны болгондой сүрөттөйт жана «Эмне?», «Каерде?», «Качан?» деген суроолорго гана жооп издейт.

Аналитикалык жанрлар окуяны байланыштары менен изилдейт. Журналист окуяны алдына койгон чыгармачылык тапшырмасына жараша чагылдырат жана «Кантип?», «Эмнеге?», «Кайсы максатта?» деген суроолорго жооп табат.

Ал эми көркөм-даректүү жанрларда окуя артка жылып, алдыга образ чыгат. Тагыраагы, журналист окуяны кайсы бир каармандын образы аркылуу берет.



Ошентип, журналисттик практикада бир эле окуяны үч тараптан чагылдырса болот. Башкача айтканда бир эле окуяны чагылдырууда үч журналист үч башка тапшырманы аткарат. Биринчиси окуянын өзүн гана чагылдырса, экинчиси анын себептерин, байланыштарын изилдеп, үчүнчүсү ал окуяны каармандары аркылуу түшүндүрөт.

## ТЕЛЕВИЗИОНДУК МААЛЫМАТ ЖАНРЛАРЫ

**А**кыркы учурда телевидениенин негизги маалыматтуулук табигаты алдыга чыгып, телевизиондук программа маалыматсыз супсак, алда канча кызыксыз туюлат. Анын үстүнө, телевизиондук аудитория каналдын баркын маалыматтын ыкчамдуулугунан, тактыгынан жана сапатынан улам баалайт. Маалыматтын сапаты андагы видео катардан, маселенин олуттуулугунан жана тексттен түздөн-түз көз каранды. Маалымат чебер жана жеткиликтүү, түшүнүктүү текст жана ыкмада даярдалуусу үчүн бир катар талаптарга жооп берүүсү зарыл.



*"Ала-Тоо" маалымат программасынын редакциясы, КТРК, 2012-ж.*

## Интервью

XIX кылымдагы басма сөздүн өнүгүүсү жана радионун пайда болуусу менен интервью олуттуу чеберчиликти талап кылган өз алдынча жанр болуп чыга келди. Ал эми телевидение интервьюдан көрүмдүүлүктү талап кылып, бир катар жаңы сапаттар менен толукталды.

Интервью<sup>1</sup> деп журналисттин белгилүү адам, мамлекеттик, коомдук ишмер ж.б. адис менен алдын ала бекитилген теманын,

<sup>1</sup> Англ. interview – жолугушуу, маек.



А. Сулайманова интервью учурунда,  
"Марва ТВ", 2010-ж.

кайсы бир окуянын, кубулуштун үстүндөгү маегин айтса болот. Журналисттик материал интервью менен түшүнүктүүлүккө жетет. Анткени, окуяга катышкан, аны изилдеген же билген адамдын сөзү маалыматтын маанилүүлүгүн белгилейт. Интервью сөзүндөгү *inter* префикси карым-катнашты

шарттайт, *view* – көз караш, пикирди билдирет. Демек, интервью – маек аркылуу ой-пикир, көз-караш алмашуу.

Интервьюнун аткарган тапшырмасына жараша төмөнкүдөй түрлөрү кездешет:

- *Интервью-факт* – респондент окуянын түз каарманы. Анын сөзү маанилүү жана орчундуу;

- *Интервью-пикир* – алдыга окуя тууралуу пикир чыгат;

- *Протоколдук интервью* – расмий бийликтин башчысынын же анын атайын өкүлүнүн саясий акт же коомдук маанилүү окуя тууралуу мамлекеттик позицияны билдирген маалыматы. Буга ошондой эле мамлекет башчысынын, министрлердин, чет элдик коноктордун куттуктоолорун да киргизсе болот;

- *Интервью-портрет* – белгилүү же кызыктуу инсандын, ишмердин мүнөзүн, өзгөчөлүгүн ачып берүү үчүн уюштурулган маек. Көркөм каражаттар кенен колдонулат жана даректүү фильмдерде, очерктерде ж.б. публицистикалык көрсөтүүлөрдө компонент катары иштетилет;

- *Интервью-анкета* – респонденттерден коомдук маанилүү маселе боюнча бир канча суроолорго жооп алуу үчүн уюштурулат. Бул ыкманы иликтөө деп да жүрүшөт;

- *Проблемалык интервью* – коомдук маанидеги маселенин чечүү жолдорун, ыкмаларын изилдөөдө атайын адистерден, эксперт-

терден алынган интервью. Мында журналист да өз пикирин билдирип, кээде талаша алганы үчүн дискуссияга жакын.

Адатта, бул интервью аналитикалык сюжеттерде колдонулат.

Ошентип, интервью журналист үчүн маалыматты биринчи булактан алуу, аны тастыктоочу же четке кагуучу жана аудиторияны өзүнө кадап туруучу жанр жана андан ток-шоу, диспут, дискуссия сымал өз алдынча жанрлар бутактап чыкты.



Журналист Э.Жайлобаева. КТРК, 2015-ж.

## Видео кабар

Видео кабар гезиттеги эле (*же радиодогу*) корреспонденциянын<sup>1</sup> телевидениенин өзгөчөлүктөрүнө ылайык, өзгөртүлгөн түрү жана ал негизинде окуя тууралуу кабар берет.

Видео кабар окуя үстүндө тең иштеген шарттуу эки түргө бөлүнөт. Биринчиси – окуя болгон жерден кабарчы өзүнүн түз катышуусу менен түз эфир режиминде же тасма жана монтаждоо менен берген маалыматы – репортаж. А экинчиси – окуя тууралуу журналист өзүнүн позициясынан эркин изилдеген материалы – сюжет.

Репортажда кабарчы окуя тууралуу маалымат гана берет жана анын ою анчейин маанилүү эмес. Ал эми сюжетте тетирисинче, окуянын байланыштары, себептери алдыга чыгып, ар түрдүү каражаттар аркылуу түшүндүрүлөт. Сюжет менен репортаждын негизги айырмасы ушунда. Бул эки түрдүн өзүнө жараша татаалдыктары жана чебердиктери бар.

<sup>1</sup> Лат. *correspondentia* – шайкештик, азыркы маанисинде окуяларга шайкеш маалыматтар.

## Маалыматтык оозеки кабар

Телевизиондук жаңылыктар практикасында коомдук маанилүү окуя тууралуу видео катарсыз берилген кыска маалыматты оозеки кабар<sup>1</sup> дешет. Адатта мындай кабарлар жаңылыктар түрмөгүндө видео кабарлардын ортосун сейректетүү үчүн колдонулат. Диктор, видео кабардан соң башка окуя тууралуу оозеки кыска маалымат берет.

Ошондой эле, ар кандай себептен улам тасмага тартылбай калган же тасмасы али даяр боло элек окуялар да оозеки берилет. Мында «Ким?», «Качан?», «Каерде?» деген суроолорго гана жооп берилет жана «Кантип?», «Эмнеге?», «Кандай максатта?» ж.б. суроолор кадр сыртында калат. Эгер диктор айтып жаткан оозеки кабар ошол окуяга тиешелүү кадрлар менен жабылса, ал **бокс** делет.

Адатта, аудиторияга кызыктуу кубулуштар, окуялар, илимий ачылыштар ж.б. тууралуу оозеки кабарлар жаңылыктар түрмөгүнүн аягында берилет.

## Отчёт

Бүгүнкү кыргыз телевидениесинде расмий бийликтин мамлекеттик маанидеги актыларын, Эл аралык саммиттердин жүрүшүн, Жогорку Кеңештин отурумдарын чагылдырган билдирүүлөрүн жанры боюнча отчёт десе болот.

Отчётто болуп жаткан окуя кабарчынын жардамында атайын бекитилген расмий сценарий же протоколго ылайык баяндалат жана редакциялык монтаж менен берилет. Отчёттун сценарийи (*же сценардык планы*) телевизиондук жооптуу адис менен алдын ала макулдашылат, аткарылуусу көзөмөлдөнөт жана расмий бийликтин маалымат адистеринин сөзсүз катышуусу менен монтаждат. Даяр материал алдын ала текшерилген соң көрсөтүүгө уруксат берилет.

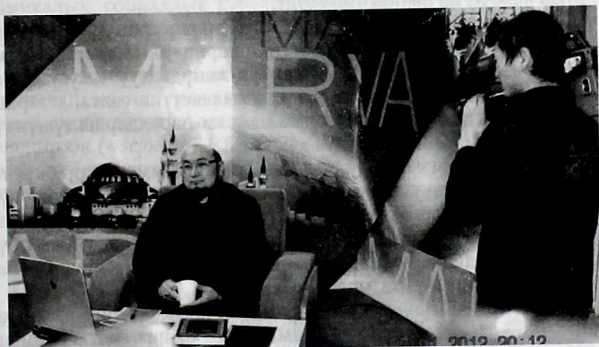
Отчёттун журналисттик кийлигишүүсүз, окуянын жүрүшүн түз эфирде алып көрсөткөн түрү трансляциялык отчёт деп аталат. Буга толугу менен көрсөтүлгөн Жогорку Кеңештин отурумдарын мисал кылса болот. Трансляциялык отчёттор тасмага тартылып, үн, жарык, камеранын калчылдаганы сымал техникалык мүчүлүштүктөрдү тазалоо үчүн монтаждалып да берилет.

<sup>1</sup> Орусча заметка.



## Монолог

Монолог деп белгилүү саясий, коомдук ишмер, адис же эксперттин бекитилген тема боюнча өз оюн билдирүүсүн айтат. Кыргыз телевизиондук чыгармачылыгында жалгыз адам, коштоосуз, баяндамачысыз, коомдук маанилүү темада сөз алып баруусу шайлоо-үгүт учурундагы талапкерлердин сөздөрүн эске албаганда сейрек кездешет. Чечендикти, кызыл тилдүүлүктү жана эмоционалдык чебердикти талап кылган бул маалыматтык жанр чет элдик телевизиондук көрсөтүүлөрдө кенен колдонулат. Айтмакчы, мамлекет башчысынын, коомдук, саясий ишмерлердин расмий билдирүүлөрүн, кайрылуусун да монолог десе болот.



Ч.Жалилов, "Шариат" көрсөтүүсү, "Манас жаңырыгы", 2012-ж.

## ТЕЛЕВИЗИОНДУК АНАЛИТИКА ЖАНРЛАРЫ

**А**налитика<sup>1</sup> – бүтүндү-касиетти, буюмду, нерсени, процессти, мамилени ж.б. мүчөлөп изилдөө усулу. Телевизиондук журналистикада окуянын (же бир канча окуялардын), коомдук, саясий, социалдык, экономикалык, маданий, илимий кубулуштун себептерин, кесепеттерин, байланыштарын ар кандай изилдөө ыкмалары менен түшүндүргөн долбоорлор аналитикалык деп эсепте-

<sup>1</sup> Байыркы гр. – жиликтөө чебердиги.

лет. Телевизиондук аналитикада окуяга караганда анын түзүүчү негиздери, өз ара ички жана сырткы байланыштары анчейин мааниге ээ жана ой, пикир алдыга чыгарылат. Телевизиондук аналитика өзүнө бир канча жанрларды камтыйт.

### Комментарий<sup>1</sup>

Комментарий – окуянын же кубулуштун ички жана сырткы байланыштарын териштирип, себептерин жана жыйынтыгын изилдеп, чечмелеген аналитикалык публицистика. Журналист фактыларды анализдөө, анын маанилүүлүгүн, ордун түшүндүрүү менен окуянын келечегин да божомолдойт.

Комментарий алгач гезитте спорт мелдештерин түшүндүргөн жанр катары өзгөчөлөнгөн. Советтик спортту даңазалаган белгилүү комментаторлор (*Лев Филатов*) бул жанрды туу чокусуна чыгарышкан. Комментарий радиого да мамлекеттик салтанаттарды, кең масштабдагы көргөзмөлөрдү же майрам-параддарды түшүндүрүүдө да негизги табигаты толук ачылган.

Карбы, жаанбы же коюу туманбы, айтор комментатор окуяны угуучуга толук кандуу жеткирип гана калбастан, аны түшүндүрүп да берүүсү зарыл эле. Угуучулар болуп жаткан окуяны комментатордун сөзү аркылуу гана элестете алышчу. Учурунда үнүнөн бүт өлкө тааныган, даңкы мамлекет башчыларынан кем калбаган (*Вадим Синявский*) комментаторлор чыккан.

Телевидениенин пайда болуусу менен комментарий радиодогудай эле кең масштабдагы майрамдык же башка салтанаттарды тейлегенине карабай, спорт мелдештеринде көп кездешчү болду. Аудитория экранда болуп жаткан окуяны көрүп турса да, комментатордун сөзү сөзсүз талап кылынган. Спорт мелдештерин комментаторсуз (*Н.Озеров, Котэ Махарадзе, Анна Дмитриева, Нина Еремина*) элестетүү эч мүмкүн эмес.

Ошентип, комментатор окуяны баяндоочусу, чечмелөөчүсү жана түшүндүрүүчүсү гана эмес, анын түздөн-түз катышуучусу да болуп калды.

Барган сайын комментаторлук саясий жана коомдук кубулуштарды чечмелөөгө өттү жана телевизиондук павильондо тартылып, эфир чарчысына киргизилген, атайын комментарий долбоорлору иштелип чыкты. Акыркы учурда комментарий окуяны анализдеп,

<sup>1</sup> Лат. *commentarius* – чечмелөө.

анын пайда же кесепеттерин кенен божомолдонгон, видео катар менен камсыздалган жанрга айланды.

Комментарий пресс-конференция, протоколдук же башка интервьюларда да жолугат. Т. а. пресс-конференцияда журналисттин өтүнүчү боюнча катышуучу окуя тууралуу комментарий берүүсү мүмкүн.

### Баяндама

Убакытта жана мейкиндикте окшош окуяларды бир тизмекте (*барактоо*) изилдеп кароону баяндама десе болот. Баяндама катышуучулардын, күбөлөрдүн, эксперттердин, көркөм каражаттардын, архивдик, тарыхый ж.б. документтердин жардамында саясий, экономикалык, социалдык кубулуштарды бир катар окшош окуялар аркылуу түшүндүрүүчү телевизиондук туруктуу жанр.

Баяндамада журналист окуяларды өзүнүн позициясынан тандап, тизмектейт жана алардын ортосундагы байланыштарды жалпылап, маанилүү окуяларды өз ара ж.б. байланыштарын ачуу менен түшүндүрөт. Адатта, баяндама комментарийге караганда кененирээк (*«Зеркало» РТР, 1991-ж., «Итоги» НТВ, 1988-ж., «Футбольное обозрение», ОРТ, 1985-ж.*) берилет. Учурда алдына койгон тапшырмасына жараша бир канча баяндамачы алып барган долбоорлор (*музыкалык, театралдык*) да бар.

### Маек

Маек да диалог мүнөздүү болгондуктан башаты интервьюдан башталат. Телевизиондук журналистикада теманын тегерегинде чогулган бир канча катышуучунун ирээти менен билдирүүсүн маек деп атаса болот. Маекте журналист интервью алуучу эмес, катышуучулардын ойлорун камсыз кыла алган чебер алып баруучуга, модераторго айланат. Телевизиондук маек коомдук маанилүү темаларды, анын келип чыгуу жана чечүү жолдорун көрсөтүп, дискуссияга да өтүп кеткени бар. Маек да аналитикалык жанрлар катарында каралат.



*М.Арстанбек СССР Эл артисти  
С.Жумадылов менен, 1990-ж.*

## Дискуссия<sup>1</sup>



Э.Кыязов, "Ар тарап", НТС, 2016-ж.

Дискуссияда теманын тегерегиндеги пикир телекөрүүчүлөрдүн көз алдында өнүгөт. Карама-каршы көз караштардын улам өөрчүп отурган талкуусу аудиторияны өзүнө тарткан талашка айланат. Көтөрүлгөн тема түшүнүктүү болуш үчүн алып баруучу алдын ала

тыкандык менен даярданат. Дискуссиянын алып баруучусу адатта аудитория тарапта болот жана талашкан тараптарга бирдей шарттарды камсыз кылып турууга милдеттүү. Кээде көрсөтүү белгиленген эмоционалдык чыңалууда өтүүсү үчүн атайын кырдаалдар да түзүлөт. Ошол эле учурда чакырылган катышуучуларды үнүн бийик чыгарып сүйлөөсүн да талап кылган учурлар кездешет жана анүчүн аларды бири-биринен атайын алыс отургузушат.

## Дебаттар

Эки тараптын үчүнчү же аудиторияны тарапты ынандыруу үчүн белгиленген эреженин негизинде уюштурулган талашын дебат дейт. Алгачкы дебаттар гезит беттеринде башталып, башатында эле саясий атаандаштардын окурмандарды аргументтер менен ынандыруусун чагылдырып келген.

Кийинчерээк бул жанр радиого өттү жана талаштын жаңы тартиптери калыптанدى. Ал эми телевизиондук дебаттарда тараптар бекитилген тартип жана эреженин алкагында гана сөз алып баруусу катуу көзөмөлдөнөт. Теледебаттарда («Ар тарап» НТС, 2016-ж.) адаттагыдай эле коомдук жана саясий маанидеги маселелер коюлат. Дебат майданындагы тараптар телекөрүүчүлөрдү ынандыруу үчүн болгон мүмкүнчүлүктөрүн жумшап, аудитория алардын аргументтерин, пикирлерин салыштыра алат. Телевизиондук дебаттар өзгөчө шайлоо компанияларында чоң мааниге ээ болгон жанр.

<sup>1</sup> Латынча discussio – изилдөө, териштирүү, карап чыгуу.



## Ток-шоу<sup>1</sup>

Азыркы телевизиондук экранда диалог мүнөздүү жанрлар өкүм сүрө баштады. Алардын арасынан ток-шоу жанры өзүнүн көрүмдүүлүгү менен алдыга чыгат. Англис тилинен сөзмө-сөз которгондо «сөз майрам» дегенди түшүндүргөн бул жанрдагы долбоорлор адатта алып баруучунун чебердиги, жеке жөндөмү жана мүмкүнчүлүктөрүнөн улам көрүмдүүлүгү артат.

Негизи маек, интервью жана оюндан турган бул жанр телевидениеге өткөн кылымдын 60-жылдары эстрада сахнасынан келген.

Телевизиондук алгачкы ток-шоулар алгач Европа мамлекеттеринде жана АКШ телевизиондук индустриясында, анан кайра куруу шарапаты менен КМШ өлкөлөрүнүн экрандарында да пайда болгон.

Ток-шоу башка жанрлардан көтөрүлгөн теманын жеңилдиги, кызыктуу катышуучулар жана аудиториянын өзүнүн

да катышуусу менен өзгөчөлөнөт. Кээ бир ток-шоуларда аудитория кол чаап гана отурса, башкаларда активдүү катышып, кээ бир долбоорлордо негизги каарманга айланган учурлар да кездешет. Мунун баары бул жанрды өтө көрүмдүү жана массалык кубулушка айландырып, көпчүлүк телеканалдар негизги рекламалык кирешелерин ток-шоулардан табат.

Ток-шоу эстрада жылдыздары, коомдук жана саясий белгилүү адамдар менен тыгыз иштейт жана алар менен тең ата сүйлөшө алган алып баруучулардын аты менен таанылган долбоорлор да бар. Мындай долбоорлор атайын автордук же персоналдык («Негизги маселе», ЭлТР, 2010-ж.) долбоор катары иштелип чыгат. Айтмак-



*"Ой ордо", КТРК, 2014-ж.*

<sup>1</sup> Англисче talk – маек.

чы, эстрада жылдыздарын тейлеген атайын телевизиондук жана ошол эле жылдыздар өздөрү ачкан ток-шоулар да көп кездешет.

Ошондой эле олуттуу жана коомдук маанилүү маселенин тегерегинде («Ой ордо», КТРК, 2010-ж.) уюштурулган ток-шоулар да болот. Кээде бир адам менен жеке маектешкен долбоорлорду да кызыктуулугуна жараша ток-шоу жанрына киргизсе болот.

### Пресс-конференция<sup>1</sup>

Пресс-конференция коомдук маанидеги окуя тууралуу компетенттүү адистер тарабынан журналисттердин суроолоруна жооп берүү үчүн, көбүнесе маалыматтык агенттиктердин, мамлекеттик жана саясий институттардын, коомдук, бейөкмөт уюмдардын демилгеси менен атайын уюштурулган жыйын.

Алгач маалыматтык агенттиктин кызматкерлери же пресс-катчысы чакырууга келген журналисттерге билдирүүнүн кыскача мааниси камтылган пресс-релиз таратылып берилет. Тажрыйбалуу пресс-катчылар ал маалыматтарды кээде бир канча күн илгери таратканга да үлгүрүшөт.



*КР президенти А.Атамбаев пресс-конференция алдында, 2015-ж.*

<sup>1</sup> Фр. presse, латынча presso – басма; англ. conference – чогулуш.

Андан соң маалыматтык агенттиктин кызматкери же пресс-катчы модераторлукка өтөт. Т.а. ал пресс-конференциянын темасы менен катышуучуларын тааныштырып, алгач кезек негизги билдирүүгө, анан журналисттердин суроолоруна жооптор алынат. Кээде бул милдетти пресс-конференциянын демилгечилери же алардын өкүлдөрү деле аткара беришет. Пресс-конференциянын суроо-жооп учурунда модератор тааныш журналисттердин атын атоо менен, суроого уруксат берет. Бирок, журналисттин аты аталбаса, арданбай эле өзүн, ишканасын тааныштырганы оң. Жалпы суроолордон качуу керек. Анткени, кабарчылар көп болгондуктан, катардагы суроолорду кимдир бирөө баары бир берет. Ага «ок» коротуунун кажети жок. Ал эми пресс-конференция бүткөн соң, анын катышуучуларына толуктоо үчүн суроолорду берсе болот. Эгер катышуучулар тезинен эле кетүүгө камынып жатса, оператордун ыкчамдыгы жана журналисттин даярдыгы чоң роль ойнойт.

Пресс-конференциядагы билдирүү коомдук мүнөзгө ээ жана журналисттердин суроолору алдын ала тартиптелбегендиктен, алынган маалыматты бир бүтүн материал катары кароого болбойт. Пресс-конференциядагы жоопторду интервьюдан укуктук фактор – автордук ээлик айырмалайт. Т. а. пресс-конференциядагы маалымат коомдук болгондуктан, эч кандай автордук укугу жок<sup>1</sup>. Ошондуктан пресс-конференция интервьюга кирбейт. Бирок, алынган жоопторду маалыматтык маанидеги билдирүү катары караса болот.

## Корреспонденция<sup>2</sup>

Корреспонденция деп негизинде окуяны сүрөттөгөн гезитке тиешелүү макаланы айтса болот. Бул жанр гезиттен радиого – уктуруу, андан ары телевидениеге – көрсөтүү деген ат менен кирген. Чындыгында «телевизиондук берүү» деп айыл чарба, экономика, саясат жана башка адам жашоо чөйрөсүндөгү маанилүү окуя, кубулуш, ачылыш ж.б. тууралуу белгилүү чекте изилденип, жалпылаштырылган ойду чагылдырган көрсөтүүнү айтса болот. Берүүдө автордук позиция үстөмдүк кылат жана анын ою кээде ачык айтылып, кээде эксперттердин ою менен бекемделет.

<sup>1</sup> Интервьюда респонденттин жообу – анын интеллектуалдык, чыгармачылык менчиги, ага автордук укугу бар.

<sup>2</sup> Лат. *correspondentia* – шайкештик, азыркы маанисинде – окуяларга шайкеш маалыматтар дегенди туюндурат.

## КӨРКӨМ ПУБЛИЦИСТИКАЛЫК ЖАНРЛАР

**К**өркөм публицистика коомдук маанидеги маселелер, жашоо кубулуштары тууралуу пикир жаратууга багытталган, саясий жана идеологиялык мазмундагы, плюрализмге негизделген, көркөм каражаттар кенен колдонулган жанрдын бир түрү.

Көркөм публицистикада изилдөө теориянын жардамында практикалык жыйынтыкка умтулат. Т. а. дайым полемика, талаш, жаңы идеялар үчүн күрөш башкы орунда турат. Көркөм публицистиканы журналистиканын коомдук жашоого үйрөтүүчү түрү десе да болот. Басма сөздөгү көркөм публицистика кылымдар бою калыптанган жана телевизиондук чыгармачылык ал жанрлардын жаңы табигатын ачты.

### Очерк

Көркөм публицистиканын негизги жанрларынын бири – очерктин жанрдык өзгөчөлүктөрү адабият теориясында кенен каралат. Очерк – даректүү изилдөө менен көркөм аңгеменин чектешиндеги жанр. Окуянын жашоодогу орду очерктин даректүүлүк, ал эми адабий кооздуулугу көркөмдүүлүк табигаттарынан келип чыгат. Телевизиондук очеркте алдынкы планга аракеттеги адам (*портрет*) чыгарылат.

Телевизиондук очерк башка маалыматтык чыгармалардан айырмаланып дайым өткөн чакты чагылдырат жана анын архивдик же башка тарыхый, даректүү материалдардын тартыштыгынан видео катарды камсыздоо да оңойго турбайт. Ошондуктан кээде көпкө созулган байкоолор уюштурулат. Адатта, каармандын макулдугу менен «жашыруун камералар» да колдонулат. Т. а. камераларды каармандар байкабагандай, ага көңүл бурбагандай орноштурушат жана каармандарды камерага «жашырылган камераларга иштегенге» үйрөтүшөт, шарттарына көндүрүшөт жана көпкө тартылган тасмадан монтаж учурунда керектүү гана кесиндилери алынат. Ошого карабай очеркте инсценировка колдонулбайт, колдонулса да чеги менен. Ошондой эле портреттик очерк портрет-интервьюлар менен да толукталат.

Портреттик очерктен тематикасы боюнча жол китепчелер обочолонуп берилет. Бул түрдө журналист окуяга же кубулушка салыш-



тыруу менен баа берет жана каарманга коюлган басымды окуяга да бөлөт. Т. а. жол китепчелерин журналисттик редакциядан өткөн күндөлүк десе болот.

Очерктин сценарийин түзүү жана аны жазуу да өтө чебердикти талап кылат. Башка жанрларда сценарий окуядагы аракетти тартиптесе, очеркте ал тартиптин образын жаратат. Ошондуктан журналист очерктин сценарийинде алгач образдарга маани берет, анан гана алардын көркөм каражаттарын тартиптейт.

Бир сөз менен айтканда эгер репортажда – факт, аналитикада – проблема алдыга коюлса, очеркте – факт жана проблема адам образы аркылуу көркөм каражаттарды пайдалануу менен берилет. Очерк көркөм каражаттар, тематика, объекттин мүнөзү, автордук ой, материалды түшүндүрүү ыкмасы ж.б. көптөгөн критерийлер менен бааланат.

### Сүрөттөмө

Сүрөттөмө жанр катары барган сайын телевизиондук экранда көрүнбөй калды. Сүрөттөмө очерктен мазмундун тайыздыгы жана композициясынын анчейин жеңилдиги менен айырмаланат.

Сүрөттөмө кандайдыр маалыматтык себепке байланбайт. Тетирсинче, болгону көркөм тил менен жазылган текст жана оператордук кооз образ. Кээде текстти жок деле, жалаң видео образдар менен берилген сүрөттөмөлөр да тартылат. Андагы видео катарды атайын жазылган же тыкандык менен тандалган музыка же өзүнүн табигый үндөрү гана коштоп турат. Адатта бул жанр аркылуу адамдын жашоо тиричилиги, («Жаз келди», «Боорсок», «Күзгү бульвар») элдик салттар, майрамдар ж.б. турмуштан алынган учурлар чагылдырылат.

### Эссе<sup>1</sup>

Эссе – публицистиканын журналисттин позициясынан өз манерасында жалпак тил менен жазылуучу эстетикалык жанры. Адабиятта XVI кылымда белгилүү болгон француз калемгерлери Мишель Монтень, Андрэ Моруалар бул жанрдын негиздөөчүлөрү деп эсептелет. Орус адабиятында да эссе чебердигин Ф. М. Достоевскийдин («Жазуучунун күндөлүгүнөн») чыгармаларынан тапса болот.

<sup>1</sup> Фр. *essai* – тажрыйба.

Журналистиканын башатында эссе автордун жеке турмуштагы көрүнүштөр, коомдук, саясий же экономикалык кубулуштар туура-луу көз карашын өтө жөнөкөй жана жалпак сөз менен чагылдырган чыгармалардан турган. Эссеист айыл чарбасы, экономика, маданият же жөнөкөй эле таанышуу сымал каалаган тематикага кайрыла алган. Кийинчерээк анын чөйрөсү калыптанып, тематикасы да тартиптелди жана эссе деп – адабият жана искусство тематикасында айтылган сөз, берилген бааларды атап калышты.

Эссе советтик телевизиондук журналистикада жанр катары калыптанган жана барган сайын башка жанрлардын да өзгөчөлүктөрүн кенен колдонуп, өзгөрдү. Кыргыз телевизиондук мейкиндигинде («Альтернатива», Г. Базаров, УТРК) бирин-серин гана долбоорлорду эске албаганда эссе такыр жокко эсе.

Айтмакчы, акыркы интернет соцторлорундагы блогдор, барактар, баарлашуулардын кээ бир адабий калыптагы көрүнүштөрүн эссе десе болот.

### Сатиралык жанрлар

Телевизиондук публицистикада сатиралык чыгармалар өзгөчө орунду ээлейт. Анын үстүнө, телевидениенин даректүүлүгү сатиранын олутташтырып, аудиториянын назарын өзүнө ого эле кадайт. Сатиралык чыгарма юмордон өзгөчөлөнүп, күлдүрүп гана кой-

бостон кемчиликти жеңүүгө багытталат. Телевизиондук практикада сатиралык жанрлардын эки түрү (*фельетон*, *памфлет*) кенен колдонулат. Илгерки кыргыз журналистикасындагы «Чалкан» журналы, «Шибеге», «Калемпир» аттуу көрсөтүүлөр өз



«Тамашоу», КТРК, 2012-ж.

убагында эң көп окулган жана көрүмдүү долбоорлордон болгон. Азыркы учурда бул жанр да башка жанрлар менен аралашып, жаңы көрүнүштө («Тамашоу» КТРК) пайда болду.

**Фельетон** – негизинен адамдын кемчилигин же катасын белгилеп, коомдук байланыштарынын үстүндө күлдүрүү үчүн өзгөчө көркөм образдуулук менен иштелип чыккан критикалык адабий материал. Фельетондо сөзсүз жеңилдик, юмор, какшык, шакаба болуусу зарыл. Ал эми телевизиондук фельетон ал образды аудио жана визуалдык каражаттардын, куйкум сөздүү тексттин жана чебер режиссуранын жардамында таап берет. Азыр орус каналдарында «Куклы», «Личности» сыяктуу долбоорлор өз көрүүчүлөрүн тапкан. Тилекке каршы, кыргыз телевизиондук мейкиндигинде бул жанрдагы долбоорлор али иштелип чыга элек.

**Памфлет** – конкреттүү атуулдук, социалдык жана саясий жүз ачма максатты көздөгөн актуалдуу публицистикалык жанр. Памфлетте бүтүндөй социалдык өксүктүк, кемчилик же системалык мүчүлүштүк күлкүгө алынат. Совет пропагандасы параккордукка, караңгылыкка, өзгөчө динге памфлет аркылуу күрөш жүргүзгөн. Ал эми кыргыз телевизиондук экранында илгери «Телевизиондук миниатюра театры» (1980–85-ж.) сымал көрсөтүүлөр чыгып келген. Азыр тилекке каршы памфлет жанрындагы долбоорлор жок. Эгер сахнадагы куудулдардын чыгармаларын керектүү көркөм каражаттары менен камсыздап, экрандаштырса чыныгы памфлет жанрындагы көрсөтүүлөр кайра жаралмак.

### Телевизиондук журнал

Адабият жанрлары гезит беттерине өзгөрүп өткөндөй эле басма сөздөгү жанрлар экранга да башка калыпта өтүп турат. Гезиттеги хроника радиого жаңылыктар болуп өтсө, андан телевидениеге өз алдынча түрмөк болуп жетти. Бирок, жалаң гана жаңылыктар менен толгон гезит беттери окурмандарды тажатып жибербөө максатында ага ар чөйрөдөн кызыктуу маалыматтар кам-



*"Замана" таңкы программасы,  
КТРК, 2012-ж.*



тылып, гезиттен мурда чыга баштаган журнал жаңы формада кайра жарала баштады.

Журнал гезиттен көлөмү, мааниси, аудиториясы, андагы материалдардын олуттуулугу менен айырмаланат. Журнал телевидениеге кино журнал (*кинохроника*) аркылуу келди жана экранга ар түрдүү, ар кыл жанрдагы көрсөтүүлөрдү бир чыгарылышта бере ала турган долбоорлор чыкты. Буга ар каналдагы таңкы «Замана» (КТРК), «Кутман таң» (ЭлТР), күндүзгү «Чак түш» (ЭлТР), кечки «Дагы бир суроо» (Манас жаңырыгы) программаларын айтууга болот. Бул көрсөтүүлөр ар кандай жанрда даярдалган бир канча рубрикалардан турган телевизиондук журнал функциясын аткарган долбоорлорго кирет.

### Викторина

1920-жылы советтик журналист М.Кольцов ар кандай суроолор, шарада, ребустардан турган атайын бет чыгарууну сунуштап, гезит тарыхына жаңылык киргизген. Бул бет дароо коомдук кызыгууну пайда кылып, колго алынды жана анын тажрыйбасы башка басылмалар тарабынан да кенен колдонула баштады. Айтмакчы, бул бет аны алгач даярдап чыгарган адистин (*Виктор*) атынан викторина деп аталып калды.



*"Билерман ордо"  
ЭлТР, 2010-ж.*

Андан ары викторина телевидениеге жетти. Телевизиондук викторина негизинен суроо, ойлонууга убакыт, жооп жана байгеден турган оюн. Бул классикалык формуланы

ар бир канал каалагандай тартиптеп, көркөм каражаттарды жана технологиялык жетишкендиктерди колдонуу менен кооздоп, көрүмдүүлүгүн арттыра алат. Бүгүнкү экранда викторинанын эсеп жеткис саны бар. Алардын ичинде «Билерман-ордо» (*ЭлТР, 2010-ж.*) сымал долбоорлор өтө жогорку рейтингке жеткен жана чоң аудиторияларды чогултат.



## Реалити-шоу

Реалити-шоу телевидениенин өзүнө гана таандык касиеттеринен чыккан, очерк, сүрөттөмө, интервью, дискуссия сымал жанрлардын элементтерин колдонуп, көрүүчүнү каармандын же каармандардын психо-эмоционалдык абалын тең бөлүшүүгө, ага жан тартууга багытталган жаңы жанр. Постсоветтик мейкиндиктеги алгачкы «Последний герой» (ОРТ), «Дом» (СТС) ж.б. сымал реалити-шоулар дароо телекөрүүчүлөрдүн назарын өзүнө буруп, тез арада өтө көрүмдүү долбоорлорго айланган. Кыргыз телевизиондук практикасында да бирин-серин бул жанрдагы «Жоокер жылдыздар», «Капкан-шоу», «Түгөйлөр», «ТВ-Академия» сыяктуу долбоорлор КТРК каналында чыгып келген.

## Документалистика

Телевизиондук каналдын программасында кайра кайталоого коюлган «эски» же убакыт өтсө да маанилүүлүгү эскирбеген атайын көрсөтүүлөр да болуусу зарыл. Мындай маалыматты сактаган атайын көрсөтүүлөрдү даректүү же телевизиондук фильмдер деп аташат.

Советтик телевизиондук программада дайым кайталанып турса да коомдук маанилүүлүгү эскирбеген материалдарды иштеп чыгуу үчүн атайын телефильм редакциялары иштеген. Ошондой эле редакция Кыргыз ССРинин Теле берүү жана радио уктуруу комитетинде да «Кыргызтелефильм» бирикмеси деп ачылган. Ал азыргачейин КТРКнын редакциялык бириги катары каралат жана анын чыгармачылык жамааты жылына ондогон телефильмдерди тар-



*КР Эл артисти Д.Садырбаев*

тат. Ал чыгармалар убакты-сааты менен ар кайсы каналдын эфирдик чарчыларынан кайталанып турат.

Телевизиондук фильмде даректүүлүккө образдуулук берилет. Т. а. кубулуш, көрүнүш маанай же портрет аркылуу эскиргис пикирлер менен түшүндүрүлөт. Даректүүлүк<sup>1</sup> журналисттен материалды олуттуу орунга көтөрүүнү талап кылат. Ошондой эле документалистика тарыхый реалдуулукка да көп кайрылат.

Кыргыз документалистикасынын пайдубалын түптөөдө жана аны өнүктүрүүдө маркум Д.Садырбаевдин салымы зор. Анын бир катар даректүү эмгектери, анын ичинде «Кайран эл» фильмин чынында доор эпопеясы десе болот. Тилекке каршы, Д.Садырбаевдин чыгармачылык мурастары алиге чейин изилдене элек.

## ЖАНР ЖАНА ОКУЯ

**Т**елевизиондук практикадагы окуяны – факт десе да болот. Ошол эле учурда бир эле окуяда бир катар фактылардын орун алганын байкоого болот. Телевизиондук долбоор, көрсөтүү же маалымат эң алгач окуянын же андагы фактынын үстүндө курулат. Т. а. факт<sup>2</sup> ар бир телевизиондук кабардын өзөгүнөн өтөт. Ошондон улам телевидениени окуяны тейлөөчү мекеме десе болот.

Телевизиондук долбоор өзүнүн жанрын окуя жана факт мунарасынан аныктайт. Ошондуктан жанрлардын окуядан, факттан көз карандылыгын, алардын өз ара байланыштарын да карап чыккан оң.

**Хроника** – окуя же андагы факт тууралуу кыска кабар.

**Маалымат** – окуя же факт тууралуу кыска маалымат. Тарыхый маалыматтар, салыштыруу, каармандардын мүнөздөмөлөрү да кошулушу мүмкүн. Кириш сөзү жана аягы болот.

**Интервью** – окуяны жана фактыны маек жардамында берүү.

**Репортаж** – фактты журналисттин сөзсүз катышуусу аркылуу түшүндүрүү.

**Корреспонденция** – фактылардын тобун сүрөттөп, анализдеген кабар. Мисалдар, оперативдүүлүк, теманын конкреттүүлүгү жана анык дареги болуусу зарыл.

**Баяндама** – коомдук маанилүү кубулушту негизи окшош окуялар аркылуу түшүндүрүү;

<sup>1</sup> Документалистика.

<sup>2</sup> Лат. *facere* – жасоо.

**Сүрөттөмө** – фактыны жалпылаштырып сүрөттөө, журналисттин оюн образ менен мүнөздөө.

**Телевизиондук очерк** – окуяны адамдын жеке касиети аркылуу чагылдыруу. Очеркте журналист окуяны аракеттеги каармандын образы аркылуу чечмелейт.

Бир сөз менен айтканда, факт **маалыматтык** материалда – жаңылык, **аналитикада** – кубулушту түшүндүргөн маалымат, ал эми **көркөм-публицистикада** – образ аркылуу түшүндүрүлгөн окуя болуп эсептелет.

Ошентип, жогоруда телевизиондук экрандан чыккан көрсөтүүлөрдүн жанрлары тууралуу үстүртөн болсо да маалымат берилди жана келечекте телевидениенин өзгөчөлүктөрүнө шайкеш жаңы жанрлардын пайда болуусу түшүндүрүлдү. Анткени, жанрдын өзгөрүлмө касиети буга жол берет. Ушундан улам телевизиондук долбоордун көркөм каражаттар менен кайталангыс түптөлгөн калыбын – телевизиондук жанр десе да болот.

**6**-бап

**ТЕЛЕВИЗИОНДУК  
ӨНДҮРҮШ  
КОНВЕЙЕРИ**

**РЕДАКЦИЯ**

**ӨНДҮРҮШ**

**ЭФИР**

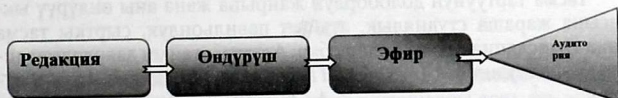
**АУДИТОРИЯ**



## ТЕЛЕВИЗИОНДУК ӨНДҮРҮШТҮК КОНВЕЙЕР

**К**онвейер – деп, адатта завод-фабрика ж.б. индустриялык иш-каналардагы өндүрүштүк баскычтардын тартибин айтышат жана бул өндүрүшкө гана тиешелүү түшүнүк. Албетте, телевизиондук көрсөтүү да өз ара тыгыз байланыштагы чыгармачылык жана өндүрүштүк бирикмелер аркылуу экранга чыгат. Т. а. ар бир долбоор жамааттык продукция жана анын өндүрүү баскычтарын жалпысынан бүтүндөй бир конвейер катары караган оң.

Телевизиондук конвейер – редакциялык, өндүрүштүк, эфирдик жана аудиториялык баскычтардан турат. Кээ бир эмгектерде бул процесс алгачкы үч баскыч менен эле чектелген. Бирок, телевизиондук экран аркылуу алынган маалыматтын телекөрүүчүнүн түшүнүгүнө айланганын күзөтүүнү – мониторинг да конвейердин ичинде караган туура болот.



### РЕДАКЦИЯ

**Р**едакция – сөздүк маанисинде кандайдыр тексти, аудио же видео чыгарманы редакциялоо дегенден келип чыккан. Андан ары редакторлордун, жазмачыл, чыгармачыл топтун отурган жерин да массалык-маалымат каражаттарынын чыгармачылык бирдиги катары редакция деп аташат. Чындыгында, телевизиондук көрсөтүүнүн кагаз-жазма жана уюштуруу иштери редакцияда ишке ашат жана каралып жаткан бул темада идеяны калыптоо, аны

долбоорлоо, сценардык план түзүү жана сценарийди жазуу, аны режиссёрдук тартиптөө сымал аракеттер жалпылаштырылып редакция деп аталып калды.

Редакциялык иштер чыгармачылык бирикменин өзгөчөлүгүнө, чыгарылчу продукциялардын багытына жараша ар кандай уюштурулат. Мисалы, маалыматтык көрсөтүүлөр көңүл ачуу программаларынан ыкчамдуулугу жана штамп тартиби менен өзгөчөлөнгөндүктөн, алардын редакциялык иштери да алда канча айырмаланат. Т. а. маалыматтык редакцияларда идеяны моделдөө, сценарийин жазуу сымал көркөм жанрлар талап кылган кээ бир иштер жокко эсе. Алардын ордуна расказдровкалар, пландар тартиптелет.

## ӨНДҮРҮШ

**К**агаздагы долбоордун телевизиондук сценарийге ылайык уюштурулуп, реалдуулукка көчүүсү – кыялдын реалдуулукка айлануусу – телевизиондук көрсөтүүнүн өндүрүшү деп аталат жана ал өз кезегинде тасмага тартуу, монтаждоо жана түз эфирдеги көрсөтүүлөрдү даярдоо процесстеринен турат.

## Тасмага тартуу

Тасма тартуунун долбоордун жанрына жана аны өндүрүү ыкмасына жараша студиялык, атайын павильондук, сырткы тасма жана трансляция деген түрлөрү бар. Адатта, атайын даярдалган аппараттык-студиялык (*КТРК, ЭлТР, ОшТВ* ж.б.) комплекстерде жаңылыктар, аналитикалык көрсөтүүлөр, оюн-зоок программалары сыяктуу ж.б. ар түрдүү шоу-аземдер тартылат.

Тасма ошондой эле кино павильондорунда, театр сахналарында, арена-ларда ж.б. телевизиондук талаптарга ылайык келген аянттарда да тартылат.





Спорт мелдештери, концерттер, расмий ж.б. мекемелер тасмага трансляция режиминде жазылат. Айтмакчы, трансляциянын окуя болуп жаткан жерден түз алып көрсөтүү ыкмасы да бар.

Ал эми маалыматтык, аналитикалык долбоорлордун сюжеттери, репортаждар, иликтөөлөр, кээ бир павильондук долбоорлордун компоненттери автоном камера менен сырттан тартылат.

## ЭФИР

**Д**аяр болгон телевизиондук чыгарма телевизиондук кабылдагычтарга (*телевизорго*) эфир толкундары аркылуу эки режимде жеткирилет. Биринчиси тасмага тартылып, монтаждалган чыгарманы көрсөтүү жана телевизиондук чыгарманы тасмасыз, монтажсыз даярдап, түз эфир режиминде көрсөтүү. Адатта, түз эфир режиминде тасмага тартылган жана монтаждалган продукциялар колдонулган аралаш ыкма да кездешет.

Адатта, көңүл ачуу программалары, расмий билдирүүлөр, жолугушуулар, концерттер, чыгармачылык кечелер, адабий жана музыкалык ж.б. көрсөтүүлөр обого тасмага тартылып, монтажданып чыгарылат. Ал эми маалыматтык жана кээ бир аналитикалык, саясий көрсөтүүлөр, таңкы ж.б. программалар түз эфир режиминде чыгарылат.

Жогорудагы ыкмалар долбоор түзүлөөрдө, жанр талабынан, финансылык мүмкүнчүлүктөн, технологиялык өзгөчөлүктөн, алып баруучунун жөндөмүнөн ж.б. факторлордон улам каралат.

## АУДИТОРИЯ

**Т**елевизиондук программаларды көрүүгө кудурети жеткен көрүүчүлөрдү жалпысынан телевизиондук аудитория дешет. Аудитория потенциалдуу (*телевизору барлар*) жана реалдуу (*азыркы тапта аны көрүп отургандар*) болуп, эки катмардан турат. Бул катмарлардын саны рейтинг менен аныкталат.

Бул баскыч өзүнө көрсөтүүнүн обого чыгып жаткан учурунан баштап телекөрүүчүнүн алынган маалыматты андоого чейинки убакытты камтыйт. Албетте, ар бир телевизиондук долбоор сунуш кылган чыгармасынын маалымат керектөөчүсүнө даректүү жетүүсүнө кызыкдар. Анткени, берген маалыматы тууралуу коомдук пикир жаратууга умтулат жана берилген маалыматтын батыраак түшүнүккө айлануусун изилдөө менен көзөмөлдөйт.

Анүчүн ар бир телевизиондук мекеме коомдук-социологиялык иликтөөлөрдүн негизиндеги атайын анализдерди, жыйындарды, жолугушууларды өткөрүп турат. Ошондой эле кээ бир мекемелер туруктуу эксперттердин калыс ой-пикирлерин да колдонот.

Телевизиондук аудиторияны изилдеген атайын мекемелер, социологиялык лабораториялар, илимий изилдөө борборлору дайым көрсөтүүлөргө болгон талаптарды аныктоо менен телевизиондук таасирдин күчүн өлчөп турушат жана бул өлчөөлөр атайын критерийлерге негизделет. Мисалы, Колумбиянын (АКШ) журналистика мектеби телевизиондук көрсөтүүлөрдү баалоодо 72 баллдан, ал эми Санкт-Петербургдагы психолог В. Бойко 74 позициядан турган шкаланы сунуш кылган.

Ал критерийлердин негизинде көрүүчүнүн экранда болуп жаткан окуяга дилдештигин камсыздоо үчүн көрсөтүүдө көрүүчүгө керектүү жана анын социалдык даражасын көтөрүүчү маалыматтын, эстетикалык баалуулуктун болуусу зарылдыгын айтылган.

Көрсөтүлүп жаткан материалда эффект кадрлары, камеранын кынтыксыз деңгээли ж.б. оператордук чебердиктер, үндүн таза жа-



зылуусу сыяктуу критерийлер өтө маанилүү. Ошондой эле кадрдагы текстке структуралык кооздук, чечимдердин аргументтүүлүгү, анык көрсөтүлгөн негизги идея, туура тил жана туура сүйлөөнүн сымал ж.б. бир катар талаптар да эске алынуусу зарыл.

Андан сырткары аудитория менен «тил табышуу», ар кандай тараптардын пикирлерин эске алуу, жөнөкөйлүк, каналдагы журналисттердин чебердигин баалоодо чоң роль ойнойт.

### **Телевизиондук аудиторияны өлчөө механизмдери**

Гезитти, китепти нускасы жана сатылуусунан улам анын керектүүлүгүн аныктаса болот. Ал эми телевидениенин керектөөчүлөрүн аныктоо өтө кыйын. Анүчүн атайын иликтөөлөр жүргүзүлөт. Мисалы, АКШда телевизиондук аудиторияны билүү жана изилдөө үчүн атайын техникалык камсыздоолор каралган. Ал эми ВВС жылына 1,5 млн телекөрүүчүнү сурамжылап турат.

Акыркы он беш жыл ичинде кээ бир майда иликтөөлөрдү эске албаганда, мамлекеттик жана менчик телевидениелердин дээрлик баарында телевизиондук маалымат керектөөчүсүнүн табитин жана талабын изилдеген бир да изилдөө жүрө элек. Илгери КТРдин базасында чакан социологиялык лаборатория телекөрүүчүлөрдөн келген каттардын жана чакан маектердин, телефондук мониторингдин негизинде азын оолак жыйынтык чыгарганга жетишчү. Ошол учурдагы жетекчиликтин компетентсиздигинен ал лаборатория жабылган.

Ар бир телекөрүүчүнүн телевизор көрүүгө бөлүнгөн убактысы ар башка жана ал телекөрүүчүнүн жумушунан, жашаган жеринен, керек болсо кабаттуу же жер тамда турганынан да көз каранды. Ошондуктан, изилдөө оболу кайсы аудиторияны өлчөө керектигин аныктоодон башталат.

Аудиторияны өлкө масштабында өлчөө оңой. Ошондой эле өлчөө жүргүзүлгөн региондордогу инфраструктура – театр, спорт аянттары, көңүл ачуу, эс



*Пилметр*



Аудиметр

алуу борборлорунун жыштыгы да эске алынат. Анткени, инфраструктурасы өнүккөн региондордо телекөрүүчүнүн телевизорду азыраак көргөнү мыйзам ченемдүү жана ошол мыйзам ченемдүүлүктүн деңгээлин аныктоо зарыл.

Аудиторияны өлчөөдө иликтөө жүргүзүлгөн региондун (*шаардын, айыл-кыштактын*) экономикалык абалы да таасирин тийгизет. Анын абалына жараша социалдык-демографиялык мүнөздөмөлөр да өзгөрөт. Аялдар менен эркектер, иштегендер менен ишсиздер телевизор көрүүгө ар кандай убакыт кетирет. Телекөрүүчүнүн жынысы, курагы, финансылык деңгээли да иликтөө чекиттерин белгилейт. Учурда турак аймактары да колунда барлар, орто класс жана кедейлер жашаган райондорго бөлүнүп, иликтөө ал райондордун өзгөчөлүгүнө да жараша өзгөрүп турат. Реклама берүүчүлөр үчүн бул малыматтар өзгөчө мааниге ээ.

Өлчөөнүн масштабдуу жана туруктуу болгону жакшы. Анткени, телевизиондук канал телекөрүүчүнүн табитин таап, анын талабын өз убагында аткарууга кызыкдар.

Телевизиондук аудиторияны өлчөөнүн батыш практикасында телевизорго уланган пиплметрлер (*аудиметр*) колдонулат. Алар ар бир үйгө, анын ар бир мүчөсүнө атайын код берилип, ар бир үй-бүлө мүчөсү канча убакыт, кайсы көрсөтүүнү көрөөрү аныкталат. Алардын курагы, жынысы жана социалдык абалы, жашаган району, региону пиплметр берилээрде, алдын ала аныкталат.

Дагы бир ыкма – телекөрүүчүнүн күндөлүгү. Телевизиондук канал жалпы аудиторияны аныктоо үчүн 200–300 бүлөөгө атайын даярдалган күндөлүк таратат. Күндөлүктүн ар бир барагы бир күндү белгилеп, ар 15–20 мүнөткө бөлүнгөн. Болгону, үй-бү-

лө мүчөлөрү кимиси, кайсы учурда, кайсы каналды, кайсы көрсөтүүнү канчага чейин көргөнүн белгилеп коёт. Ал күндөлүктөр пилметрлерге караганда алда канча арзан болгону менен, азыркы каналдардын көптүгүнөн телекөрүүчү мындай күндөлүктү так жүргүзүүсү өтө эле кыйын жана зеригээрлик иш экени байкалат.

Акыркы учурларда телевизордун пультага атайын көрсөткүчтөр орнотулуп, алар ай сайын иликтенип туруусу да аудиторияны өлчөө ыкмаларына айланып баратат.

Бул ыкмалардын жардамы менен негизги көрүмдүүлүк – рейтинг түзүлөт. Т. а. «Учурда кайсы каналдын кайсы программасын канча адам көрүп жатат?» – деген суроого жооп алынат жана ал башка көрсөткүчтөр менен салыштырылып, деңгээли – салыштырмалуу рейтинг аныкталат. Ошол эле учурда «Канча телекөрүүчү көргөн жок?» – деген суроого да жооп берүү – рейтингдин чыныгы деңгээлин аныктайт.

Аудиторияны өлчөөнүн жыйынтыгы телевизиондук каналдын гана эмес, реклама берүүчүдөн баштап, толкун таратуучулар жана журналисттик окуу жайларга чейинки телевизиондук жалпы маалыматтык мейкиндиктин ишин жана тартибин аныктаган эрежелерди, мыйзам ченемдүүлүктөрдү иштеп чыгууга мүмкүнчүлүк жаралат.

### **Телекөрүүчүгө таасир берүүчү факторлор**

Ар бир көрсөтүү телекөрүүчүгө таасир берүүгө багытталат жана бул табигат телевидениенин негизги кубулушу, өзгөчөлүгү. Изилдөөлөргө ылайык бул табигатты көбүнесе алып баруучу, диктор же репортёр пайда кылат. Т. а. телевидение экрандагы каарман аркылуу таасир берип, теле көрүүчүнү башкарат. Төмөндө анын кээ бир жагдайларын карап өтөлү:

**Диалог<sup>1</sup> эффекти** – телекөрүүчү экрандагы маалыматты ага гана багытталган деп, каарман менен сүйлөшүүгө даяр жана берилип жаткан кабарга, маалыматка, болуп жаткан окуяга кайдыгер эмес. Мында алып баруучунун студиядагы туура отурганы, турганы, позасы, абалы, көз карашы, кол жаңсоосу, мимикалары өтө маанилүү;

<sup>1</sup> Gr. di logos – сүйлөшүү, маек.

**Ишеним эффекти** – телекөрүүчү алып баруучуга ишенүүгө мажбур (*ынануу эмес*), экранда болуп жаткан окуя чындыгында болуп жатат, бул анын түшү эмес. Малетскинин (1963) концепциясында: «Ишеним эффекти телекөрүүчү өзүн алып баруучуга окшото алса гана, алып баруучу телекөрүүчүгө окшош болсо гана ага ишеним пайда болот» – делет.

Л. Голдбергдин айтуусунда бул эффектти пайда кылууда алып баруучунун кайраттуулугу, макул болууга, достошууга даярдыгы, өзүн көзөмөлдөй билүүсү, эмоционалдык туруктуулугу, жаңы ситуацияларга интеллектуалдык жана маданий ачыктыгы (*эр жүрөктүүлүгү*) ж.б. касиеттери чоң роль ойнойт.

**Катышуу эффекти** – телекөрүүчү өзүн бул окуяга түздөн-түз катышып жаткандай сезип, кээде окуяга кирип да кетет. Айтмакчы, кээ бир долбоорлор атайын байланыш каражаттары аркылуу (*smc, телефон ж.б.*) окуяга телекөрүүчүнү атайын киргизүүгө багытталган.

Демек, аудиторияны түзүү-калыптоо, бөлүү жана чогултуу, тарбиялоо жана билимин жогорулатуу, эс алуусун уюштуруп, көңүлүн ачуу – активдүү программаланган телевизиондук маалыматы дыкаттык менен изилденген аудиторияга түшүнүктүү жеткирилүүсү менен ишке ашат.



**7** -бап

**КӨҢҮЛ АЧУУ  
ЖАНА БИЛИМ  
БЕРҮҮ  
ДОЛБООРЛОРУН  
ДАЯРДОО**

**ДОЛБООРЛОО ЖАНА  
СЦЕНАРДЫК ИШТЕР**

**КӨРСӨТҮҮНҮ УЮШТУРУУ**

**ВНДУРУШ: РЕПЕТИЦИЯ,  
ТАСМАГА ТARTУУ ЖАНА  
МОНТАЖ**

**ЭФИР: ЦЕНЗУРА,  
ТЕХНИКАЛЫК КӨЗӨМӨЛ,  
ОБОГО ЧЫГАРУУ**

**ТҮЗ ЭФИРДЕГИ КӨҢҮЛ АЧУУ  
ДОЛБООРЛОРУ**

**ШТАМП ТҮШҮНҮГҮ**

**АДИСТИКТЕР**

## ДОЛБООРДУК ЖАНА СЦЕНАРДЫК ИШТЕР

**Т**елевизиондук көрсөтүүлөр аудиториясына жана аркалаган максатына ылайык маалыматтык, билим берүү жана көңүл ачуу багыттарына бөлүнөөрү жогоруда айтылган. Аталган багыттардагы көрсөтүүлөр мазмуну, көркөмдүгү жана көлөмү менен гана эмес, өндүрүштүк өзгөчөлүктөрү менен да өз ара кескин айырмаланып турат. Мисалы, маалыматтык багытка караганда көңүл ачуу жана билим берүү багытынын өндүрүштүк конвейери алда канча татаал жана чыныгы чыгармачылык дараметти талап кылат.

Көңүл ачуу жана билим берүү программалардын редакциялык иштери – идеянын автордун кыялында калыптануусу, моделденүүсү, кагазга чагылуусу жана аны уюштуруу иштеринен турат. Т. а. айтканда идеянын долбоорго, андан сценарийге айлануусу, анын өндүрүштүк тартипке ылайыкташуусу ушул жерде калыптанат.

Даярдалып жаткан көрсөтүүнүн деңгээли анын демилгечилеринин тактыгы жана чебердигинен көз каранды. Редакциялык иштери толук жана так аткарылган долбоор, өндүрүштө өтө тез жана алгылыктуу бүтөт.

Телевизиондук конвейерде кандай гана жанрдагы, мейли 10 сааттык, (*практикада ушундайлар да болот*), же 15 мүнөттүк көрсөтүү болбосун, ага коротулган убакыттын 80–85 пайызы редакцияда бүткөнү туура.

Тилекке каршы, кээ бир адистер бул баскычка такыр, же анчейин маани бербей, алып чыккан көрсөтүүлөрүнүн чийкилиги обого чыккан көрсөтүүнүн биринчи эле мүнөттөрүндө байкалат.

Редакциялык баскыч чыгармачылыктын чыныгы устаканасы жана ал өз кезегинде эки бөлүмдөн – **сценардык** жана **уюштуруу** иштеринен турат.



### Идея жана анын модели

Адам кыялы менен жашайт. Анын татаал психикасындагы толук калыптанган ой же пикир гана жашоого жарактуу. Демек, автордун кыялында толук калыптанган идеяны гана чыгарма десе болот. Бирок, дайым эле чыгармачыл адам идеясын кыялында калыптай бербегендиктен көбүнесе чыгармалар (*көбүнчө телевизиондук долбоорлор*) чийки жана супсак чыгып калат. Идеянын кыялдагы калыптануусу – автордон толук ой толгоону, өтө кылдат тартипте талап кылган татаал процесс.

Телевизиондук чыгарманын идеясы финансылык, психологиялык рахат, коомдук мобилизация ж.б. сымал кандайдыр реалдуу пайданы көздөшү керек. Антпесе, бул жөн гана куру кыял бойдон кала берет.

Анан да, идея реалдуу болуусу зарыл, антпесе курулай иллюзия убакытты текке кетирет. Идеяны иллюзиядан «кантип?» деген суроо ажыратат. Мисалы, автор телекөрүүчүлөргө чакан бизнести өнүктүрүүнү, андан каражат табууну түшүндүргүсү келсе, ишкерлердин ийгилигин, новаторлугун, инновациялык жаңылыктарын ачып берүүсү зарыл. Бул реалдуу жана долбоорго жарактуу кыял.

Ал эми өлкөнүн экономикасынын көтөрүү идеясы «кантип?» деген суроого жооп бере албаса жөн гана иллюзия жана аны зордоп долбоорлой берсе авантюрага айланат.

Автор кыялын реалдуу чыгармага айлантуу үчүн, кыялында алгачкы тамгасын, сөзүн, сүйлөмүн «гуп», ар бир кадрын, сюжеттерин зерикпей «көрүүсү» зарыл. Ал кыялында ошондой эле өзүн, кийимин, долбоордун декорациясы коюлган павильонду, ал жердеги ордун, отурган, сүйлөгөн, манераларын анык тартиптеп, көрсөтүүгө чакырыла турган коноктор менен жүргүзгөн маегин кыялында калыптоо керек. Андан соң гана бул калыпты кагазга түшүрүү керек. Кыялы чачыраса улам токтогон жеринен улап, майда-баратына чейин токтолуусу зарыл. Бул жөндөм өтө зор өжөрлүктү, чеберчиликти талап кылат. Антпесе, чыгарма ар бир кырдаалга ыкташып отуруп, аягында идеядан эч нерсе калбай калат.

Идеяны калыптоодо автордун телевизиондук жана жанрдык өзгөчөлүктөрдү, адистик чебердикти, техникалык мүмкүнчүлүктөрдү жакшы билиши чоң роль ойнойт. Айтмакчы, автордун кыялында калыптанган идея режиссёрдун кыялында башкача моделденүүсү мүмкүн. Ошондуктан автор режиссураны жана өзү иштеше турган режиссёрдун кыял-жоруктарын да жакшы билгени оң.

### **Идеяны калыптоодогу аудиториянын өзгөчөлүктөрү**

Телевизиондук аудитория менен көрсөтүүнүн чыгармачылык тобунун (*алып баруучу, диктор, модератор, конок, катышуучу ж.б.*) ортосунда кызык мамилелер байкалат. Бир караганда экрандагы адам аудиторияга таасир берип жаткандай болгону менен, тетирисинче ал өзү көбүрөөк таасирге дуушар болот. Мисалы, анын сүйлөө манерасы, тону, кийими, баскан-турганы, кол жаңсоолору, эмоциясы ж.б. аракеттери анын аудиторияга ыкташып, ага жагууга жандалбастап жатканын далилдейт. Демек, ал аудиториянын таасиринен улам турмушундагы образынан өзгөчө көрүнүүгө мажбур.

Телевизиондук долбоордун идеясын калыптоодо сөзсүз аудиториянын кабыл алуусун жана анын түз байланыштагы (*залдагы, майдандагы же сабактагы*) аудиториядан айырмалаган өзгөчөлүктөрүн эске алуу керек.

Телевизиондук студияда сүйлөп жаткан алып баруучу (*катышуучу, конок*) аны карап отурган аудиториянын социалдык катмарын анык билбегендиктен, анын сөзүнө, жасаган кыймылдарына болгон реакциясын да билбейт. Ошондуктан идеяны калыптоодо келечекте-



ги аудиториянын үстүртөн болсо өзөктүк катмарын (*балдар, жаштар, аялдар, спортчулар аудиториясы ж.б.*) так аныктоо зарыл.

Телевизиондук аудитория чачыранды жайгашкандыгы менен айырмаланат жана коюлган темага даярданбайт.

Демек, аны кызыктыруу жана көрсөтүүнүн аягына чейин кармап туруу чебердиги идеянын моделдөө проссецинде эле толук каралып чыкканы оң.

Телевизиондук аудитория ар башка үй-бүлөдө жашагандыктан алардын ортосун бириктирген каражат али жок. Т. а. телекөрүүчүлөр бири-бири менен байланыша да албайт жана бири-биринин реакциясын да билбейт. Демек, аларды жалпы жетектөө үчүн «ээрчүү» эффекти иштебейт. Мисалы, залда элдин баарынын колдорун көтөртүүгө болот. Анткени бири-бирин карап деле көтөрө беришет. Бирок экран аркылуу муну кылуу өтө эле оор. Ошондуктан идеяны моделдөөдө аудиторияны жалпы аракетке жетелей алган механизмдер да ойлонулат.

Телевизиондук аудитория маалыматты адатта үй режиминде кабылдайт жана аны теле көрсөтүү шартына киргизүү оор. Т. а. студияга чакырылган аудитория павильондогу жасалга, чырактар, терезелер, андагы түн ж.б. декорациялык өзгөчөлүктөр аудиториянын маанайын көрсөтүүнүн шартына алдын ала ылайыкташтырып коёт.

Ал эми жумшак төшөктө отурган телекөрүүчүнү бул шарттар менен таасирлентүү өтө эле оор. Ошондуктан аудиториянын интеллектуалдык, психо-эмоционалдык абалын табуу да алдын ала каралат.

## Долбоор

Долбоор – проект<sup>1</sup> деген сөздүн техникалык котормосу. Телевизиондук практикада автордун кыялында калыптанган идеянын кагазга чагылуусу, иреттелип түшүрүлүүсү – долбоор деп аталат. Телевизиондук долбоордун бекитилген нускасы жок жана финансылык чыгымдары, психо-интеллектуалдык коэффициентте-



Жаңы долбоор үстүндө, ЭлТР, 2012-ж.

<sup>1</sup> Лат. *projectus* – алдыга коюлган, чагылдырылган.

рине чейин эсептелген кээ бир долбоорлор жүздөгөн барактардан турса, кээ бирлери бир канча гана баракка батат. Долбоордун көркөмдүгү анын жеткиликтүүлүгүндө. Бул автордон чебердикти жана чоң тажрыйбаны талап кылат. Жакшы долбоор суроосуз эле түшүнүктүү жана ишке ашырууга оңой түзүлөт.

**Долбоордун үлгүсү**

“ЭлТР” КТРКсы

## ДОЛБООР

<b>Аты</b>	– “Негизги маселе”
<b>Хронометражы</b>	– 40 мүнөт
<b>Тили</b>	– кыргызча
<b>Эфирге чыгуу күнү, убактысы</b>	– ар дүйшөмбү, 19:40
<b>Технологиялык ыкмасы</b>	– түз эфир
<b>Тематикалык багыты</b>	– саясий, экономикалык жана коомдук кубулуштар
<b>Жанры</b>	– дебат элементтерин камтыган талаш
<b>Эфир павильону</b>	– “ЭлТР” КТРКнын короосу
<b>Студиянын жасалгасы</b>	– студия фонтандын жанына орнотулат, борбордо <i>(алып баруучу жана чакырылган конок үчүн)</i> эки отургуч жана стол коюлат. Жарык борборго топчудай, калган тараптарга мээлүүн калыпта берилет. Арткы фондо имарат.
<b>Көрсөтүүнүн кыскача түзүмү</b>	– шапка, саламдашуу, көрсөтүүнүн бул саны туурасында учкай сөз, көрсөтүүнүн коногу менен тааныштыруу, алып баруучу жүргүзгөн иликтөөлөр, суроо-жооп, телефондорго жооп, жыйынтык жана коштошуу.
<b>Көрсөтүүнүн жүрүшү</b>	– студияга темага ылайык конок чакырылат. Алгач алып баруучу талкууга коюлган теманын негизин изилдейт. Андан соң талкуу башталат. Талкуу талашка айланып, алып баруучу убакытты жана аргументтик балансты көзөмөлдөп отурат. Көрсөтүү интерактив усулу менен коштолот. Көрсөтүүдө иликтөөлөр, телекөрүүчүлөрдүн телефон аркылуу суроолору берилет. Талкуу бүткөн соң алып баруучу жыйынтыктап, конокко ыраазычылык билдирип, телекөрүүчүлөр менен коштошот.

**Ошондой эле көрсөтүү анимациялык-аралашма ыкмада жасалган шапка, макал-лакаптар, накыл сөздөрдөн турган отбивкалар менен жасалгаланат.**

### Долбоордун шарттуу темалары

№	Көрсөтүүнүн темасы	Көрсөтүүнүн коногу	Берилчү суроолор
1.	<b>Кыргызстандагы аялдардын орду</b>	Д. Ниязбекова – ЖК депутаты Т.Кожобеков – радио д.ж.	1. Бүгүн коомдо эмне үчүн аялдардын орду белгисиз? 2. Аялдын бактылуулугу эмнеде? 3. Бүгүнкү аялдарга эң оболу эмне керек?
2.	<b>Кыз ала качуу салтпы же жайпайлыкпы?</b>	С. Бейшекеев – эстрада ырчысы Т. Акун – Кыргыз Республикасынын акыйкатчысы	1. Ала качуу салты кайдан чыккан? 2. Ала качып жашагандар кимдер? 3. Чыныгы сүйүү деген кайда кетти? 4. Мунун булагы эмнеде?
3.	<b>Кыргыз кыргактан кийин тукумсуз</b>	Г. Кахарова – эстрада ырчысы С. Жумабеков – дарыгер	1. Эркектер неге алсыз болуп баратышат? 2. Эркектин тукумсузгунун себептери. 3. Аялдар эмне үчүн төрөгүсү келбейт?
4.	<b>Мектеп тарбиячыбы же?..</b>	Р. Айтматова – коомдук ишмер А. Карымов – эстрада ырчысы	1. Мектепке балдар эмнеге барат? 2. Ата-энелерге мектеп канча турат? 3. Билимдүү менен адепсиздин айырмасы.
5.	<b>Үй-бүлөнүн ыркы</b>	И. Жунусов – ЖК депутаты А. Иманалиева – эстрада ырчысы	1. Үй-бүлөнүн ыркы деген эмне? 2. Үйдүн башчысы ким? 3. Үйдүн кожоюну ким?

## Көрүмдүүлүк эпюрасы

Ар бир долбоор көпчүлүккө багытталат жана телевизиондук программалар телекөрүүчүлөрдү эбак бөлүп, алардын назарын өзүнө байлап алган.

Ошого карабай жаңы долбоор алардан өз үлүшүн алып, калгандардын да өзүнө буруу жана алардын назарын өзүнө байлоого умтулат. Анүчүн эң оболу сунуш кылынып жаткан чыгарма жалпы сюжет катары калыптануусу зарыл.

Тагыраак айтканда көрсөтүүнүн жүрүшү – киришүү, өнүгүү, чечим, кульминация, кода сымал диаграммалар менен тартиптелгени оң. Болгону, ар бир этапка убакытты туура бөлүштүрүү зарыл. Антпесе, телекөрүүчү чарчап, каналды которуп же кыялы башкага алаксып кетүүсү мүмкүн. Мисалга ЭлТР каналында 2010-жылы чыккан «Негизги маселе» долбоорунун (убактысы – 40 мүнөт) тартибин карап көрөлү:

Киришүүгө – 7 мүнөт

Окуянын өнүгүүсүнө – 20 мүнөт

Чечимге – 8 мүнөт

Кульминацияга – 4 мүнөт

Кодага – 1 мүнөт

Бул диаграмма көрсөтүүнүн мазмунунан, суроолордун маанилүүлүгүнөн жана алып баруучунун чебердигинен көз каранды.



*Журналист Г.Кулматова, КТРК, 2013-ж.*



## Көрсөтүүнүн тартиби

Телевизиондук сценарийди жазуудан мурда анын тезистик варианты же контент-программасы иштелип чыгат. Ал оңой жана ар бир кадры, сюжети дароо табыла тургандай түзүлүүсү керек. Бул кыялдагы идеянын тартиптелүүсү т. а. программалануусу. Мисалга жогорудагы долбоордун контент-программасын карап көрөлү:

“ЭлТР” КТРКсы

### “НЕГИЗГИ МАСЕЛЕ”

көрсөтүүсүнүн контент-программасы

№	Эфирдеги аракет	Хр.	Көрүмдүүлүк эпюрасы
1.	Шапка	30 секунд	КИРИШҮҮ
2.	А.б. саламдашат, көрсөтүү, тема	3 мүнөт	
3.	Отбивка		
4.	А.б. конокторун тааныштырат	3 мүнөт	ОКУЯНЫН ӨНҮГҮҮСҮ
5.	1-суроо-жооп	20 мүнөт	
6.	2-суроо-жооп		
7.	Телефон аркылуу суроого жооп		
8.	3-суроо-жооп		
9.	Отбивка		
10.	4-суроо-жооп		
11.	Отбивка		
12.	6-суроо-жооп		
13.	7-суроо-жооп		
14.	Иликтөө (же сюжет)		
15.	Коноктордун акыркы сөзү	8 мүнөт	ЧЕЧИМ
16.	SMS иликтөөнүн жыйынтыгы	4 мүнөт	КУЛЬМИНАЦИЯ
17.	Конокторго ыраазычылык	1 мүнөт	КОДА
18.	Жыйынтык жана коштошуу		

## Сценарий

Мурда театр актёрлорунун сахнага чыгуу кезегин иреттеген, парда артында илинип турган тартипте же программаны сценариус деп аташкан. Убакыт өтүп бул программага актёрлордун кантип чыгуусу, эмнени сүйлөөрү жана кыймыл-аракеттери да жазыла баштаган. Андан ары бул жөрөлгөнү кинематограф өзүнө энчилеп, сценарийге кадрлар, убакыт жана пландар кошулду.

Кино жана телефильмдин сценарийи адабий драмалык чыгармага негизделет. Ал негизги төрт элементтен турат: түшүндүрмө (*ремарка же сценардык проза*), диалог, текст сыртындагы үн жана титр. Ремарка деп сценарийдеги токтоосуз аракеттин сөз менен түшүндүрүлүүсүн айтышат. Ал «Ким?», «Эмне?», «Качан?», «Каерде?», «Эмне болот?» ж.б. суроолорго жооп бериши керек.

Кино сценарийди тема, сюжет, проблема, каармандардын мүнөздөрү аныкталган адабий негиз түзөт. Сценарий окуянын жүрүшүн уюштургандыктан сюжет мыйзамдарындай эле өнүгөт:

- Экспозиция – көрүүчү каарман ж.б. менен таанышат;
- Киришүү – каарман жана персонаждар чыгарманын негизги окуясына алып келүү үчүн татаалдаштырылат;
- Перипетиялар – сюжеттик кээ бир толуктоочу окуялар жана татаалдашкан дагы башка сценалар;
- Кульминация – окуянын эң кызык, чечим берилчү бөлүгү;
- Финал – окуянын аягы.

Телевизиондук көрсөтүүнүн сценарийи да кино сценарийден

алыс эмес. Анын негизи да жанрына жараша түптөлөт. Мисалы, көркөм публицистиканын сценарийи окуянын негизинде жазылса, оюн-зоок программаларынын сценарийинин негизинде мамилелер (*алып баруучу менен катышуучулар*) жатат.

Телевизиондук сценарийде кинодогудай сценарийде персонаждардын диалогдоруна анче-



*Журналист Т.Валиева, КТРК, 2015-ж.*

ийн көңүл бурулбайт. Репарка кадр сыртындагы текст катары окулат жана видео катар менен жабылат. Мисалга 2010-жылы эфирге чыккан «Даам оз тий» (КТРК, «ТВ-Академия») көрсөтүүсүнүн сценарийин карап көрөлү:

«ТВ-Академия», КТРК, 2006-ж.

### «ДААМ ООЗ ТИЙ»

телевизиондук долбоорунун сценарийи

№	ОПЕРАЦИЯ	ҮН, ДИАЛОГ
	Шапка	
1.	Алып баруучу саламдашат.	Кыргыздар илгертеден меймандос эл болгон. Алыстан келген мейманга дасторконун жайып, коюн союп, чаначынан кымызын куюп коноктогон. Азыр конокту кандай тосуп жатабыз деген суроого жооп издеп, “Даам ооз тий” долбоорун тартуулап жатабыз. Ассалому аллейкум.
2.	Отбивка	
3.	Алып баруучу катышуучулар менен тааныштырат.	Катышуучуларыбыз келе баштады. – Саламатсызбы, өзүңүздү тааныштырып кетсеңиз. (1-каармандын таанышуусу) – Мына экинчи каарманыбыз да келип калды. (2-3-4-каармандын таанышуусу) Ошентип, төртөөңүздөр тең чогулдунуздар, анда өз ара бири-бириңиздер менен да таанышып алыңыздар.
4.	Алып баруучу долбоор боюнча маалымат берет.	Урматтуу катышуучулар, ким канчанчы кезекте даам ооз тийгизээрин азыр биз чучукулактан аныктайбыз (кагаздарды алышат, кимиси канчанчы экенин көрсөтүшөт). Биздин тандоодо үч түрдүү тамак жасалат: жеңил, ысык тамак жана десерт. Сиздер тамак жасап гана тим болбостон, өзүңүздөрдүн меймандостугуңарды жана талантыңыздарды да көрсөтөсүздөр.

5.	Отбивка	
6.	Алып баруучу азык-түлүк алып жаткан жерде, базарда	Биздин көрсөтүүнүн алгачкы даам ооз тийгизээр каарманы – Аида, экөөбүз бул дүкөндөн керектүү азык-түлүктөрдү сатып алалы. ----- Менимче бизге керек болгон азык-түлүктүн баарын алдык окшойт, дагы бир сыйра баштыгыбызды текшерип алып, Aidанын үйүнө жөнөйбүз.
7.	Отбивка	
8.	Аида үйүн алып баруучуга көргөзөт	Кана эми Аида сиз жашаган үйдү бизге көрсөтүп, кайсыл бөлмөдө конок тосоруңузду, кайсыл бөлмөдө тамак жасарыңызды айтып берсеңиз.
9.	Ашкана. Алып баруучу Аида менен маектешет.	Мына ушинтип Aidанын тамак жасоосуна күбө болосуздар, эгер сиздер да ушул тамактарды жасагыңыз келсе рецептерин жазып алып алсаңыз болот. Аида кайсыл тамактан баштайсыз? Бул тамакка кайсыл азык-түлүктөр керек? Эмнеге сиз ушул тамакты тандап алдыңыз?
10.	Отбивка	
11.	Ашкана. Диалог	1. Бул тамактарды кайсы учурда жасайсыз? 2. Тамак жасоодо сизге ким жардам берет? 3. Эң биринчи кандай тамак жасагансыз? 4. Тамак жасаганды сизге ким үйрөттү?
12.	Алып баруучу телекөрүүчүлөргө карайт.	Билинбей убакыт да жетти, биздин тамактар даяр. Анда Аида дагы бир жолу телекөрүүчүлөргө тамактарыңыздын аталыштарын атап кетсеңиз.
13.	Дасторкон жаюу	Эми дасторкондун үстүн жайып конок тосууга даярдансак. ( <i>Дасторкондо идиш-аяк, нан жана суусундук гана болушу зарыл.</i> ) Аида дасторконуңуз, өзүңүзгө жактыбы? Анда сиз барып даярдана берсеңиз болот, мен конокторуңузду өзүм тосуп алам. Ар бир тарелканын жанына бирден кагаз жана бирден калем сап коюп коём.



14.	Аида жасанганы кетти. Алып баруучу Stend up	Мына урматтуу телекөрүүчүлөр дасторкон даяр болду, Аида, тамагын гана эмес, өзүнүн келбетин да аябай даярдап жатат.
15.	Отбивка	
16.	Алып баруучу конокторго кайрылат	Кош келиниздер! Азыр болсо Аиданын үйүн бир сыйра карап, өзүңүздөрдүн ой-пикирлеринизерди бири-бириниздерге айтып, бөлүшүп турсаңыздар болот, а мен болсо Аидага жардамдашайын.
17.	Алып баруучу Аиданын бөлмөсүндө	Аида мен байкашымча сиз аябай толкунданып жатат окшойсуз. Өзүңүздү кандай сезип жатасыз?
18.	Алып баруучу менен Аида конокторду дасторконго чакырат. 1-тамактан соң коноктор упай коёт.	Тамагыңыздар даамдуу болсун! Аиданын тамагын өзүңүздөр сынап жаныңыздардагы кагазга эскертүүлөрдү жазсаңыздар болот. Эгер биринчи тамакка бааңыздарды берип бүтсөңүздөр, экинчи тамак дастарконго келгенче сиздерге суроо узатайын, Аиданын үйүн көрүп чыктыңыздар, эгер ушул үйдүн ичин кайра жасаганга мүмкүнчүлүк берилсе, кандай кылып жасар элеңиздер?
19.	2-тамак келет.	Рахмат жообуңуздаарга, биздин экинчи тамагыбыз да даяр болуп калды, анда сыноого өтөлү. Анда 2-тамакты да баалоо убагы да келип калды. Даяр болсонуздар, оюңуздаарды кагазга түшүрө берсеңиздер болот.
20.	Отбивка	
21.	Алып баруучу конокторго кайрылат.	Эгер бүтсөңүздөр десертке чейин биздин көрсөтүүнүн шарты боюнча Аида бир оюн даярдаш керек эле, анда оюнубузду баштайлы.
22.	Коноктор ойноп жатканда, алып баруучу кагаздарды сыртка алып чыгат.	Мына урматтуу телекөрүүчүлөр, азыр биздин каармандарыбыз оюн өткөрүп жаткан учурдан пайдаланып, мен сиздерге ким кандай упай койгону жөнүндө айтып берсем.
23.	Алып баруучу коноктор менен.	Убакыт жеңил тамакка да келип жетти, айтсаңыздар, кандай болуптур?

24.	Конокторду узатуу.	Мына, урматтуу каармандар, сиздер менен коштошууга да убакыт жетти, келээрки ишембиде Жыпар эжебиздин үйүндө жолугушабыз, унутпаңыздар.
25.	Коштошуу.	Урматтуу телекөрүүчүлөр, бизге бөлүнгөн убакыт да аягына келип жетти, бүгүнкү көрсөтүүнүн биринчи катышуучусу Аида 155 упайга ээ болду. Келерки көрсөтүүдө даам ооз тийгичтеги саламатта калыңыздар!

### Режиссёрдук сценарий (разработка)

Сценарий жазылып бүткөн соң, көрсөтүүнүн режиссёруна өткөрүлөт жана ал көрсөтүүнүн ар бир кадрын, убактысын ж.б. деталдарын иштеп чыгат жана көрсөтүүнү иштелип чыккан режиссёрдук сценарийге жараша даярдайт. Мисалга, жогорудагы «Даам оз тий» долбоорун режиссёрдук сценарийинин бир бөлүгүн карап көрөлү:

«ТВ-Академия», КТРК, 2006-ж.

### «ДААМ ООЗ ТИЙ»

телевизиондук долбоорунун режиссёрдук сценарийи

№	Хр.	ПЛАН	ОБЪЕКТ жана КЫЙМЫЛ	ҮН, ДИАЛОГ (КСТ)
1.			Шапка – 10 сек.	
2.	15 сек.	Орто	Боз үй. Дасторкон четинде коноктор олтурат. Камера боз үйгө кирип, панорама келип алып баруучуга токтойт.	Алып баруучу: – Кыргыз эли илгертеден эле меймандос эл болгон.
3.	5 сек.	Ири	Алып баруучу конокторго кымыз сунуп жатып сүйлөйт.	– Алыстан келген мейманга дасторконун жайып, коюн союп,
4.	3 сек.	Деталь	Кымыз сунуп жатканы алынат.	– Чаначынан кымызын кууп коноктогон

5.	5 сек.	Орто	Алып баруучу туруп эшикке чыгып бара жатып	– Азыркы мезгилде конокту кандай тосуп жатабыз?
6.	20 сек.	Орто	Алып баруучу боз үйдү бойлой басат.	– Мына ушул суроого жооп табыш үчүн биз “Даам ооз тий” теледолбоорунун алгачкы көрсөтүүсүн тартуулап жатабыз. Ассалому алейкум.
7.	15 сек.	Жалпы, орто	1-катышуучу келип боз үйгө кирип бара жатат. Киргенде боз үйдүн ичинен тартабыз.	Шандуу музыка. ЗКТ: – Катышуучуларыбыз келе башташты, анда эмесе тааныштыра баштасам.
8.	30 сек.	Жалпы, орт, ири, деталь	Алып баруучу катышуучуну төргө өткөрөт. Катышуучу өзүн тааныштырат. Детально.	– Саламатсызбы, өзүңүздү тааныштырып кетсеңиз. (1-каармандын таанышуусу)



Журналист А.Султангазиева

9.	15 сек.	Жалпы, орто	2-катышуучу келип боз үйгө кирип бара жатат. Алып баруучу эшикти көздөй карап	– Мына эмесе экинчи каарманыбыз да келип калды.
10.	15 сек.	Жалпы, орт, ири, деталь	2-катышуучу төргө өтүп өзүн тааныштыра баштайт.	2-катышуучунун таанышуусу.
11.	20 сек.	Жалпы, орто	3–4-катышуучулар эшиктен жолугуп боз үйгө чогуу киришет. Алып баруучу 3–4-катышуучуну карап сүйлөйт.	– Кийинки катышуучуларыбыз дагы келип калды, сиздер өзүңөрдү тааныштырып кетсеңиздер.
12.	40 сек.	Жалпы, орто, ири, деталь	3–4-катышуучулар өздөрүн тааныштырат.	Тааныштыруу.

## КӨРСӨТҮҮНҮ УЮШТУРУУ

**К**өңүл ачуу долбоорлорун уюштуруу иштерин өндүрүштүн босогосу десе болот. Анткени, өндүрүштүн ийгилиги ушул процесстен көз каранды. Ар бир долбоор уюштуруу иштери үчүн атайын менеджерлерди, администраторлорду дайындайт жана алар долбоордун бир да деталын көз жаздымда калтырбай уюштурат.

### Долбоордун иш тартибин түзүү

Телевизиондук продукция убакыттан түз көз каранды. Анын тартиби да анык жана так болуусу зарыл. Т.а. ар кандай долбоордун көрсөтүүгө айланганга чейинки технологиялык картасы так иштелип чыгуусу керек. Анүчүн убакыттык органайзер менен иштөө сөзсүз зарыл.



№	АТКАРЫЛУУЧУ ИШ-ЧАРАЛАР	МӨӨНӨТҮ	ЖООПТУУ
1.	Долбоорду жазуу, иштеп чыгуу, ырастоо	03.01. – 10.01.	
2.	Долбоорду өткөрүү, коргоо	12.01. – 16.01.	
3.	Баардык техникага заявкарды берүү.	17.01. – 22.01.	
4.	Сценардык планды иштеп чыгуу, контент-программасын түзүү, эпюрасын иштеп чыгуу, сценарийин жазуу.	23.01. – 01.02.	
5.	Атайын жарыя аркылуу катышуучуларды издөө.	02.02. – 12.02.	
6.	Катышуучуларды долбоор менен тааныштыруу.	13.02. – 16.02.	
7.	Спонсорлорду издөө, алар менен келишимдерди түзүү.	15.01. – 15.02.	
8.	Тасма тартуу күнү.	18.02. АСК-600	
9.	Тасманы көрүү, монтаж барагын түзүү.	19.02.	
10.	Монтаждоо, продюсерге көрсөтүү, эфирге бекитүү.	22.02. – 24.02.	

### Долбоорду коргоо

Ар бир долбоор алгач редакциялык деңгээлде, көркөм жетекчинин же башкы режиссёрдун кароосунда, андан соң мекеменин башчысынын элегинен өткөндөн кийин гана эфирге коюлат.

Ошондой эле жаңы долбоорлор ар ай, квартал же жыл сайын иргелип турат. Кээ бир телевизиондук мекемелерде бул тартип Көркөм кеңеш тарабынан ишке ашат.

Күчтүү жана калыс продюсер долбоорду ар кандай тегирмен-

ден бүтүн алып чыгат. Долбоорду коргоо үчүн анын продюсери, автору, режиссёру гана эмес жалпы чыгармачылык топтун кызыкчылыгы зор роль ойнойт. Эгер чыгармачылык топ долбоорун көрө алса, анын ар бир деталын билсе гана, кимди болбосун ынандырып, долбоор эфирдик чарчыдан орун алат. Бирок, акыркы сөз мекеменин жетекчисинде.

### Долбоордун заявкаларын өткөрүү

Долбоор эфирдик чарчыга коюлуп, аны өндүрүшкө бекиткен соң, кезек тасмага тартуу, монтаж, көрүү сымал өндүрүштүк баскычтарды уюштурууга келет. Долбоордун менеджери керек болгон транспорттук, техникалык муктаждыктарды камсыздоо үчүн керектүү бөлүмдөргө алдын ала заявкаларды берип, жума сайын өткөрүлүп турчу техникалык жыйындарга (*планёрка*) катышып, долбоор талап кылган каражаттарды бөлдүрүп алуусу керек. Албетте, анүчүн менеджер долбоорду билүүсү жана анын зарылдыгын далилдей алуусу зарыл.



Г.Чотонова "Ала-Тоо таңшыйт" долбоорунда, КТРК, 2014-ж.

## Долбордун келишимдери

Долбоор бир катар келишимдердин негизинде ишке ашат. Т. а. алгач автор продюсер менен келишим түзөт. Же тетирисинче продюсер кайсы бир авторго долбоор тууралуу буйрутма берүүсү да мүмкүн.

Бул келишимден соң продюсер долбоорду жетекчиликке сунуш кылып, аларды ынандырууну да өз алдынча келишим десе болот. Жетекчилик кызыгып, уруксат алынган соң продюсер режиссёр менен келишим түзөт. Андан ары чыгармачылык топ чогултула баштайт, ошондой эле топтун ар бир мүчөсү менен келишимдер түзүлө баштайт. Албетте долбоорду эфирге алып чыгуучу чыгармачылык топту чогултуу да өз алдынча машакат. Анткени, бул келишимдер кээде гана кагазга түшпөсө, дээрлик калган учурлардын баарында оозеки түзүлгөндүктөн барган сайын топтун ичинде пайда болгон ой келишпестиктер долбоорду артка тартып туруп алышы да мүмкүн.

Келишим эки тараптын бул долбоордогу кызыкчылыктарын тартиптөөчү документ. Эгер кайсы бир тарап долбоордон өз кызыкчылыгын көрө албаса, анын бул долбоордо иштөөсү өтө эле оор. Ошондуктан продюсер ар бир адистин кызыкчылыгын аныктап, аны кызыктыра билүүсү зарыл.

Андан кийин кезек долбоорду түздөн-түз уюштуруу түйшүгүнө жетет. Бирок, кээ бир долбоорлордо каражат издөө түйшүгү да бар. Албетте кээ бир өжөр продюсерлер демөөрчүлөр менен долбоорлоого чейин деле келишимдерди түзгөнгө жетишет, ошондой эле ал продюсер чыгармачылык топту каражат менен кызыктыруусу да мүмкүн. Бирок, каражатка эмес, а чыгармачылыктын негизинде чогулган топтун дарамети албетте, өтө күчтүү келет.

## Долбоордун катышуучулары менен иштөө

Долбоордун катышуучулары – коноктор, эксперттер же жөн эле катышканы чыгарылган аламан эл (*массовка*) болсун, көрсөтүүнүн маңызы жана талуу жери. Анткени начар тандалган катышуучу жакшы долбоорду да жараксызга чыгарат. Ошондуктан уюштуруучу топ катышуучулар менен алдын ала жолугуп, көрсөтүүнүн максатын, андагы маанилүү жагдайларды түшүндүрүп, аларды көрсөтүүгө катышууга кызыктыра алуусу жана макулдугунан соң алар менен тыгыз байланышты кармап туруусу зарыл. Ал эми көрсөтүү

тартылганы жакындаган сайын чакырылгандардын көрсөтүүгө катышуусуна дагы бир ирет ынанып чыгуу керек. Мүмкүнчүлүк болсо, алар менен кайра жолугуп, тасма күндөрүн, сценарий боюнча берилчү суроолорду, алынчу жоопторду, жада калса кийимден бери макулдашуу зарыл. Антпесе, студиянын декорациясына шайкеш келбеген же көрсөтүүнүн мазмунуна жат жарашыктагы кийим телекөрүүчүнү алгачкы мүнөттөн эле иренжитүүсү мүмкүн.

Даректүү, тарыхый көрсөтүүлөрдө катышуучулардан, эксперттерден интервьюларды алдын ала алса да болот. Бул автордун сценардык багытын дагы бир жолу бекемдөөгө жардам берет.

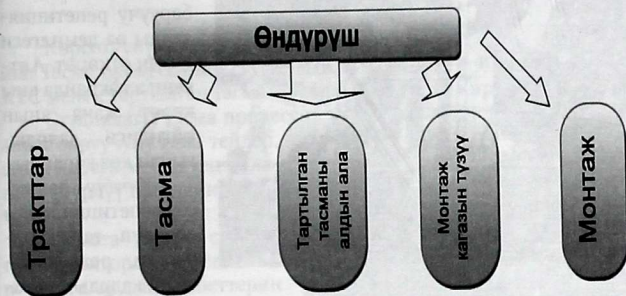
### **Долбоордун катышуучуларын чакыруу**

Бул өтө маанилүү иш, анткени так белгиленбеген убакыт катышуучуну, экспертти же массовканы алдастатып, натыйжада көрсөтүү бүлгүнгө учурайт. Адатта, катышуучуларды эскертүүгө дайындалган адис бул чараны өтө кылдаттык менен күзөтүүсү зарыл. Катышуучуларга тасма күнү тууралуу бир жума мурда алдын ала эскертилет, анан эки күн калганда кайра катышуучунун эсине салынат, ал эми тасма күнү аны саат канчада, ким, каерде тосуп алаары, керек болсо каерге отураары тууралуу да түшүндүрүлөт. Ошондо да кокусунан иши чыгып, көрсөтүүгө катыша албай калгандардын дароо ордун алмаштыруу үчүн резерв варианттар каралып, дублёрлор менен да алдын ала сүйлөшүлөт. Долбоордун жетекчиси тасма күнү катышуучуларды, эксперттерди жана массовканы тосуп алчу атайын адистерди сөзсүз дайындап, алардан иштин жүрүшү тууралуу кабар алып туруусу зарыл.

### **ӨНДҮРҮШ: РЕПЕТИЦИЯ, ТАСМАГА ТАРТУУ, МОНТАЖ ЧЕБЕРДИГИ**

**Ө**ндүрүштүк конвейер – редакцияланган жана уюштурулган долбоордун кагаз бетинен реалдуулукка көчүүсү жана долбоордун реалдуу көрсөтүүгө айлануусу. Т. а. студия камдалып, тракттар өткөрүлөт, көрсөтүүнүн катышуучулары жана чакырылган коноктор тосуп алынат, павильонго жарык берилип, көрсөтүү тасмага тартылат. Тартылган материал тазаланып, мон-





таждалып, эфирге коюлат. Мына ушул процесстер чыгармачылык топтун дээрлик алы күчүн алат жана алардан толук чыгармачылык берилүүнү талап кылат.

### Репетициялар, тракттар

Өндүрүш алгач студиялык тасма павильондорун даярдоодон башталат. Анүчүн белгиленген күнү шарттуу декорация орнотулуп, ал жерге көрсөтүүнүн алып баруучусу баш болгон бир катар адистер чакыртылып, алгачкы репетициялар башталат.

Автордун оюн телекөрүүчүнүн табитине ылайыктап, көркөм сапатта, көрүмдүү берилүүсү режиссура деп аталат жана ийгиликтүү режиссура репетициялардан көз каранды.

Репетиция<sup>1</sup> деп көрсөтүүнүн негизги штаттык катышуучуларынын – алып баруучулар, сценарийде каралган актёрлор сценарийдеги образды жаратуу үчүн даярдануу учурун айтышат. Репетицияда алып баруучунун чыгуусу, сүйлөөсү, жылмаюусу, коштошуусу ж.б.у.с. аракеттери режиссёр тарабынан өз алдынча даярдалат. Күчтүү режиссёр адатта алып баруучунун манерасын гана эмес, анын орфоэпиясын, тыбыш-тамгаларынын чыгышынан баштап, кийимине чейин тартиптей алат.

Бирок, көбүнесе буга интеллектуалдык жана адистик компетенциясы жетпеген режиссёрлор да бар. Мындай кырдаалда алып

<sup>1</sup> Лат. repetitio – кайталоо.



баруучу репетицияларды өз демилгеси менен өткөрөт. Анткени эл экранда аны көрөт жана анын ийгилиги даярдыгынан көз каранды.

Күчтүү режиссёр репетицияларды өткөрүп гана калбастан, режиссура-сын, кадрдык ком-

позициясын, мезансценасын да мыкты коёт. Андай көрсөтүүлөр заматта көрүүчүнүн назарына илинет.

Репетициялар көрсөтүүнүн ар кандай учурларын өз алдынча даярдоо үчүн өткөрүлөт жана ал күтүлгөн жыйынтыкка жеткен соң, көрсөтүүнүн репетицияланган бөлүктөрүн чогултуп, режиссёрдун толук көздөн өткөрүүсүн тракт<sup>1</sup> дешет.

Тракт бир канча түргө бөлүнөт:

- катардагы тракт – алып баруучу үчүн атайын уюштурулат;
- оператордук тракт – операторлор үчүн өткөрүлөт;
- жарык тракттары – жарык партитураларын сценарийге

ылайыктуулугун текшерүү үчүн өткөрүлөт.

Көрсөтүүнүн кайсы учурунда кайсы жарык кандай берилерин алдын ала тартиптөөнү – жарык партитурасын жазуу дейт. Павлиондогу жарык – көрсөтүүнүн образын берүүчү, көрүмдүүлүгүн камсыздаган негизги каражат жана аны өтө чебердик менен коюу зарыл. Ошондуктан студиядагы жарыкты – көрсөтүүнүн кийими десе да болот.

Операторлор, жарык берүүчүлөр, үн режиссёрлору ж.б. адистердин катышуусунда өткөрүлгөн тракттар көбүнесе массалык оюн-зоок программаларын, маанилүү мамлекеттик актыларды чыгарууда сөзсүз уюштурулат. Ал эми катардагы жөнөкөй же конвейердик калыпка салынган көрсөтүүлөрдө тракттар өткөрүлбөйт.

<sup>1</sup> Лат. tractus – сүйрөө.

## Тасмага тартуу

Көрсөтүүнү тасмага тартуу нары кызыктуу, нары түйшүктүү иш. Тасма процессинин студиялык, павильондук, КТС жана мини-КТС менен тартылган тасмалары да ушул типке кирет.

Студиядагы тасма процессинде көптөгөн адистер бир заматта алып баруучуну гана тейлеп, анын кареги менен тең айланып, үзүрлүү иштешине шарт түзөт.

Тасмага тартуу студияга конокторду жайгаштыруудан, алардын келбеттерин түздөп, кебетелерин гримдөөдөн башталат. Андан соң массовкадагы окшош түстүү кийимдегилердин арасын студиялык жарык гаммасына ылайыктап ажыратышат.

Тасмага тартуу башталаардан мурда продюсер же режиссёр көрсөтүүнүн багыты, максаты, көтөрүлгөн темасы тууралу конокторго, катышуучуларга жана массовкага дагы бир ирет түшүндүрүлөт.

Үн режиссёру катышуучуларга тагылган ж.б. жардамчы микрофондорду текшерүүдөн өткөрөт жана катышуучуларга микрофондорду туура колдонуу эрежелерин үйрөтөт.

Режиссёрдун жардамчысы көрсөтүүнүн катышуучуларына, массовкага көрсөтүү тасмага тартылып жаткан учурда сактачу адептерди жана кол чабуу тартиптерин эскертет.

Белгиленген убакытта тасмага тартуу башталат. Айтмакчы, тасма процесси жүрүп жатканын студия-



*Оператор А.Нурманбетов,  
КТРК, 2015-ж.*



нын кире беришине илинген “Микрофон” деген таблонун күйүп турганынан байкаса болот.

Жакшы уюштурулган 30 мүнөттүк көрсөтүү 35–40 мүнөттө тартылып бүтөт. Ал эми тетирисинче начар даярдалган көрсөтүүнүн коногу кечигет, массовкасы дайын эмес, кээде алып баруучунун өзү жүдөп, тейлегендердин да мазасын алат жана начар сапаттагы көрсөтүү тартылат.

Тасмага режиссёрдук топ сценарийге ылайык тартат. Операторлор ал буюрган кадрды алып беришет. Операторлордун чеберлери көркөм ракурстагы кадрларды өздөрү да сунуштап турат. Бирде операторлорго, бирде үн режиссёруна, кээде жарык технигине, видео инженерлерге улам көрсөтмө берип жаткан режиссёрдун пульту бир кезде оркестрдеги дирижёрго окшоп калат.

### Тасманы көрүү жана монтаж барагын түзүү

Монтаждын алдында тартылган материалдын техникалык сапатын, чыгармачылык дараметин текшерүү менен, ар бир кадрдын хронометражын, монтаж чекиттерин белгилөө зарыл. Илгери анүчүн атайын көрүү барагы түзүлгөн жана ал баракка кассетанын номеру, ар бир кадрдын башталган жана аяктаган убактысы, узундугу, дубльдарынын саны так белгиленген.

Азыр кассеталар өндүрүштөн алынып, алардын ордуна компьютердик дисктер иштелип келет жана компьютердик монтаж программаларынын тайм-лайндырын азыркы монтаж барагы десе болот. Болгону алар так иреттелсе иш алда канча оңойлонот. Алдын ала көргөндөн соң, кагаз бетине түшүрүлгөн монтаж барагы канчалык так түзүлсө көрсөтүү ошончолук оңой монтаждат.

Каттары	АРАКЕТ	БАШЫ мин. сек	АЯГЫ мин.сек	ЖАЛПЫ ХР.
1.	Алып баруучунун саламдашканы	02-04	03-07	01-03
2.	Конокторду тааныштыруу	04-26	08-34	04-08
3.	Биринчи конокко суроо	09-30	11-24	01-44
4.	Биринчи коноктун жообу	12-10	17-45	05-35
5.	Экинчи конокко суроо	19-35	22-36	02-01
6.	Ж.б.			



## Монтаж чебердиги

Монтаж көрсөтүүнүн долбоору белгилеген ритмде жүргүзүлөт. Бир канча баскычта жасалган монтаж көрсөтүүнүн сапатын көтөрүүгө шарт түзөт:

- алгачкы “кара” монтажда тасманын дубльдары жана сапаттуулары тандалат;
- редакциялык монтажда кадр сыртындагы, кадрдагы тексттер редакцияланат, отбивкалар жасалат;
- видео катар монтажында кадр сыртындагы тексттерге ылайыктуу видео катар топтолот. Керектүү тасмалар тандалат жана режиссёрдук каталар жабылат. Титрлер жана субтитрлер жазылат;
- акыркы монтажда тасма мүнөзүнө жана маанайына жараша музыкалаштырылат жана жалпы үндүн сапаты оңдолот.

Бул баскычтарды чебер жасап өткөн режиссёр көрсөтүүнүн динамикасын, ритмин жана долбоордон четтебегенин оңой көзөмөлдөй алат.

Айтмакчы, баскычтарга бөлбөй, жалпы монтаж кылган режиссёрлор да көп кездешет. Адатта алар монтажга көп убакыт сарпташып, аягында тажап да кетишет.

## Кайра көрүү жана кайра монтаждоо

Көрсөтүү монтаждалып бүткөн соң аны даярдаган топ көрүп чыгат. Жүйөлүү каталары, кемчиликтери оңдолгон соң, көрсөтүү башкы редакторго, башкы режиссёрго, көркөм жетекчиге көрсөтүлөт. Андан ары көрсөтүү алардын макулдугу менен эфирге коюлат. Эгер дагы эле кандайдыр чыгармачылык кемчилик же ката табылса, көрсөтүү кайра монтажга жиберилет. Эгер оңдоого такыр жараксыз болсо, эфирден алынып, долбоор жабылганга чейин барат.

## ЭФИР: ЦЕНзуРА, ТЕХНИКАЛЫК КӨЗӨМӨЛ, ОБОГО ЧЫГАРУУ

**Б**асма сөздө чыгарманын типография аркылуу кагаз бетине басылып, андан ары тараганын “жарык көрүү” десе, телевидениеде даяр көрсөтүүнүн обого берилгенин “эфирге чыгуу” дейт. Телевизиондук продукциянын продукциянын эфирге чыгуу учуру өтө зор психо-эмоционалдык басымда өтөт. Бул учур чы-

гармачылык топ үчүн толук стресс десе болот. Аتكени телевизиондук техникалык көзөмөл жана цензура басма сөздөн олуттуулугу менен айырмаланат. Ошого карабай, чыгармачылык топ тырышчаактыгын, өжөрдүгүн көрсөтө алса, эфирге чыккан көрсөтүүсүнүн үзүрү да зор болот.

## Цензура

Цензура адатта, гезит журнал сыяктуу басма сөз ишканаларына караганда телевидение жана радио сымал электрондук массалык-маалымат каражаттарында өзгөчө күч алган. Бийликтин өкүлү, телевизиондук мекеменин башкы режиссёр, көркөм жетекчи, продюсер, генералдык директор ж.б. жетекчилиги тарабынан тигил же бул маселелердин курчтугун, актуалдуулугун чектөө, кайсы бир топтун ар кандай кызыкчылыгын аркалоо, бийлик маселелерин чагылдырган (*мамлекеттик жана аскер сыры, порнография, согушту даңазалоону эске албаганда*) материалдардын саясий кырдаалга шайкештигин көзөмөлдөө цензура деп аталат.

Ошол эле учурда массалык-маалымат каражаттары менен байланыш маданияты али авторитардык советтик инерциядан чыгып, жаңы форматта калыптана элек бийлик, коомдук маанилүү маселени көз карандысыз, өз алдынча анализдеп, көз карашын далилдей алган журналисттерди анчейин баалай бербейт. Цензура кээде жетекчиликтин мококтугунан, компетентсиздигинен курч көрсөтүүлөрдү, долбоорлорду түз бууп, моюн бербеген долбоорлорду жапкан учурлары да болот.

## Техникалык көзөмөл бөлүмү (ОТК)

Бул бөлүм негизинен даяр көрсөтүүлөрдүн эфирге таза техникалык сапатта берилүүсүн көзөмөлдөйт. Бөлүмдүн адистери көрсөтүүдөгү катардагы көрүүчүнүн көзүнө, кулагына анчейин илине бербеген техникалык мүчүлүштөрдү (*брактарды*) атайын техникалык приборлордун жардамы менен издешет. Ал мүчүлүштөр тасмага түшүрүү учурунда (*нур табигатынын электро импульстарга андан кайра магниттик табигатка айлануу процесстеринде*) видео катардай эле үн тилкесинде да кетет жана алар атайын даярдыгы жок адамга дароо сезиле бербейт. Ошондой эле мүчүлүштөр кассе-

танын өзүндө да болот. Телекөрүүчүнүн табитин иренжиткен ушуга окшогон көптөгөн факторлорду ТКБ кайра оңдоого кайтарып, оңдоого такыр болбогонун эфирден алдырат. Ал эми жума сайын өтчү техникалык атайын жыйындарда мындай мүчүлүштөргө жол берген жооптуу адистерге жетекчилик тарабынан административдик жана кызматтык чаралар колдонулат.

### Обого чыгаруу

Илгери эфирге даяр продукция жазылган видео кассета ТКБ адиси тарабынан пломбаланып, мөөр басылат да, видеотекага тапшырылып, атайын эфирдик текчеден орун алган. Барган сайын текчедеги видео кассеталар азайып, алардын ордуна заманбап компьютерлердин дисктери келе баштады.

Эфир күнү көрсөтүүнүн жооптуу кызматкери (*автору, редактору, режиссёру*) эфирдеги нөөмөтчү редактор жана режиссёрду боло турган көрсөтүү тууралуу эскертет жана ал көрсөтүүнүн компьютерде белгиленген дарегинде турганын дагы бир жолу текшерет. Азыркы заманбап санариптик технологиялар даяр көрсөтүүнү монтаж столунан эфирдик серверге дароо көчүрүүгө жол берет.



Обого чыгаруучу пульттун мониторлору

Көрсөтүүнүн режиссёру (*редактору, продюсери*) эфир учуру келгенде гана нөөмөттөгү режиссёрдун уруксаты менен пулыттан орун алат, же ал көрсөтүүнүн чыгарылышын толук көзөмөлдөөнү ошол эле нөөмөттөгү режиссёрго өткөрүп берет. Эфир бүткөн соң атайын каттоо журналына көрсөтүү обого чыгып жаткан учурда байкалган каталар боюнча эскертүүлөрдү белгилеп мөөрүн коёт.

## ТҮЗ ЭФИРДЕГИ КӨНҮЛ АЧУУ ДОЛБООРЛОРУ

**Т**үз эфир режиминдеги оюн-зоок программаларында телевидениенин зор кубаты өзгөчө ачылып, телекөрүүчүнүн көңүлүн өзүнө буруп гана калбастан, аудиторияны учурдагы окуяга жетелеп да кирет. Бул процессте көрсөтүү редакциялык баскычта уюштурулуп, сюжеттерди же башка маалыматтык компоненттерди эске албаганда көрсөтүү обого түз чыгат. Т. а. көрсөтүү көрүүчүгө окуя болуп жаткан учурунда жеткирилет. Ошондуктан түз эфирге чыгарууну да өндүрүштүк этап десе болот.

Акыркы мезгилде кыргыз телевизиондук практикасында маалымат аралашкан көңүл ачуу программаларында («Замана», КТРК «Чак түш», ЭлТР) түз эфир кенен колдонулуп келет.

Драматургиясы анчейин татаалдашпаган көрсөтүүлөр түз эфир режиминде жөнөкөй гана расказдровканын жардамында да чыга берет. Төмөндө эки студиядан чыгуучу «Дагы бир суроо» («Манас жаңырыгы» 2012-ж.) көрсөтүүсүнүн расказдровкасын карап көрөлү:

Сааты	Операция	Эфирде	Хр.
18:00	Саламдашуу, анонс	1-студ.	5 мин.
18:05	Музыка	Компют.	5 мин.
18:10	<b>Дагы бир суроо</b> Конокту тааныштыруу	1-студ.	5 мин.
18:10	<b>Отб.</b>	Компют.	



18:15	<b>Дагы бир суроо.</b> Конокко суроолордун 1-тобу	1-студ.	5 мин.
18:20	<b>Иликтөө</b>	Компют.	3 мин.
18:23	<b>Дагы бир суроо</b> Конокко суроолордун 2- тобу	1-студ.	8 мин.
18:31	<b>Отб.</b>	Компют.	
18:32	<b>СМС – оюн</b> викторина	2-студ.	5 мин.
18:37	<b>Дагы бир суроо</b> Конокко суроолордун 3– тобу	1-студ.	5 мин.
18:42	<b>Иликтөө+ реклама</b>	1-студ.	5 мин.
18:47	<b>Отб.</b>	Компют.	
18:48	<b>Дагы бир суроо.</b> Конокко суроолордун 4 -тобу	1-студ.	10 мин.
18:58	<b>СМС-оюн</b> викторина	2-студ.	5 мин.
19:02	<b>Дагы бир суроо</b> Коштошуу	1-студ.	5 мин.
19:08	<b>Отб.</b>	Компют.	
19:08	<b>Музыка</b>	Компют.	5 мин.

## КӨНҮЛ АЧУУ ЖАНА БИЛИМ БЕРҮҮ ДОЛБООРЛОРУНУН АДИСТЕРИ

**К**өңүл ачуу жана билим берүү программалары маалыматтык көрсөтүүлөрдөн – көркөмдүүлүгү, ритми, стилистикасы, жанрдык өзгөчөлүктөрү ж.б. жактары менен айырмаланат. Бул багыттагы адистер окшош аталганы менен, аткарган жумуштары кадыресе айырмаланып турат.

## Редактор

Тилекке каршы бир катар мекемелерде редактор кадрлар бөлүмүндөгү штат катары гана эсептелгенин эске албаганда, өзүнүн негизги жумушун унутуп, кээде администраторго чейин түшүп кеткен учурлары кездешет.

Телевизиондук редакторлук – адабий, көркөмдүүлүк үстүндөгү иш жана редактор программанын максатын жана ага жетүү стратегиясын иштеп чыгат, текст үстүндө иштейт, кадрдагы объекттин сөзүн түптөйт, түзөтөт. Акыры текстти, үндү, видеону да бири-бирине тыгыз байланыштырат.

## Режиссёр

Режиссёр<sup>1</sup> – спектаклдин, кинофильмдин, эстрадалык-концерт программасын, телевизиондук жана радио программалардын, цирк оюндарын, опера ж.б. көркөм чыгармалардын коюучусу, уюштуруп, жалпы назарга алып чыгуучусу. Режиссёрдун негизги тапшырмасы – чыгарманы көрүүчүгө сценарийдин негизинде түшүнүктүү кылып чыгаруу. Ошондуктан ага бүт процессти көзөмөлдөө бийлиги берилген. Кино индустриясында режиссёр сценарийди колуна алгандан баштап, анын экранга чыкканга чейинки бүт этаптарынын башында турат жана процессте андан өткөн бий жок жана анын каалоосу – аянтта мыйзам. Кээде кинорежиссёр чыгарманын андан ары тагдырын да башкарат.

Ал эми телевизиондук өндүрүштө кино индустриядан айырмаланып, режиссёр тайпанын белгилүү этаптагы гана башкаруучусу боло алат. Тагыраак айтканда режиссёр көрсөтүүнүн белгилүү гана өндүрүштүк циклин башкарат. Бирок ошого карабай, телевизиондук режиссёрдун таланты, тапкычтыгы аны даражасына баа жеткис адис, талашсыз лидер катары көтөрөт. Ал эми калган баскычтарда тайпаны башкы редактор, көркөм жетекчи сымал ар кандай жетекчилер башкарат. Анткени, телевизиондук конвейерде бир эле заматта жалпы контексттеги бир канча долбоорлор даярдалат. Анын үстүнө аудиториянын талабы да өзгөчө болгондуктан, каналдын кызыкчылыгын борборлоштурулган жетекчилик гана коргой алат жана режиссёр ошол жетекчиликтин кол астында иштейт.

<sup>1</sup> Фр. г gisseur; лат. rego – башкарамын.

## Алып баруучу, модератор, шоумен

Адегенде батыш моделдерин кабылдай баштаган постсоветтик телевизиондук мейкиндикте барган сайын алып баруучулук да телевизиондук жанрлардын өзгөчөлүгүнөн улам өз ара багыттарга бөлүнүп, ар башкача атала баштады. Мисалы, «төгөрөк столдун» алып баруучусу – модератор делсе, музыкалык көрсөтүүлөрдүкү – ди жей, ал эми жалпы оюн-зоок долбоорлорунун алып баруучулары – шоумен деп аталып калды. Буларды аянттагы имиджи, образы да айырмалап турат.

Модератор оор басырыктуу, теманын тегерегинде гана сөз алып барууга жөндөмдүү жана теманы терең изилдей алуусу зарыл. Өзгөчө, теледебаттарда модератордон талашкан тараптардын эмоциясын керектүү нукта иштете билүү чебердиги талап кылынат. Т. а. бул кесиптин негизинде журналисттин аудитория, эл менен иштөө, маектешүү жөндөмү жатат.

Ал эми масса катышкан студиялык ток-шоулар, концерт-кечелер, ж.б. ар түрдүү азем программалары көркөмдүүлүктү талап кылгандыктан, шоуменден артистизм, динамика, курч акыл, реакция, массанын тамырын тарта билген тапкычтыкты талап кылат. Теорияда бул адистер өз пикирлерин билдирүүгө, көз карашын талашууга укуксуз көрүнгөнү менен, реалдуулукта, оппоненттери менен тең тайлашкандар да бар.

**8**-бап

# ТЕЛЕВИЗИОНДУК АЛЫП БАРУУЧУ

ТЕЛЕВИЗИОНДУК АЛЫП  
БАРУУЧУЛУК КАЙДАН  
КЕЛДИ?

ТЕЛЕВИЗИОНДУК АЛЫП  
БАРУУЧУНУН  
КОМПЕТЕНЦИЯСЫ

ТЕЛЕВИЗИОНДУК АЛЫП  
БАРУУЧУНУН ИМИДЖИ



## ТЕЛЕВИЗИОНДУК АЛЫП БАРУУЧУ

**Т**елевизиондук көрсөтүү коллективдүү продукция. Телевидениеде жалгыз адам эч кандай чыгарма жарата албайт жана ага анын идеясын түшүнгөн жана аны колдогон чыгармачылык жамаат керек. Бирок, жамаат адатта дайым кадр сыртында калып, жеңиш анын лидерине ыйгарылат.

Телевидение башка маалымат тармактарынан экрандагы гид – жетелөөчү, түшүндүрүүчү менен айырмаланат, ансыз (*алып баруучусуз, дикторсуз, репортёрсуз*) көрсөтүү супсак жана түшүнүксүз болсо керек.

Телевизиондук алып баруучу радиодогу кесиптешинен экрандуулугу менен өзгөчөлөнөт. Телекөрүүчү экран аркылуу анын келбетин, образын, эмоциясын көрүп гана калбастан, аны менен маекке чыгып, ага ишенип, жетеленет. Төмөндө алып баруучу, анын кесиптик өзгөчөлүктөрү тууралуу кененирээк сөз кылалы.



*Радио диктору В.М.Ровинский, 1978-ж.*

## Телевизиондук алып баруучу кайдан келди?

Телевизордун экранынан чыккан маалыматтын, кабардын баары көрсөтүү болуп эсептелет жана анын кандайдыр бир логикалык сызыктагы тартиби, тизмеги – программа деп аталат. Бул программаны жарыялап турган адистер – дикторлор экранга али телевизиондук көрсөтүүлөрдү өндүрүштөн мурда, экранга пьесалар, көркөм окуулар, музыкалык сымал көркөм чыгармалар чыга баштаганда пайда болгон. Дикторлор программаларды жарыялап гана калбастан, алдыдагы чыгарма тууралуу маалымат да берип турган.



Оштун алгачкы диктору  
Ш.Турдакунова, 1962-ж.



Алгачкы телевизиондук  
дикторлордун бири  
Т.Бакиева, 1962-ж.

Диктор<sup>1</sup> – студиялык жана андан сырткары ар кандай жанрдагы, актёрдук чебердик анчейин талап кылынбаган көрсөтүүлөрдө кадрдагы жана анын сыртындагы тексттерди көркөм окуй алган, үнү, дем алуусу өз ордуна коюлган адис.

Дикторлук кыргыз телевидение-сине радиодон келген жана алгачкы адистер радиодон, театрлардан (*актёрлор*) чакырган. Ушундан улам дикторлорго «Эмгек сиңирген», «Эл артисти» деген наамдар берилет. Анын үстүнө, азыр деле дикторлукта актёрдук чебердиктин элементтери кеңири колдонулат.

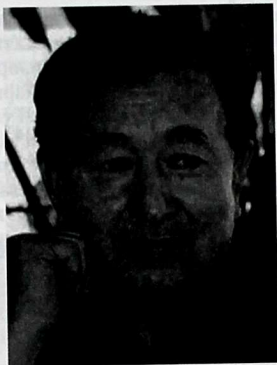
Актёр<sup>2</sup> – көрүүчүгө көркөм чыгарманын талабына ылайык образды жаратуу менен таасир берүүчү көркөм образдуулуктагы адис. Орус телеви-

<sup>1</sup> Лат. *dictor* – сүйлөөчү.

<sup>2</sup> Фр. *acteur*; лат. *actor* – аткаруучу.



*Диктор Ж.Кайытов, 1979-ж.*



*Диктор Б.Мамытов, 1999-ж.*

сиондук практикасында Игорь Кваша, Иван Ургант, Игорь Верник ж.б. сыяктуу көптөгөн белгилүү театр жана кино актёрлору алып баруучулукту да ийгиликтүү жүргүзүшөт.

Кыргыз телевидениеси да театр актёрлорун ар кандай жанрдагы көрсөтүүлөрдү алып барууга чакырып жүрөт. Бирок алардын жогорудагылардай жарк этип чыга келгени али көзгө уруна элек.



*Солдон оңго: А.Баялиев, М.Булатова, А.Ниязалиев, Б.Калыков, 1977-ж.*

Актёрлуктун алып баруучулуктагы орду – анын чебердиги, т. а. көрүүчүгө кайталангыс таасир калтыра билүүсү.

Алгачкы кыргыз дикторлору Роза Рыскелдинова, Тамара Бакиева, Жолдубай Кайыпов, Маргарита Булатова, Зоя Мучкина, андан соң Бактыбек Мамытов, Гүлшан Молдоева ж.б. алгач чыйыр салгандар жана алардын атын укпаган телекөрүүчү жокко эсе.

Убакыт өтүп, алгачкы телевизиондук көрсөтүүлөр чыга баштады жана ал көрсөтүүлөрдүн маанисин, ар бир эпизодун түшүндүрүп туруучу алып баруучу талап кылынды жана бул адистикке журналисттер чакырыла баштады жана телевидениеге журналистика кирип келди. Ошентип, телевизиондук журналистикада дикторго караганда алда канча эркиндиги бар, импровизацияга укуктуу жана жоопкерчилиги да зор, телекөрүүчүнү көрсөтүүнүн ичинде, автордун оюна ылайык жетелей алган алып баруучулук адистиги калыптана баштады.

Журналистика басма сөздөн – гезиттен башталган. Бирок, бүгүнкү журналисттик кесип кайсы бир массалык-маалымат каражатында маалыматты чогултуу, иштеп чыгуу жана аны жайылтуу менен алектенген адис. Орус телевидениесинде белгилүү гезит журналисттери (*Александр Бовин, Игорь Фисуненко, Валентин Зорин, Дмитрий Киселев, Татьяна Миткова*) телевизиондук журналистиканы да чебер алып кеткени белгилүү.



*Диктор Г.Молдоева, 1979-ж.*



Кыргыз телевидениесинде гезит журналистикасынан келген адистер али жок, анткени, көпчүлүк телевизиондук журналисттер гезит багытында билим алганы менен, практикасын телевидениеден баштаган жана аларды гезит журналисти деп айтууга болбойт. Анткени телевизиондук журналист текстти жазып гана калбастан, редакциялап, аны микрофон алдында окуйт жана ойду өнүктүрө билет.

Телевизиондук жаңылыктар кызматы калыптана баштаганы -кабарларды жер-жерлерден даярдоочу адистер – репортёрлор пайда болду.



*Репортер С.Жээнбеков, 1982-ж.*

Репортёр диктордон жана алып баруучудан маалыматынын ыкчамдуулугу менен айырмаланат. Диктор даяр текстти окуйт, алып баруучу убакытта жана чыгармачылыкта эркин, ал эми репортёр тексттен, маалыматтан жана убакыттан көз каранды адис.

Азыркы учурда шоумен адистиги да бөлүнүп чыкты. Шоумен – көңүл ачуу долбоорлорундагы тамшакөй, протоколсуз маекке жөндөмдүү телевизиондук тамада. Бул адистикке, адатта актёрлор жана журналисттер көп чакырылганы менен, табигый жөндөмдүүлөр аз кездешет.

Журналистика – бул жогорку деңгээлдеги кесиптик даярдыкты талап кылган коомдук саясий аракет менен чыгармачылыктын аралашмасы болгондуктан, телевизиондук өндүрүштө өзүнүн адис-

тигинен башка дагы ар кандай кесиптик өзгөчөлүктөрдү билген журналисттер дайым бааланып келет.

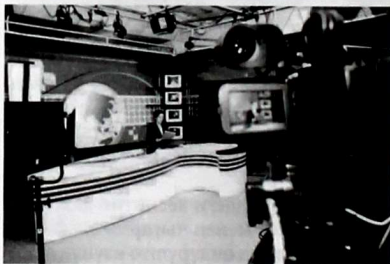
Телевизиондук өндүрүш коллективдүү процесс жана ар бир адис өзүнүн тармагын билип, аны чебердик менен аткарганы оң. Бирок ар бир телевизиондук журналисттин тасма тартылчу студиянын полун жуугандан баштап, эфирге чыкканга чейинки ар бир адистикти билгени – анын өндүрүштүк процесстеги лидерлигине шарт түзөт. Анткени дайым эле ар ким өз ишин так аткара бербейт. Кээде оператор “сеп этип алган” же монтажниктин “аялы ооруп калат” дегендей. Ал эми көрсөтүү эфир чарчысына коюлган соң, аны чыгарбай коюу – шалаакылык, же бери эле дегенде телекөрүүчүнү сыйлабоо.

Кыргыз телевидениесинде башка кесиптен келген алып баруучулар да көп кездешет. Мисалы, К. Молдокасымов – тарыхчы, М. Арстанбек – инженер, О. Мусакеев – мугалим ж.б. Алар өз учурунда журналистикага башка адистик тармактан да көз чаптыра алганы менен айырмаланышкан.

Ошентип, телевизиондук экрандагы башкаруучу – диктор, алып баруучу, репортёр жана шоумен – бүгүн өзү текст жазган, аны редакциялап, аны көркөм окуп, оюн экрандан көркөм образ аркылуу көрүүчүгө эркин жеткире алган жана өз кесибин четтен көрүп, эфирди түшүнө билген адис болуусу зарыл жана бул адистик өзгөчө компетенцияны талап кылат.

### **Телевизиондук алып баруучунун компетенциясы**

Телевизиондук экрандагы адис – көпчүлүк ага назар салган, аны ээрчиген, туураган, ага теңелгиси келген каналдын жүзү. Бүгүн телевизиондук экрандагы адистик татаалдашып, ага профессионалдык билимден сырткары талант, сырткы келбет, сөз чебердиги, адептин, жеке касиеттердин жогорку үлгүлөрү, таж-



рыйба жана компетенттүүлүк жана өзгөчө компетенция талап кылына баштады.

Профессионалдык компетенция деп, эффективдүү жумуш үчүн керек болгон жеке жана кесиптик касиеттердин көптүгүн айтса болот. Айтмакчы, компетенцияны компетенттүүлүктөн айырбаштап түшүнүү зарыл.

Компетенция<sup>1</sup> – кесиптик маселелерди чече билүү жана ага ишкердик жеке касиеттер, иштин көзүн билүү жөндөмү кирет. Ал эми адистин компетенциясы – анын жумушунун чеги жана али каралбаган жагдайларды туура чече билүү жөндөмү.

Москвадагы телевидение жана радио кызматкерлеринин квалификациясын жогорулатуу институтунун кызматкери И. П. Смирнова телевизиондук адистин компетенциясына төмөнкүлөрдү киргизет:

**Профессионализм** – аткарган жумушунда кесиптик билимин толук колдоно билүү;

**Коммуникативдүүлүк**<sup>2</sup> – вербалдык<sup>3</sup> жана вербалдык эмес (белгилер, кол жаңсоолор, мимика, интонация,) каражаттар менен ар кандай статустагы (көрүүчүлөр, кызматкерлер, каналдын жетекчилиги, коллегалары, партнёрлору ж.б.) адамдар менен байланыш түзүп, сүйлөшө билүү, алынган маалыматты иштеп чыгып, керектөөчүлөргө жеткирүү чебердиги. Коммуникативдүүлүк телевизиондук адистин аудиториянын табитине төп келүүсү үчүн керек болгон касиет. Ошондой эле телевизиондук коммуникацияда адистин төмөндөгү жеке касиеттери да чоң роль ойнойт:

- жалпы аудиторияга ишенимдүү чыга алганы;
- аудитория менен жагымдуу маанайда байланыша алганы;
- ишкердиги жана эрктүүлүгү.

**Креативдүүлүк** – жаңы оригинал идеяларды жаратуу жөндөмү;

**Демилгелүүлүк** – өзүнө жаңы тапшырмаларды ала билүү, кесиптик проблемаларды чечүүдө жаңы ыкмаларды демилгелөө жана ишке салуу;

**Өнүккөн интуиция** – окуянын өнүгүүсүн, абзелдүүлүктү көрө билүү, маалыматты баалоо, аудиториянын табитин табуу;

**Социалдык адаптивдүүлүк** – жаңы шарттарга оңой көнүү, позитивди түшүнүү жана колдонуу, тез өзгөрүлмө кырдаалдарда тез багыт табуу, өз алдынча өнүгүүгө жөндөмдүүлүгү;

<sup>1</sup> Лат. competere – дал келүү, жарашуу.

<sup>2</sup> Лат. communico – жалпылаштырам, байланыштырам.

<sup>3</sup> Лат. verbalis, verbum – сөз, тил.



**Жоопкердик** – жумушунун натыйжасы үчүн жооп бере алуу;  
**Стресске туруктуулук** – стресске каршылык көрсөтүү, кесиптик проблемалардын таасиринде калбоо жөндөмү.

Ар кайсы телевизиондук мекеменин жаш-курактык, улуттук, жыныстык сымал тең салмактуулук жана аудиториянын табитине шайкештирилген ич ара бекитилген үлгүлөрү болот. Т. а. ар кайсы мекеме өзүнүн алып баруучусуна өз алдынча талап коёт. Мисалы, британиялык белгилүү ВВС телевизиондук маалымат кызматы өз практикасын «ВВСдеги көрсөтүүлөрдүн жетекчилиги» аттуу эрежелер топтомуна ылайык жүргүзөт. Ал документтин негизги багыты – программанын, анын катышуучусунун, аудиториянын кызыкчылыгына негизделген калыстык. Ошондуктан, ВВС телекомпаниясы алып баруучуларды тандаганда төмөндөгү критерийлерге таянат:

- алып баруучу программанын кызыкчылыгын көздөйт. Маалымат + эмоция = мазмуун;
- алып баруучу программанын катышуучуларына ыңгайлуу шарттарды түзүп, аларды жетелейт;
- аудиториянын да кызыкчылыгын көздөйт. Аудитория менен байланыш түзөт.

Андан тышкары да ар мекеме телевизиондук жанр өзгөчөлүктөрүнө жараша да талаптарды бекитип, анын негизинде чектөөлөрдү коёт. Мисалы, шоумендер жаңылыктар кызматына коюлбайт, же аналитикалык долбоорлорго жаңылыктар адистери которулбайт.

Кээ бир каналдарда дегеле 40 жаштан улуу курактагы адистер экрандан көрүнбөйт ж.б.

Ошого карабай экранга чыгып сүйлөгөн адиске коюлган төмөндөгү жалпы талаптар да тартиптелген:

**Орфоэпия**<sup>1</sup>. Журналисттик мааниде – орфоэпия туура сүйлөө дегенди билдирет. Бүгүнкү кыргыз телевизиондук журналистикасы тилекке каршы, бул сабакка кечигип калгандай. Телевизордон сүйлөп жаткан диктордун, алып баруучунун же репортёрдун (*шоумендер, ди-джейлер тууралуу сөз жок*) тексттин кагазга түшүрсө, көп каталар табылат.

**Диалект жана сүйлөө манерасы.** Экрандагы адистин диалекти жана сүйлөө манерасы анын алгачкы эле сөздөрүндө байкалат. Диалект<sup>2</sup> территориялык, социалдык же кесиптик тыгыз бай-

<sup>1</sup> Лат. орфо – туура, эпос – сөз.

<sup>2</sup> Гр. di lektos –говор



ланыштагы топтордун өзгөчө тили. Мисалы, кыргыз тили мамлекеттик тил жана аны бүт кыргыздар колдонушат, бирок баткендиктердин тили нарындыктардын тилинен бир далай айырмаланат. Дагы бир жагдай – түштүк диалектинде «а» тамгасы «э» ге жакыныраак айтылат. Ал эми «дагы» деген сөз «...ям» деген кошулма менен айтылган жерлер да бар.

Кыргыз тилинде сүйлөгөн ар бир телекөрүүчү мектепте адабий тилде билим алгандыктан, мамлекеттик жана улуттук маанидеги каналдарда адабий тилде сүйлөө каралган. Бирок, кээ бир аймактык аудитория менен чектелген мекемелердин программасында сөз жергиликтүү диалектиге басым жасаган учурлары да бар.

Ал эми сүйлөө манерасы деп, адистин өзгөчө сүйлөм тартибин айтса болот. Мисалы, кээ бир адистер текстти татаал сүйлөмдөрдөн түзүп, кооздугуна басым жасаса, кээ бирлери, тетирисинче, жөнөкөй сүйлөмдөр менен жалпак тилде сүйлөйт. Андан тышкары да кол жаңсоолор, мимика, кыймылдар да манерага кошумча табигат кошуп турат.

**Дикция.** Адамдын үн аппараты – көкүрөк, өпкө, кекиртектен жана кызыл өңгөчтөн турат. Өпкөдөн чыккан абанын таасиринде үн түтүкчөлөрүнүн термелүүсү – үндү пайда кылат. Ал үн ооздо кысылып же ачылып, сыртка белгилүү калыпта чыгат. Үндүн калыптануусунда адамдын бүт дене келбетинин (жүрөк, кан тамырлары, моюн булчуңдары ж.б.), анын көкүрөк клеткасынын (резонатор) аткарган ролу чоң. Ошондой эле үн дем алуу маданиятынан да көз каранды. Ошондуктан тил менен иштеген адистер дайым дем алуусун машыктырып туруусу зарыл.

Сүйлөө аппаратын такыр же жетишерлик машыктырбаган адистердин дикциясы экранга начар чыгат. Сүйлөөнүн эффективдүүлүгү ал аппаратын дайым машыгып туруусунан көз каранды



*"Ала-Тоо" маалымат программасынын алып баруучусу Ч.Капарова, КТРК, 2015-ж.*

жана анүчүн ооздун эркиндиги керек. Дикция жогорудагы аппараттын такай машыгып туруусу менен калыптанат. Ошондой эле туура сүйлөгөндү да үйрөнүү керек. Диктор тамганын, тыбыштын чыгуусун, угулуусун, ооздун туура кыймылын камсыз кылуу зарыл.

**Сөз байлыгы.** Экрандагы адистер сөз чебердигин дайым өстүрүп туруусу зарыл. Сөз телекөрүүчү менен байланыштын негизи, анын үстүндөгү талыкпаган эмгек менен гана түшүм берет. Адистер ар дайым жаңы сөздөрдү колдонууну адат кылганы жакшы. Антпесе, телекөрүүчү улам кайталана берген сөздөргө бат көнүп, тексттин кызыгы жоголот.

Ошондой эле алып баруучунун кээде адистик билими аз болгонуна карабай, анын турмуштук тажрыйбасы бай болсо, адам дүйнөсүн, окуянын табигаты жана аудиториянын табитин түшүндүрө алат. Ошондуктан, теориялык базага караганда, кээде турмуштук тажрыйба бийигирээк бааланат.

### **Телевизиондук алып баруучунун имиджи**

**Имидж**<sup>1</sup> – конкреттүү объекттин массалык аң-сезимге чыгарылган образы. Имидж табигый жана атайын да түзүлөт жана аны имиджеология тейлейт. Саясий практикада имидж өзгөчө мааниге ээ. Ал эми телевизиондук өндүрүштө имидж аудиторияга таасир берүүнүн негизги каражаты катары акыркы убактарда атайын илимий технологияларга негизделген изденүүлөргө кайрыла баштады.

Советтик телевидениеде экрандан сүйлөп жаткан адамдын образы мамлекеттик деңгээлде каралган. Анткени, коммунисттик пропаганда рупорунда моралдык таза, коммунист, үлгүлүү инсандардан туруусун көзөмөлдөшкөн.

Кайра куруу доору менен телевидениеде образ такыр чаташып, эфирде ага маани берилбей да калды. Экрандан чындыкты айтымыш болгон неме паракор, моралдык баалуулук тууралуу сүйлөгөн журналист өзү дайым бирөөнүн этегинде же мас ж.б. у. с. учурлар телекөрүүчүдө алып баруучулардын эки анжы образын жаратты.

Акыркы учурда каналдардын көбөйгөнү, өз ара атаандаштыкты пайда кылып, каналдын жалпы имиджи тууралуу маселелер көтөрүлчү болду жана кээ бир мекемелерде журналисттердин имиджи боюнча алгылыктуу иштер да жүрө баштады.

<sup>1</sup> Англ. imadge – образ.

## Телевизиондук экрандагы адистин имиджинин негиздери

Экрандагы адис имиджин иштеп чыгууда жана аны калыптоодо эң оболу негизги төрт суроого жооп берүү зарыл:

- профессионал адис катары кандай мүмкүнчүлүктөрүм бар?
- табигаттан берилген мүчөлөрүм менен эмне кыла алам?
- мен киммин (*бүгүнкү менин билимим, адебим*) ?
- жакшы натыйжага жетүү үчүн эмне кылуу керек?

Жогорудагы суроолорго алынган жооптор экрандагы адистин имиджин тиги же бул нукта иштеп чыгууга жана аны калыптоого негиз болот.

Телевизиондук алып баруучунун имиджинде анын тышкы келбети зор роль ойнойт. Психологдордун изилдөөсүнө ылайык суралган он адамдын сегизи бир көргөн адамы тууралуу анын тышкы келбетинен баа берээрин айткан. Чындыгында, телекөрүүчү алгач алып баруучунун жүзүнө, келбетине, кийимине жана колуна көңүл бурат. Демек, телевизиондук имидж теориясы – ишти алгач алып баруучунун келбетинен баштоону сунуш кылат. Изилдөөчүлөр бул багытта төмөндөгү негизги касиеттерди белгилешет:

**Дени сак көрүнгөнү.** Экрандагы көрсөтүүнү оорукчан адамдын алып барганы телекөрүүчүнү кыжалат кылат. Алып баруучунун ар бир кыймылынын, сөзүнүн энергетикасы телекөрүүчүнүн маанайын жакшылыкка бурган маанай билинип туруусу керек. Ошондуктан, ооруу дикторлукка, алып баруучулукка таптакыр карама-каршы жагдай. Анын үстүнө телевизиондук өндүрүштүн өзү да чың ден соолукту талап кылган процесс жана ага кайдыгер мамиле жасагандар телевизиондук өндүрүштөн бат эле четтеп калышат.

**Жүз түзүлүшүнүн гармониясы.** Өзгөчө маалыматтык программалардын дикторлору жылдыздуу болуусу зарыл. Анткени, назар кадрда жылбай отурган объекттин жүзүнө гана кадалат. Маалыматтык дикторлукка адатта, маңдайы жа-



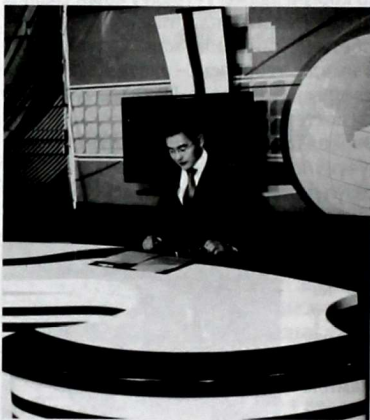
*Диктор Н.Бурханова,  
КТРК, 2016-ж.*



рык, пропорционалдуу жана келбети татынакай, сулуусу тандалат. Ал эми шоу программаларда алып баруучунун жүзүндө анчейин көзгө илинээрлик деффект болбосо болгону. Ошого карабай алып баруучулар беттин гигиенасына, тазалыгына дайым көңүл буруп туруусу зарыл.

**Чачтын сулуулугу.** Чач экрандагы адистин имиджинин маанилүү элементи жана аны татыктуу кастарлоо зарыл. Анткени, кастарланган чач телекөрүүчүгө жагымдуу таасир берет. Ал эми табигаттан чачы суюктар же өтө эле коюулар атайын адистер жана визаж салондору менен иштешкени оң.

**Пропорционалдуу келбет.** Баарынын эле келбети төп келише бербейт. Буга кайгырууга себеп жок, кудай өзү ушундай жараткан.



*Диктор Ч.Эсенгулов,  
КТРК, 2010-ж.*

Ошого карабай алып баруучулар, өзгөчө репортёрлор жана шоумендер дайым кадрга тулку бою менен чыккандыктан, келбетине өзгөчө көңүл буруп, толуп же ашыкча арыктап кетүүнүн алдын алуусу зарыл. Анткени, көрөрмандар экрандан кооз келбетти көргүсү келет. Семиз алып баруучунун жеңил атлетика боюнча сүйлөгөнүн элестетүү кыйын. Телевидение үчүн туура пропорциялык жүз, орто бойлуу жана орто салмактагы дене жагымдуу жана көрүмдүү.

Кээде туура эмес тандалган кийим да келбетти бузат. Мисалы, аялдарга узун кийимдер жарашат, экрандан кыска жана тар кийимчен аялдар жеңил ойлуулуктун образын элестетет. Ал эми эркектер кененирээк кийингени жакшы. Биздин элдин кийим маданиятын унутпоо зарыл.



**Ак седептей тизилген тиш.** Теле көрүүчүнүн назары эң оболу алып баруучунун тишине бурулат жана анын оору же бузук тиштери экрандан сөзсүз байкалат. Анын үстүнө тиши бузук алып баруучу экрандан жылмая да албайт. Алып баруучунун жылмайгандагы тизилген тиштери – сөзсүз көрүүчүнүн көңүлүн өзүнө бурат. Практикада маңдайкы тиштерине алтын каптагандар алып баруучулукка өткөн соң тиштерин табигый ак кылып ондотушкан. Анткени, алтын же темир тиштер студиядагы жарыкты чагылдырып, экрандан карайган так катары көрүнөт. Дегеле алтын тиш экран маданиятына ал кире элек.

**Жагымдуу үн.** Вокал – алып баруучунун негизги вербалдык каражаты жана ал имидж жаратууда чоң роль ойнойт. Экрандагы алып баруучунун үнү жагымдуу тембрде, ийкемдүү жана эмоцияга ыңгайлуу чыгуусу зарыл. Ал коюлган, тегиз, кооз үндүү болуусу керек. Начар үн сынган мурундан да начар. Экрандан айтылып жаткан сөз – жакшы комузда ойнолгон мукам күүдөй. Үн начар болсо, күүлөнбөгөн комуздай, жакшы күүнү да бузат. Ошондуктан үндү да тарбиялап, бир калыпта сактап туруу зарыл.

**Орундуу кол жаңсоолору.** Кол жаңсоолор бет сымал, имидж жаратууда олуттуу орунду ээлейт. Кол жаңсоолор аркылуу өтө көп маалымат берилет. Бекеринен кол жаңсоолорду дененин тили деп айтпаса керек. Колун туура жаңсай алган алып баруучуга баа жетпейт.

**Зирек акыл.** Зирек акылдуу адам маектешине да, телекөрүүчүгө да ар дайым кызык. Анын бай ой жүгүртүүсү, импровизацияга жөндөмү, «башкача» ойлонуусу, окуяга зирек мамилеси – алып баруучуга абадай керек болгон касиет. Тасмага тартуу аянтында бо-



*Диктор А.Кабатай кызы,  
НТС, 2014-ж.*



*Диктор А.Самиева, 5-канал, 2014-ж.*

лобу, түз эфирдеби, айтор процессте пайда болгон ар кандай кырдаалдарда – күтүлбөгөн суроолор, катышуучулардын штаттан тышкары ж.б. аракеттери алып баруучудан тез реакцияны, тапкычтыкты талап кылат. Акылы тунук алып баруучу пайда болгон абалдан

заматта чыга билет жана анын аракети экранда импровизацияга айланат.

**Ишенчээктик.** Телевизиондук мамиле үчүн баалуу касиет. Анткени, ал ар бир кубулушка чын дилден, калыс мамиле кыла алгандыктан ага телекөрүүчү ишенет. Демек, ал конокторунун ар бир сөзүнө, аракетине, кыймылына ынанууга, ар нерсеге ишенүүгө аракеттениши керек. Телевидение калыс, чын дилдүүлөрдү тандап алат деген сөз бар, анткени, алып баруучу берип жаткан маалыматын канчалык күйүп бышпасын чын дилден чыгарбаса, анын артисттиги билинип калат.

**Телевизиондук грим.** Грим – телевидениенин технологиялык талабы. Аны эркектер да, аялдар да колдонушат. Практикада грим койгонду билбегендиктен, кээ бирлер моюнуна чейин тоналдык крем шыбаса, кээ бирлери тойго жасанган макияжды да грим деп ойлойт.

Гримдин негизги тапшырмасы – жарыктын агрессивдүү чагылуусуна каршылык жана камерадан жүзүндөгү кээ бир тырыктарды жашыруу. Т. а. грим – беттин жалтыраганын жана майда тырыктарды жашырууга, көздүн астындагы караны жоготкону, жүздүн чегин жана рельефин түздөгөнү гана колдонулат. Эркектерди гримканага көбүнесе тердегенин, чала алынган сакалын жашыруу жана чачын тароо үчүн чакырат. Анда да упа гана колдонулат. Би-

рок, аялдан бетер боёнгон да эркек алып баруучулар болот. Таби-  
гат деген кызык.

Ал эми аялдарга грим бир аз өзгөчөрөөк коюлат. Мисалы, өтө  
эле ысырап гримденүү тетиристинче бетти булгайт. Өтө жарык түстө-  
гү тоналдык кремдер камерадан ансыз да агарып калат. Көздүн ас-  
тындагы көлөкөлөргө көңүл буруу зарыл. Беттин жалтыраганын ке-  
тирүү үчүн упу жетиштүү. Крем менен эктин асты гана белгиленет.  
Ал эми өтө ачык түстөгү помадалар аялды өтө эле жеңил көрсөтүп  
коёт. Булар экрандагы адистин имиджинин сырткы деталдары.

Ошентип, коомдук саясий аракет телевизиондук адистен проб-  
леманын, теманын тандалуусун, анын социалдык маанилүүлүгүн,  
жоопкерчилик деңгээлин жана анын кесепетин түшүнүүнү, аз кел-  
генсип, андан көрүүчү ишенген жана аны ишендире алган имиджди  
да талап кылат.

**9**-бап

**ТЕЛЕВИЗИОНДУК  
МААЛЫМАТ  
КЫЗМАТЫ**

**ТЕЛЕВИЗИОНДУК  
ЖАҢЫЛЫКТАРДЫН КУРАМЫ**

**ТЕЛЕВИЗИОНДУК МААЛЫМАТ  
АДИСТИКТЕРИ**

**ТЕЛЕВИЗИОНДУК СЮЖЕТ**

**ТЕЛЕВИЗИОНДУК РЕПОРТАЖ**

**МААЛЫМАТ КЫЗМАТЫНЫН  
УЮШТУРУЛУУСУ**

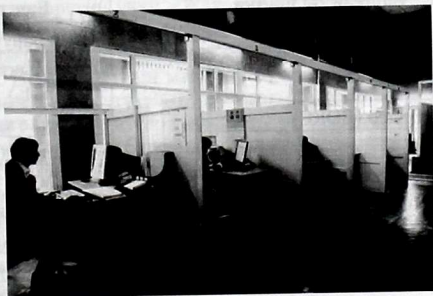


## ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН МААЛЫМАТ КЫЗМАТЫ

**М**аалымат кызматы телевидениенин маалыматтуулук табигатын белгилеген чыгармачылык жана техникалык бирикме. Бул бирикменин чыгармачылык тобу эфирге чыгаруучу редакторлор, репортёрлор, эфирдик режиссёрлор, дикторлор, операторлор жана монтажёрлордон, ал эми техникалык тобу – видео инженерлер, техниктер, администратор жана айдоочулардан турат. Алардын ортосундагы нары кызык, жооптуу мамилелерди продюсер же башкы редактор жөнгө салат.

Телевизиондук маалымат кызматынын адистери жашоонун саясий, коомдук, экономикалык ж.б. чөйрөлөрүндөгү жаңылыктарды, кубулуштарды коомго жеткирүү үчүн кызмат кылат жана маалыматтын тактыгына, ыкчамдуулугуна умтулушат. Адатта, жаңылыктар кызматынын адистери боло турган окуяларды алдын ала пландаштыра да билет.

Кызматтын жетекчиси да саясий абалды түшүнгөн, жетик жана уюштурууга жөндөмдүү, официозду, социалдык жана экономикалык тенденцияларды эркин түшүнө билген журналист болуусу зарыл.



*Жаңылыктар ушул жерде жасалат*

Маалымат кызматтарына маалымат агенттиктеринен, ар түрдүү мекемелерден, бирикме-уюмдардан жана катардагы атуулдардан боло турган пресс-конференциялар, окуялар тууралуу кабарлар, пресс-релиздер түшүп турат. Булардын баары маалыматтык материалды ийгиликтүү конструкциялоого чоң өбөлгө түзөт.

## Маалымат программаларынын форматтары

**Формат**<sup>1</sup> – телевизиондук мааниде маалыматтык материалдын түзүмү, аны берүүнүн ыкмасы. Телевизиондук практикада каналдын, программанын, көрсөтүүнүн, кабардын, маалыматтын форматы жетекчилик тарабынан алдын ала бекитилет жана ага төп келбегени, неформат делет.

Телевизиондук процесстин белгилүү аналитиктеринин бири, Огайо (АКШ) телекоммуникация университетинин профессору Дэвид Моулд жаңылыктарды кадрда жана анын сыртындагы алып баруучусу аркылуу эки форматка бөлүп карайт.

Алып баруучунун кадр сыртындагы форматында аты айтып тургандай эле кадрда алып баруучу болбойт. Жаңылыктык 30–60 секундалык кадр сыртындагы тексти жазылган сюжеттер бири-бирине удаа, же отбивкалар аркылуу топтолуп, адатта, таңкы, түнкү блокторго коюлат. Төмөндө бул форматтардын схемалары кетирилген:

<b>Баштапкы шапка</b>
Видео (БОКС)
Отбивка
Видео (БОКС)
...
Видео (БОКС)
Финалдык шапка
Отбивка
Видео (БОКС)

<b>Баштапкы заставка</b>
Алып баруучунун саламдашуусу
Жаңылыктардын анонсу (шпигель)
Сюжетке кириш сөз
Сюжет же (БОКС)
...
Сюжетке кириш сөз
Сюжет же (БОКС)
Алып баруучунун коштошуусу
Финалдык заставка

<sup>1</sup> Нем. Format; лат. forma – түрү, сырты.

Алып баруучунун кадр сыртындагы форматы алгач СССРде 1989-жылы «Останкинодо» сыноого коюлуп, бир канча ай гана турган. Андан соң бул форматты ТВ-6 компаниясы колдонуп жүрдү. Азыр мындай форматтагы жаңылыктар EuroNews системасында көп жолугат.

Алып баруучунун кадрдагы форматы – адаттагы көрүнүш. Сюжеттер кадрдагы диктордун кириш сөздөрү (*подводка*) аркылуу бири-бири менен тыгыз байланышкан.

Моулдтун айтуусунда, кадрдагы алып баруучу окуяларга өзгөчө маани берип, телекөрүүчүнү багыттап отуруп, маалыматтын салмагын оорлотуп, мазмунун тереңдетип салат. Ал эми анын кадрдын сыртында турганы сюжеттерди, репортаждарды ж.б. кабарларды жеңил кабылдоого жардам берет.

Бул бөлүмдө алып баруучунун кадрдагы форматын, ага тиешелүү компоненттерди (*репортаж, сюжет, БОКС ж.б*) өндүрүүдөгү конвейер гана каралат. Анткени, маалыматтык жанрларды колдонгон башка (*аналитикалык көрсөтүүлөр, дискуссиялар*) долбоорлордун өндүрүштүк конвейери көңүл ачуу көрсөтүүлөрүндөй эле уюштурулат.

## ТЕЛЕВИЗИОНДУК ЖАҢЫЛЫКТАРДЫН КУРАМЫ

**Ж**аңылыктар түрмөгүндөгү кооз тартиптелген программа, анын өзгөчөлүктөрү, даярдалуу спецификасы телевидениенин ички «ашканасынан» алыс адамдарга анчейин байкалбайт. Катардагы телекөрүүчү үчүн «Жаңылыктардан» чыккан кабардын баары эле жаңылык. Анын үстүнө маалымат кызматтары телекөрүүчүнүн назарын программадагы маалыматтардын мазмунуна бургусу келет. Программанын мазмуну өз ара ички тыгыз байланышкан компоненттерден түзүлөт. Учурдагы маалыматтык технологияда төмөндөгү компоненттер кездешет:

**Шапка** – илгери көрсөтүүнүн башында анын аты жазылган кагаз заставкалар 30–35 секунда музыканын коштоосунда берилген. Бара-бара ал заставкалардын ордуна электрондук фондо титрлер териле баштады. Акыркы учурда анимациялык комбинацияланган видео катарлар пайда болду. Шапка деп, көрсөтүүнүн мүнөзүн белгилеген, атайын музыкалаштырылып монтаждалган 15–20 секунддан ашпаган видео катарды айтат. Маалымат программаларынын шапкалары башкалардан музыкасынын өзгөчө ритми жана видео катарынын олуттуулугу менен оолактанып турат.



**Отбивка** (ОТБ) – маалымат программасындагы белгилүү бир маанидеги же логикалык бир сызыктагы сюжеттердин, кабарлардын, бокстардын ортосун бөлүп туруучу (*официоз менен социалдык блоктордун ортосу*) атайын көркөм каражат. Адатта, отбивка үчүн программанын шапкасынын кыскартылган вариантын иштетишет. Бир сөз менен айтканда отбивка – рубрикаларды, бир логикалык сызыктагы кабарларды өз ара ажыратып турат.

**Саламдашуу, коштошуу** – ар бир көрсөтүүнү саламдашуудан баштап, коштошуу менен аяктоо телевизиондук этикеттин төрөсү. Ар бир диктордун саламдашуу жана коштошууда өз манерасы, почерки бар. Жакшы саламдашкан дикторду телекөрүүчүлөр аягына чейин көрүшөт, ал эми жакшы коштошкон дикторду көпкө чейин эстеп калышат.

**Жаңылыктардын анонсу** (*шпигель*) – акыркы кезде кенен колдонулуп келаткан формат. Түрмөктөгү негизги, кызыктуу жана олуттуу материалдар тууралуу алдын ала жарыяланат жана ал телекөрүүчүнү жаңылыктардын аягына чейин кармоого багытталат.

**Сюжет** – кандайдыр окуя тууралуу маалыматты бүтүн ой кылып жеткирүү, кененирээк «Сюжет» бөлүмүндө каралат.

**Репортаж** – окуя болгон жерден кабарчынын түздөн-түз катышуусу менен берилген маалыматы, кененирээк «Репортаж» бөлүмүндө каралат.

Айтмакчы, сюжетте окуянын болгон учуру анчейин маанилүү эмес, анткени окуяны түшүндүрүүдө журналист автордук маалымат катары өз оюн ар түрдүү каражаттар аркылуу белгилөөгө кудурети жетет. Ал эми репортажда журналист окуяга өзү сөзсүз катышып, алган маалыматын ыкчам жеткиргени кызыкдар болгондуктан, өз оюн айтууга убактысы да укугу да жок. Сюжет менен репортаждын негизги айырмасы ушунда.

Учурда кыргыз телевизиондук маалымат мейкиндигинде жаңылыктар репортаж форматында гана чыкчу болуп баратат. Ал эми сюжеттер бара-бара аналитикалык көрсөтүүлөрдө («Багыт» ЭлТР, 2008-ж., «Илич иликтейт» КТРК, 2012-ж., «Очарованный странник» 5-канал, 2008-ж. ж.б.) колдонулуп калды.

Айтмакчы, репортаж өзүнө маалыматтык жанрлардын бүт элементтерин (*баяндама, стендап, көркөм шилтеме, персонаждарды мүнөздөө ж.б.*) камтыйт.



**Интервью** - кайсы бир окуяны түшүндүрүү үчүн чакырылган конок менен болгон, кыска жана тартиптелген маек.

**Кириш сөз** (*подводка*) – жаңылыктарда алып баруучунун ар бир окуяга маани берүү менен ал тууралуу даярдалган кабарга (*репортаж, сюжетке*) телекөрүүчүнү алып кирүү. Жаңылыктар кызматынын дикторлору негизги тексттерди өздөрү жазганы менен, продюсерлер аны сөзсүз көз алдынан өткөрөт. Ошондуктан диктордук тексттин кооздугу да коллективдүү эмгектин үзүрү.

**Оозеки билдирүү** радиодон келген формат – кадрда диктор окуяны видеосуз эле окуйт. Телевидениенин башатында жаңылыктар негизинен оозеки билдирүүлөрдөн гана турган. Анан ага фото-репортаждар кошулган. Азыр бул ыкма – өтө шашылыш кабарларды билдирүүдө же жөн гана аралыкта калып калган 15–20 секунд убакытты коротуу үчүн иштелип келет. Адатта, диктор оозеки билдирүүдөн кийинки материалдын кириш сөзүнө байкатпай өтүп кетет.

**Бокс** – эфирге маалыматтын монтаждалган видеосуна ылайык текстин диктор эфирде окуйт. Адатта, бул формат шашылыш, анчейин маанисиз же жетишсиз баяндалган кабарларды берүүдө иштетилет. Бокс ошондой эле интервьюсу (*Бокс-синхрон*) менен да болот.

«Хрипушка» – телефон аркылуу алынган маалымат. «Хрипушканы» адатта, телефондун же респонденттин сүрөтү бар графика менен жабышат. Кээде бул формат аркылуу интервьюлар да алынат.

**Иликтөө** – бир же бир нече суроого көп респонденттерден алынган кыска интервьюлардын тизмеги. Батышта иликтөөнү «street-talk» – көчө маеги деп да аташат.

**Комментарийсиз материал** – жакындан баштап колдонула баштаган, эч кандай баяндамасыз, «лайфтан» гана турган формат. Батыш практикасында бул формат «no comments» деп аталат.

**Түз байланыш** – окуя болгон жердеги кабарчынын студия аркылуу эфирге түз чыгуусу. Өнүккөн телекомпаниялар жаңжалдуу аймактардан, официалдуу мекемелерден жана спорт мелдештеринен түз чыгуу аркылуу маалымат бере алышат. Кыргыз телевизиондук мейкиндигинде технологиянын кымбатынан алиге чейин колдонулбай келет.

**Псевдо түз байланыш** – жогорудагыдай эле, болгон айырмасы, маалыматтык материал берүү түз байланыш режиминде тасмага тартылып алынат.

**Верстка** – түрмөк, гезиттен телевидениеге көчкөн термин. Журналисттик маалыматтык материалдарды бир бүтүн программаларга чогултуу.

Адатта, маалыматты кандай форматта даярдалуусун башкы же чыгаруучу редактор кабарчыга тапшырма берээр алдында бекитет. Көбүнесе бокстарга караганда репортаж жана сюжеттерге көбүрөөк гонорар төлөнгөндүктөн, кээде кабарчы өзү да форматты аныктоого укугу бар. Бир эле материал алгач жаңылыктар түрмөгүнө бокс болуп, репортаж, анан толук кандуу сюжет катары берилгени да бар.

Маалыматтык түрмөктөгү материалдар чагылдырган темасына жана көтөргөн проблемасына жараша ар кандай аталат. Мисалы:

- күндүн темасы – учурдагы эң кызыктуу, нары маанилүү окуя тууралуу даярдалган материал;

- официоз – расмий бийликтин жана анын өкүлдөрүн кайсы бир окуя тууралуу билдирүүсү, кайрылуусу, куттуктоосу;

- экономика – экономикалык жаңылыктар;

- социалка – социалдык проблемаларды чагылдырган материалдар;

- маданий жаңылыктар – искусство, көркөм өнөр, кол өнөрчүлүк жаатындагы окуяларды сүрөттөгөн материалдар;

- спорт жаңылыктары – спорт мелдештери, жетишкендиктери тууралуу материалдар;

- аба ырайы тууралуу маалымат – бул маалымат түрмөгүнө кирбейт, бирок аны ээрчип жүргөндүктөн, аны да маалымат кызматынын компоненти катары карашат.

Кыргыз телевизиондук маалымат мейкиндигинде маалымат түрмөктөрү ар каналда ар башка тартиптелген. Такай официоз менен башталып, анан калгандарына өткөн маалымат түрмөктөрү басымдуулук кылганына карабай, кээ бир мекемелердин жаңылыктар түрмөгү «күндүн темасы» менен башталып, анан гана официозго орун бергендери да бар. Ошондой эле чет элдик маалымат кызматтарынын да өз ара тартиптери бар.

Мисалы, ВВС жаңылык материалдарын төмөндөгүдөй бөлөт:

- хэдлинер – негизги, башкы жаңылык программанын бет ачаары, эң маанилүү окуя тууралуу материал. Кыргыз телевизиондук маалымат кызматтарында адатта, негизги жаңылык катары официоз берилип жүрөт;

- клифхэнгер – кайсыдыр окуя тууралуу курч сюжет;

• «бантик» – программанын аягында берилчү кызыктуу окуя, кээ бир каналдарда «көпөлөк» деп да коюшат. Адатта, маданий, спорт же шоу бизнес жаңылыктары.

## ТЕЛЕВИЗИОНДУК МААЛЫМАТ АДИСТИКТЕРИ

**Т**елевизиондук маалымат кызматы өзгөчө мүнөздөгү адистердин жөндөмү менен тикеленет. Ал адистер адатта, максатынан кайтпаган, энтузиаст, позитив ойлоно алган оптимист келишет. Т.а. маалыматчылар үчүн күн менен түндүн, ай менен жылдын, кыш менен жайдын айырмасы жок. Алар аял, эркек, жаш, кары болуп да бөлүнбөйт. Болгону, жакшы адистер менен «али келечеги алдыда» деген деңгээлдер гана болот. Анте албагандар бул кызматтан кетишет. Маалыматтын даярдалуу өзгөчөлүгү – оперативдүүлүгү, видео материалдардын, сюжеттердин мүнөзү, сапаты жана түрмөк логикасы. Мунун үстүндө көптөгөн адистер эмгектенишет.

### Продюсер

Продюсер – кандайдыр чыгармачылык продукцияны (*китептин, кинонун, популярдуу ырдын ж.б.*) соодага алып чыгуучу, анын өтүмдүүлүгүн уюштуруучу бизнес менеджер же рыноктук функционер. Продюсерлик постсоветтик мейкиндикте, анын ичинде кыргыз чыгармачылыгында да али толук калыптана



"Ала-Тоо" маалымат программасынын  
продюсери Ж.Жумабекова,  
КТРК, 2016-ж.



элек адистик. Кыргыз шоу практикасындагы продюсерлик бирде пайда болуп, кайра жоголуп, эми бутка турууда. Изилдесе мунун кызыктуу себептери табылат.

Батышта телевизиондук продукция биринчи кезекте бизнес ресурсу катары, анан гана коомдук муктаждык болуп эсептелет. Ошондуктан, телевизордогу маалымат да сатылат. Демек, маалыматтын сапатынан, ыкчамдуулугунан жана көрүмдүүлүгүнөн акча тапса болот жана маалыматтын акчага айлануусун продюсер камсыздайт. Батыш телевизиондук индустриясында продюсер уюштуруучулук жана финансылык компетенциялары бекитилген адис. Анын сөзү – буйрук.

Советтик телевидениеде башкы редактордун кызматын продюсерлик десе болот жана идеологиялык майдандагы маалыматтын ийгилигин камсыздаган өзгөчө кызмат. Советтер Союзу ураганы менен, анын чарбалык иш жүргүзүү ыкмасы, эсеп-кысап түзүмү жана бухгалтериясы азырга чейин мурдагынын түрткүсүндө көпкө иштеп келди. Ошондуктан мамлекеттик каналдагы продюсерлик – аты өзгөргөнү менен заты мурдагы редакторлук бойдон кала берген.

Менчиктин ар түрдүү формасындагы телеканалдарда деле продюсерлик алдыга чыгып кеткен эмес. Себеби, өлкөдөгү рекламалык базар тар жана рынок орус каналдарындагы реклама менен деле жашай алат. Рекламага муктаждык болбогон соң, аны жайгаштыруучу көрсөтүүгө да муктаждык жокко эсе. Демек, саясий кампанияларды, шайлоолорду эске албаганда, кыргыз продюсери кайсы маалыматты кимге сатаары азырынча белгисиз.

### **Корреспондент (репортёр, кабарчы)**

Кабарчылык – бүгүнкү телевидениенин негизи десе да болот. Анткени, жаңылыксыз программа көркөм фильмдер менен рекреативдүү көрсөтүүлөрдөн гана туруп калмак. Кабарчы аты айтып тургандай эле, кызматы – кабар жеткирүү. Анын ыкчамдыгы, кабарды уюштура алганы кесибиндеги негизги ролду ойнойт. Кабарчынын кесиптик деңгээлин төрт критерийден аныктаса болот:

- керектүү учурда керектүү жерде, окуя болуп жаткан жерге али окуя боло электе тасма тобу менен жетип бара алганы. Окуяга түздөн-түз күбө болуп, ага сергек баа бергени;



• оператор менен сюжеттин композициясын, ага жараша ректүү материалдарды интервью, stand up, интершум, ж.б.лардын структурасын түзө жана тарта билгени;

• окуяны, факттарды, аргументтерди, статистикалык маалыматтарды камтыган түшүнүктүү текстти даярдай алганы;

• чыгармачылык топтун тез кайтуусун камсыздап, чогулган материалды даярдап, белгиленген убакытта эфирге чыгара алганы.

Ошентип, кабарчылык – экрандагы универсалдуулукту талап кылган кесиптердин бири. Кабарчы монолог окуганды, интервью алганды, сценарий жазганды, режиссураны, анализди, божомолду, композицияны ж.б. тармактарды мыкты билген адис. Кабарчы окуя менен аудиториянын ортосундагы көпүрө жана андан зор жоопкерчилик талап кылынат.

Заманбап маалымат кызматындагы кабарчылыкты горизонталдык жана вертикалдык кесиптик багытта караса болот. Вертикалдык багытка коомдук жашоонун саясат, экономика, криминал, илим, экология ж.б.у.с. тармактарын терең изилдөө кирет. Кээ бир кабарчылар ушул эле тармактарды мындан да тереңдеп карашат. Мисалы, дайым парламент жаңылыктарын даярдоо, мал чарбасын чагылдыруу ж.б.

Ал эми горизонталдык багыттагы кабарчылар жаңылыктардын баардык түрүн кайсы бир региондон гана (регионалдык кабарчылар) даярдап көнүшкөн. Т.а. бир эле кабарчы бүгүн мал илети тууралуу материал даярдаса, эртеси жергиликтүү бийлик маселелерин да чагылдыра берет.

Ошондой эле кандайдыр багыт менен чектелбеген, кандай гана тармак болбосун толук изилдеп чагылдыра алган универсал кабарчылар да бар. Атайын репортаждар, журналисттик иликтөөлөр менен алектенген кабарчылар да көп кездешет.



Кабарчы К.Каниметов,  
КТРК, 2016-ж.

## Интервьюер

Интервьюнун элементтери телевизиондук журналистиканын дээрлик бүт жанрларында байкалганы менен, интервьюер – журналистикадагы өзгөчө адистик. Интервьюну адатта кабарчы өзү алгандыктан экранга чыкпаган интервьюер адистиги анчейин жайыла бербеген. Бирок, начар интервью алган кабарчыга караганда алда канча компетенттүү интервьюер маалыматтык материалдын олуттуулугун камсыз кыла алат.

Интервьюер (*интервью алуучу*) келечектеги маектин планын деталына чейин түзө билип, маек учурунда сөз нугунун күтүлбөгөн жакка бурулуп кетүүсүнө даяр болуусу зарыл. Маектештин таасирине кирип, анын «астында» калбоо үчүн интервьюер теманы сонун өздөштүрүп, тема канчалык бурулса да сөз нугун өзү кайра каалагандай таңуулай билүүсү керек. Маекти жөнөкөй, жалпак тилде жүргүзүү – интервьюердин касиети. Маектештин кыжырын келтирчү суроолор батыш стандартында маектин аягына коюлат.

## Комментатор жана баяндамачы

Телевизиондук маалымат журналистикасында «факт – ыйык, баян – эркин», «окуя – кол тийгис, ага болгон көз караш гана баяндалат» ж.б.у.с. жазылбаган мыйзамдар бар.

Окуяны, фактты бурмалабай, анын тегерегинде эркин ой жүгүртүү менен өз көз карашын билдирүү – баяндамачылык делет. Баяндамачылыкка көтөрүлгөн теманы изилдей алган, анын тегерегинде тажрыйбасы бай журналисттер дайындалат. Анын функ-

циясы – телекөрүүчүгө теманы так факттар жана негиздүү аргументтер менен эркин жана жеткиликтүү түшүндүрүп берүү.

Баяндаманын алдындагы тапшырмалар коомдук формацияга жараша өзгөрүп турат. Советтик журналистика баяндама-



чылардан окуяны коммунисттик идеология аркылуу түшүндүрүүнү талап кылган. Мисалы, Америка Вьетнамга кол салса – оккупация, ал эми советтердин Афганистанга киргени – интернационалдык милдетти аткаруу ж.б.у.с.

Ошондой эле 1980-жылдарда баяндамачылык менен дикторлукту аргындаштыруу аракеттери да башталган. Башынан эле кыргыз телевидениеси борбордук телевидениени ээрчип үйрөнгөндүктөн, бул тенденциядан да кур калган эмес. Алгачкы чабалекерлер деп Б. Суменованы («Пресс бар» 1987-ж.), Б. Макетаевди («Тагдыр» 1994-ж.), О. Токтосуновдорду («Көз караш» 1989-жыл) атаса болот. Ал эми жаңылыктар кызматын 2000-жылдарга чейин эле дикторлор тейлеп келген.

Азыркы баяндамачылык – окуяны базар, рынок саясаты жана бийлик рычагдары колунда турган катмардын кызыкчылыгы аркылуу түшүндүрүү. Кыргыз телевизиондук маалымат мейкиндигинде окуялар алгач Акаевдин, анан Бакиевдин кызыкчылыгынан улам баяндалып келген. Андан соң деле окуялар жана факттар аз бурмаланганы менен, кээ бир лидерлердин кызыкчылыгы дале үстөмдүк кылган учурлар кездешет. Бирок, бул өткөөл доордун кеселдеринен кутулууга мүмкүндүк бар.

### **Маалымат программаларынын алып баруучусу**

Башатында бул адистикти дикторлук менен бир катарда карашкан. Диктор бир эле учурда программадагы көрсөтүүлөрдүн тартибин жарыялап туруучу нөөмөтчү жана кезеги келгенде жаңылыктар кызматында маалымат окуучу да болуп келген. Ошол эле учурда батыш телевидениесинде маалымат кызматынын алып баруучусу – ньюсридер (*news reader*) – жаңылыктарды жазуучу 1970-жылдардан баштап өнүгө баштаган. Кайра куруу доору менен мурдагы советтик, анын катарында кыргыз телевидениесине да өз алдынча импровизацияга укуксуз жана каккан казыктай отуруп, темир эмоцияда текст окуган диктордон эркин манерасы менен айырмаланган алып баруучулук калыптана баштады.

Натыйжада, телевидениеде алып баруучуларга муктаждык пайда болду. Алып баруучу деле алдын ала даярдалган текстти алдындагы барактан же телесуфлёрдон окуп бергенине карабай, айтылып жаткан окуяга өзү катышкандай таасир калтыргандыктан, анын маалыматы ишенимдүүрөк кабылдана баштады.



Алгачкы ньюсридерлик кыргыз телевизиондук практикасында («Пирамида» 1989-ж., «КООРТ» 1992-ж.) менчик каналдарда, анан гана мамлекеттик каналда пайда болгон.

Ошого карабай, кыргыз телевидениесинин тарыхында залкар дикторлор (Т. Жаманбаева, Т. Бакиева, Т. Алсеитова, Б. Мамытов, Г. Молдоева, Ж. Кайыпов, С. Жээнбеков) экрандагы жандуулугу жана импровизациясы менен көрүүчүлөрдүн бир катар муунунун эсинде аты калды.

Азыр жаңылыктар кызматынын алып баруучусу теле каналдын жүзүнө айланды жана алардын аткарган кызматынын сапатын көтөрүү үчүн маалыматты керектөөчүгө жакындаштыруу, телекөрүүчүнү окуяга катыштыруу, маекке чакыруу жана ишеним пайда кылуу чебердиги иштелип жана калыптанып жаткан учур. Анүчүн бул адистик төмөндөгү талаптарды да өздөштүрүүсү зарыл:

**Көтөрүмдүүлүк.** Экрандагы адис ансыз да көп иштерди аркалаганына карабай, жылдын кайсы мезгили болбосун студиялык (бир калыпта) шартта иштейт. Т. а. ысык, суук, эрте, кеч ж.б. убакыттык жана мезгилдик өзгөрүүлөр студияга сезилбегени менен, алып баруучуга өтө оор басым жасайт.

Анын үстүнө телекөрүүчү төшөккө жатса, алып баруучу жолго чыгат, телекөрүүчү майрамдаса, ал иштейт, телекөрүүчү кайгырса, кубанса да, ал маанайды бир калыпта кармап отурат. Бул ого эле оор. Мунун баарын көтөрүү үчүн адисте зор көтөрүмдүүлүк болуусу зарыл.

Телевидениеге жаңы келгендердин көбү «жылдыз» оорусуна чалдыгат. Бирок, телекөрүүчүнүн ишенимине кирип, анын сыйлаган коногу болуу, аны жетелей билүү – көптөгөн жылдык тажрыйбаны, сабырдуулукту талап кылат. Сабырдуулук – даярдык менен күтүү жана жүз берген абалдан жакшылык таба билүү.

**Элестетүү.** Студиядагы «микрофон» деген табло күйөөрү менен адис эфирде, аны «кызылы» күйүп турган камера миллиондогон телекөрүүчүлөргө көрсөтүп баштайт. Алардын ичинде жашкарысы, аял-эркеги, оору-соосу, бай-кедейи бар. Алардын ар бири алып баруучуну өз маанайына жана абалына жараша кабылдайт. Бири сындаса, экинчиси кулак төшөйт, бири көңүл бурбаса, дагы бирөө суктанышы мүмкүн. Алып баруучу мунун баарын аудитория деп эсептегени менен, алардын ар башка маанайын элестетип, анын ар бир кыймылы, сөзү, кол жаңсоосу аудиториянын ар бир мүчөсүндө кандай таасир калтырганын көрө билүүсү зарыл.



**Коллектив менен иштеше алуу.** Наавайчы нанды бир өзү жабат, ашпозчу тамакты өзү даярдагандай эле, өтүкчү да бут кийимди өзү эле тиге берет. Телевизиондук продукция коллектив менен гана өндүрүлөт жана алып баруучу экранда өзү эч нерсе кыла албайт. Аны коллектив гана алдыга чыгарат. Ал болгону коллективдүү продукцияны эфирге алып чыгуучу, керектөөчүгө жеткирүүчү гана.

Демек, керектөөчүнүн «ыракматы» коллективге ал аркылуу айтылат. Телекөрүүчүнүн алып баруучуга ыраазылыгы – коллективге ыраазы болгону, ал ыраазылыкты коллектив менен иштей албаган алып баруучу менчиктеп, төшүнө койгулай берет. Эcranга алып баруучу дайым жакшы маанайда чыгуусу зарыл. Анын энергетикасы телекөрүүчүгө сөзсүз жугуп, жашоого жетелөөсү керек.

**Тамаша сезими.** Алып баруучу тамашаны түшүнө билүүсү зарыл. Юмор, тамаша, какшык, шакаба, азил телекөрүүчүгө да жагат, ал күн бою түнт адамдардан тажайт. Кээде программанын артында берилчү жеңил, тамаша аралаш материалдарды кадимки тамаша көйлүк менен сунуш кылуу жагымдуу маанайды жаратат;

Андан сырткары, алып баруучунун төмөндөгү имидждик өзгөчөлүктөрү да болуусу зарыл:

- сөз өзгөчөлүгү – динамика, темпоритм, интонация, маалыматтын аудиториянын кабыл алуу жөндөмүнө ылайык ылдамдыкта окулуусу;
- келбет өзгөчөлүгү – харизма, тил, кол жаңсоо, көз ымдоо, каш серпүү жөндөмү;
- телекөрүүчүлөрдү ишенимдүү маекке жетелөө – жаңылыктарды таза, түшүнүктүү, так, объективдүү жана негизгилерин башкалардан бөлүп көрсөтө алуу;
- токтоолук – оюн чачыратпай, ар бир ишке маани берүү;
- күтүлбөгөн абалдарга даяр болуу – микрофондун бузулуусу, кээ бир жарык приборлорунун иштебей калуусу, декорациянын кулашы, жер титирөө ж.б. абалдарда алдастап калбоо, телекөрүүчүлөргө кабатырланганын билдирбөө;
- студиядагы абалды көзөмөлдөй билүү – тынчтыкты кармоо, студиядагы башка кызматкерлердин керексиз сөздөрүн токтотуу;
- ММКга өзү, жеке турмушу, чыгармачылыгы тууралуу маалымат берүү – интервьюлар, көрсөтүүлөр, ар кандай раут долбоорлор аркылуу өзүн коомго көрсөтө билүү.

Экрандагы адиске жарашыктуу келбет, уккулуктуу үндөн сырткары адамдарды, алардын жашоо-тиричилигин билүү, акыл-эс, тапкычтык, тамашакөйлүк, сабырдуулук, , энтузиазм, жупунулук жана жөнөкөйлүк, коллектив менен иштеше алуу, өнүккөн элестетүү жөндөмдөрү да зарыл. Айтмакчы, бул касиеттер (сүйлөө жөндөмүн эске албаганда) адамга кудайдан берилет окшойт, анткени аларды пайда кылуу кыйын. Дээринде болсо, өнүктүрүп кетүү башка кеп.

## ТЕЛЕВИЗИОНДУК СЮЖЕТ

**Д**егеле **сюжет**<sup>1</sup> чыгармадагы окуялардын логикалык структурага ылайык – экспозиция, киришүү, окуянын өнүгүү, кульминациясы, чечими жана постпозициясы, пролог жана эпилогдордон (кода) турган тартиби, негизи жана базалык схемасы.

Сюжет тарыхый, келечек, учурдагы болуп, чыгарманын фабуласы менен да тыгыз байланышта. Фабула – сюжеттеги өнүгүп отурган конфликт.

Сюжеттин драматургиялык композициясы фабуланын өнүгүү принциптеринен куралат. Төмөндө сюжеттин классикалык структурасын карап көрөлү:



*Жогорку категориядагы режиссер Н.Турапов монтаж учурунда, 2010-ж.*

<sup>1</sup> Фр. sujet – предмет.

• экспозиция (*лат. expositio* – сырка чыгаруу, ачып берүү) драматургияда – сюжеттин каармандарынын абалын түшүндүрүү. «Эмне?», «Каерде?», «Качан?», «Ким?» менен окуя жүз бергени тууралуу маалымат. Экспозицияны лид (*англ. lead* – башкаруу) – деп да коюшат;

• башталыш -каармандын тегерегиндеги конфликттин себептерин түшүндүрүү;

- өнүгүү – окуя жаңы фактылар менен байып отурат;
- кульминация – окуянын туу чокусу;
- чечим – конфликттен чыгуунун жолдору, жыйынтык.

Сюжет жанр катары телевидениенин маалымат кызматында көп иштетилет жана окуянын жүрүшүн тартиптеп, автордун көз карашы, сөзү аркылуу баяндалат. Жаңылык сюжети журналисттин окуяга, процесске, конфликтке катышканы менен айырмаланат.

### Маалыматтык сюжеттин компоненттери

Телевизиондук практикада сюжет ар кандай долбоорлордо колдонулат. Биз төмөндө жаңылыктар түрмөгүндөгү негизги жана көп компоненттүү маалыматтык сюжетти, анын негизги компоненттерин жана аларга болгон базалык талаптарды карап көрөлү:

**Видеокатар** – сюжет үчүн видео (*картинка, объект, кадр, план ж.б.*) профессионал оператор тарабынан атайын тартылган бир маанидеги видео пландардын тартиби. Т.а. видеокатар – кайсы бир ойду туюндурган видео пландардын курамы. Кээде архивдин же башка булактардын да видео материалдары (*любительская, оперативдик тасма*) иштетилип калуусу мүмкүн. Видео катарды монтажер тексттин маанисине жараша тизет. Учурдагы телевизиондук журналистикада видео катар негизги чыгармачылык каражат болуп эсептелет.

Талаптар: видео катар браксыз, камераны атайын кыйшайтуу ыкмасы же оперативдүү тасмаларды эске албаганда түз орнотулган штативден тартылуусу зарыл.

**Графика** да сюжет үчүн видео сымал картина. Схемалар, карталар, диаграммалар, спорт мелдештериндеги таблицалар ж.б. графика атайын компьютердик программада даярдалат. Кээде графиканы катардагы каражаттар менен тартышат.

Талаптар: графикалык кадрдын, шрифтердин түс гаммасы сюжеттин композициясына дал келүүсү зарыл.



**Интершум** – видео менен чогуу жазылган техникалык үн. Акыркы учурда интершум толук кандуу чыгармачылык каражат катары кадр сыртындагы текст менен чогуу монтаждат. Көчөдөгү авто унаалардын, куштардын, адамдардын маектеринин, согуш талаасындагы жарылып жаткан снаряддардын, атылган октордун ж.б. табигый жана техникалык үндөр интершумга кирет. Интершум кадрга жашоо берет. Мисалы, заводдо күпүлдөп иштеп жаткан станоктордун үнү берилбесе сюжеттин тузу жоктой, чындык деңгээли төмөндөйт. Интершум өз алдынча кошумча каналга жазылат.

Талаптар: интершум видеого дал келүүсү зарыл. Дал келбесе монтажда башка, сапаттуусун чаптоо зарыл.

**Музыка** деле сюжетте интершумдун ордуна колдонулат. Бирок, мурда музыканы маалыматтык сюжеттерге иштетчү эмес, азыр тетирисинче маалыматтык сюжеттер үчүн музыкалык композициялар, аранжировкалар атайын жазыла баштады.

Талаптар: музыканын орундуулугун табуу, ритмин жакшы тандоо зарыл.

**Лайф** (англ. *life* – жашоо) – деп видеонун мүнөздүү интершуму бар кесиндиси (кол чабуулар, күйөрмандардын кыйкырыктары, шаркыратманын дабышы ж.б.) айтышат. Лайф телекөрүүчүгө окуя болгон жердеги фактураны сездирет. Сюжетке өзгөчө жан берет.

Талаптар: маалыматтык телевизиондук сюжетте лайфтын хронометражи («аткан октой»), 5 секунддан ашпоо зарыл.

**Синхрон** (гр. *sin* – чогуу жана *chronos* – убакыт) – бул кадрдагы сюжеттин каарманынын камерага түз айткан сөзү, б.а. интервьюнун кесиндиси. Синхрондун өндүрүштүк тартиби интервьюдай эле.

Талаптар: хронометраж боюнча кесинди 25 секунддан ашпайт, арттагы фонго көңүл бурулат. Респонденттин башынан дарак, электр устуну ж.б. нерселер «өсүп чыкпашы» керек.

**Stand-up** (англ. *туруу*) – журналисттин кадрдагы сөзү. Сюжеттеги stand-up менен репортаждагы stand-upтын айырмасы бар. Сюжеттеги stand-upта окуянын убактысы анчейин роль ойнобойт. Журналист окуя жүз берген жерде турса болгону.

**Титрлер** – экрандагы окуяны түшүндүрүүчү жазуулар.

**Субтитр** – синхрондордо респонденттердин аты, жөнү, чини, кызматы ж.б. Геотитр – окуя болгон жердин дарегин.

**Чуркоочу титр** – кадрдын ылдыйында өтүп турган жазуулар.

Талаптар: сабаттуу, катасыз, туура жазылуусу зарыл.



**Кадр сыртындагы текст** – журналист жазган, бирок башка бирөө (кээде кабарчы өзү) окуган, окуяны түшүндүрүүчү текст. Адатта, текстти окуган адам кадрда көрүнбөгөнү үчүн ушундайча аталат. Талаптар: текстти окуган үн видео катардын талабына дал келүүсү зарыл.

### Сюжеттеги текст

Телевизиондук сюжеттин тексти деп, окуяны баяндаган журналисттин кадрдагы же кадр сыртындагы текстти айтылат. Болуп жаткан окуяны баяндоодо автордук текст видео материалды кээде толуктап, кээде түшүндүрүп туруу зарыл. Журналист сюжеттин тексттин жазууда видео катарды жана андагы логикалык өзгөчөлүктөрдү эске алганы жакшы.

Ошондой эле кадр сыртындагы текст сюжеттин базалык өзгөчүлүгүн түзгөн элемент. Видео катар менен жабылган кадр сыртындагы текст интервью жана stand-upка караганда калыс, персоналдыктан оолак сезилет. Төмөндө автордук тексттин негизги критерийлерин карап көрөлү:

**Объективдүүлүк.** Окуяга, кубулушка автор өз сөзү менен түз баа берүүдө окуя менен көрүүчүнүн ортосундагы медиатор (*лат. mediator – ортомчу*) жана өз оюн – факт, видео катар, эксперттин ою, окуянын катышуучусу, күбөсү, маалымат булагы ж.б. чебер конструкциялоо менен берет.

**Ар бир аракеттин ээси болуу зарыл.** Ээсиз аракеттерди белгилөөдөн качуу керек. Мисалы, «закон өз ишин токтотту» – закондун ишин ким токтотту?

**Окуянын актуалдуулугу.** Журналист материалда окуянын телекөрүүчүнүн турмушуна тиешелүүлүгүн таап берүү зарыл жана ал учур чакты гана колдонуу керек. «Мэрия базарды жапты» – дегенге караганда «Мэрия базарды жапканы жатат» же «Базар жабылууда» – деген маанилүүрөөк.

**Аныктык.** Ар бир маалымат керектөөчүгө анык жеткирилүүсү зарыл. Тагыраак айтканда материалда, такталбаган же бүдөмүк маалыматтар болбошу керек. Анүчүн:

- кыска сөздөрдү колдонуу – «бир ой – бир сүйлөм» эрежеси;
- жалпак тил менен жазуу, илимий жана бюрократиялык сөздөрдөн качуу – «кандай сүйлөсөк – ошондой жазабыз» эрежеси;

- түшүнүксүз терминдерди чечмелөө;
- жөнөкөй сүйлөм конструкциясын колдонуу – ээ, баяндооч, экинчи даражадагы мүчөлөрдүн ордун туура белгилөө.

**Түшүндүрүү логикасы.** Ар бир материал белгилүү логикалык сызыкта түшүндүрүлүүсү жана логикага туш келбеген маалыматтар түрмөктөн алынуусу зарыл. Анүчүн:

- текстте себепсиз эле андан буга улам секирбөө;
- окуянын себебин жана кесепетин туура байланыштыруу;
- каармандардын сөзү автордук текстин улантуусу зарыл;
- презентациялоо (*лат. praesentatio – сунуш кылам*) – окуяга тиешеси бар каармандарды, мекемелерди тааныштыруу.

Жазылып бүткөн текстти редакторго көрсөтөөрдөн мурда бир канча жолу -катардагы окурман, жазуучу жана редактор катары – үн чыгарып, ичинен окуп көрүү зарыл. Жакшы текст жаңы курулган шосседеги зуулдаган машинедей окулат.

### Сюжеттеги stand-up

Сюжеттеги stand-up материалдагы эпизоддун олуттуулугун белгилейт. Учурдагы кандай гана маалыматтык кабар болбосун stand-upсыз чыкпай калды. Натыйжада репортажда stand-upтуу жана ансыз деген да категориялар пайда болду.

Stand-upтын сюжеттеги ордун табуу өзгөчө чебердикти талап кылат. Анткени изилдөөлөргө караганда анын сюжеттеги так жана таамай табылган ордунан жалпы сюжетке болгон мамиле өзгөрөт.

Сюжеттин башында берилген stand-up жок эле дегенде эки функцияны – окуя болгон жерде кабарчынын болгонун далилдөөсү жана ал окуя тууралуу баштапкы маалыматты берүүсү зарыл;

Сюжеттин ортосундагы stand-up фрагменттерди байланыштыруу үчүн колдонулат;

Сюжеттин аягындагы stand-up жыйынтык чыгарып, божомолдоо жана чыгармачылык топ тууралуу маалымат айтууга керек болот.

### Сюжеттеги синхрон

Телевизиондук маалыматтык материалдар видео жана санариптик технологияларга чейин «Кинор» камералары менен 16 мм кинотасмада даярдалчу. Видео-камерага, үн өз алдынча аудио маг-

нифонго жазылып, монтаж учурунда гана синхрондоштурулгандыктан, интервью синхрон деп аталчу.

Кийинчерээк интервью – журналисттин окуяны баяндай алчу компетенттүү адам менен теманын үстүндөгү интервьюсу (*англ. interview – жолугушуу, маек*) өз алдынча жанр болуп чыга келди да анын сюжетке алынчу кесиндиси маалыматтык лексикада синхрон деп аталган бойдон калды.

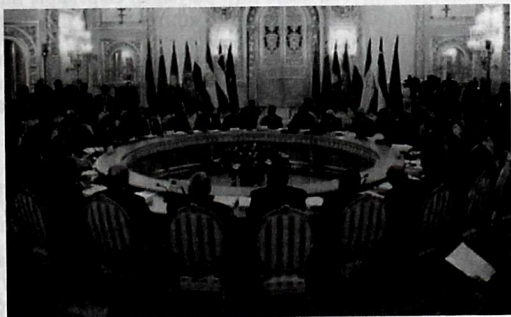
Маалыматтык сюжеттеги синхронго да көптөгөн талаптар бар. Негизгиси синхрон чагылдырылып жаткан окуяга тиешелүү болуу зарыл. Ал эми анын узактыгы, планы, фону, ж.б. деталдары ар каналдын жетекчилиги тарабынан кошумча тартиптелет.

### **Котормочунун жардамындагы интервью**

Мындай интервью практикада чет элдик делегациялардын визиттери, мамлекет башчыларынын жолугушуулары, саммиттер ж.б. расмий хрониканы чагылдырууда көп кездешет. Котормолуу интервьюлар монтаж учурунда – бир аудио каналга респонденттин сөзү чапталып, экинчи аудио каналга которулган текст окулат.

Заманбап стандартка ылайык, респонденттин сөзү угулуусу зарыл, анүчүн котормо тексти оригиналдан бир-эки сөз кеч башталып, бир-эки сөз эрте бүтөт.

Эгер кадрга котормочу кирсе, аны камеранын жанына тургузуп койгон оң. Бирок, анын котормосу респонденттин сөзүн «булгабашы» керек. Монтаж учурунда экинчи каналга котормочунун тексттин да монтаждаса болот.





## Кадрдагы респондент



Идеяда респонденттин көзү эки гана багытты карай алат. Камеранын объективин түз караганы – телекөрүүчүгө түз кайрылып жатканы, ал эми камеранын жанындагы журналистке карап сүйлөгөнү – окуяны телекөрүүчүгө башка бирөө аркылуу түшүндүрүп жатканы. Албетте, журналист камеранын сызыгынан алыс-

табашы керек, анткени, ага сүйлөп жаткан респондент такыр эле башкага сүйлөп жаткандай болуп калат.

Адатта, окуянын каарманы интервьюда баш тартканы көп кездешет. Мындай учурларда рэпэраунд (*РП раунд*) колдонулат. Мисалы, авто катастрофадан адам каза болду. Кырсыкка себепкер адам окуянын себепин айтуудан баш тартат. Журналист колдон келсе кадрга чыгып: «...окуянын себепкери сүйлөшүүдөн баш тартты» – дейт да, андан ары каармандын баяндоодон баш тартканы же камерадан качканы, жүзүн бурганы чапталат.

Рэпэраунд (*лайфтын бир түрү*) – бул кадр сыртындагы текстке респонденттердин фразаларын, репликаларын, табигый сценаларын, диалогдорун тексттен жана интершумдан сырткары иштетүү. Албетте, рэпэраунд сюжеттин жалпы контекстине стилистикасы жана мааниси боюнча дал келүүсү зарыл.

## Маалыматтык репортаждын жана сюжеттин эшиктери

Маалыматтык сюжетке кирүүнүн алты эшиги бар. Ал эшиктердин ар биринде «Ким?», «Эмне?», «Качан?», «Каерде?», «Кантип?», «Эмнеге?» деген суроолор чаптадып турат. Журналист телекөрүүчүнү сюжетке кайсы эшиктен жетелеп кирээри суроого алынган жооптун маанилүүлүгүнөн көз каранды.

1-эшик – «**Ким?**» – деген суроо окуянын негизги каарманын аныктайт. Мисалы: «*Өзбекстан оппозициясы кыргыз бийлиги менен жолугушууга жандалбастан жатат*» – деген кабар тууралуу сю-



жетке тапшырма берилсе, журналист – «*өзбек оппозициясы*» тууралуу маалымат менен сюжеттин ажарын ачып бергени оң.

2-эшик. «**Эмне?**» – деген суроо окуянын маанилүүлүгүн аныктайт. Мисалы: «*Ош базарындагы күркөөлөрдүн биринде электр зымынан өрт чыккан, ал күркөөдө боёктор жана боёк майлары сатылчу*» – деген сюжетте журналист боёктор, анын составы тууралуу маалыматтарга акцент жасаганы оң.

3-эшик. «**Качан?**» – деген суроого азыр, бүгүн же эртең деп жооп берилгени жакшы. Мисалы: «*Оппозиция эртең кайрадан митинг уюштурууну пландаштырууда*» – деген кабарга сюжет даярдалса, журналист окуянын болоор убактысына басым жасаганы оң.

4-эшик. «**Каерде?**» – деген суроо окуянын дарегин аныктоого багытталат. Мисалы: «*Максим Бакиев Казакстанда колго түшүрүлгөнү тууралуу*» маалымат тарап, тапшырма берилсе, сюжетте каармандын жүргөн жана колго түшкөн жерине акцент коюлганы жакшы.

5-эшик. «**Кантип?**» – деген суроо окуянын күтүлбөгөн тараптан кызык маалыматтар чыгаарын шарттайт. Мисалы: «*Кумтөр алтын кенинен чоң көлөмдөгү, көмүскөгө бекитилген алтын табылды*» – деген кабарга сюжетке буйрук берилсе, журналист «Кумтөрдөн» кантип алтын уурдалаарын иликтөөгө маани бергени жакшы.

6-эшик. «**Эмнеге?**» – деген суроо окуянын себебин иликтөөгө жетелейт. Мисалы: «*Ремонт максатында өчүрүлгөн суу дагы эле ачыла электиги*» тууралуу маалыматка сюжет тапшырылса, журналист суу түтүктөрүнүн ремонт технологияларына акцент жасаганы дурус.

Кээде бир эле маалыматка бир канча эшиктен кирсе да болот. Анда репортёр эң актуалдуулугун тандайт. Мисалы: «*Бир аздан соң «Манас» аэропортуна КР жогорку соту тарабынан акталган К. Бакиев үй-бүлөсү менен отурган самолёт келип конот. Бирок, ага А.А.Каевдин тарапташтары каршы*» – деген маалымат боюнча жасалчу сюжетке каалаган эшигинен кирсе болот. Баары актуалдуу.

### **Маалыматтык сюжеттин концепциясы**

Журналист ишке киришердин мурун сюжеттин концепциясын, максатын, мазмунун, негизги идеясын, каарманын, каерде, качан тартуу керектигин изилдеп чыгуусу зарыл.

Концепция (лат. *conceptio* – түшүнүк, көптүк) -кайсы бир кубулуш, окуя тууралуу толук баяндоочу түшүнүктөрдүн (идеялар-

дын, көз караштардын, принциптердин) комплекси. Маалыматтык сюжеттин концепциясы төмөндөгү суроолордон түзүлөт:

- бул материалдын жаңылыгы эмнеде?
- бул жаңылыктын башкалардан кандай айырмасы бар?
- бул материалдын эмнеси чындык?
- бул материалдын кимге, кандай маанилүүлүгү, кызыгы бар?
- бул материалды берүү үчүн алдын ала эмнелерди билүү зарыл?
- бул материалды кандай мунарадан берген жакшы?
- бул материалды факт бойдон берген дуруспу же бирөөнүн оюн кошуу керекпи?

- окуяны анализдөө, себептерин изилдөө керекпи?
- бул окуя тууралуу көрүүчүлөрдүн канчалык кабары бар?
- бул окуяны деталдаштыруу канчалык зарыл?
- материалды кантип кызыктуу кылса болот?
- бул окуяны кандай (*кабар, интервью, репортаж*) берген оң?
- материалдын көлөмү канча болуу керек?
- бул материалдын кандай таасирлери же кесепеттери болот?

Мунун дээрлик баарына жооп алынып, материал аныкталган соң аны сюжеттин классикалык негизги формуласына (*сюжет = 1 окуя + 1 маалыматтык шылтоо + 1 тарых + 1 эмоция + 1 ой*) ылайыкташтыруу зарыл. Мындан ашса сюжет түшүнүксүз болуп калат. Актуалдуу сюжет үчүн кеминде үч башка адамдан интервью алынуу керек. Бир синхрондуу материал – начар сюжет. Өзүн урматтаган репортёр сюжеттин концепциясысыз жана формуласысыз жолго чыкпайт.

Ошентип, сюжет кээде журналисттик баага, баяндоого да баясым жасоосу мүмкүн жана ар бир баяндама өз чегин билгени жакшы. Эң жакшы баа факт аркылуу берилет.

Окуяга интервью аркылуу да баа берилет. Бирок, мында респонденттин окуяга тиешелүүлүгү жана аны түшүндүрүүдөгү компетенциясын далилдеген социалдык статусу зарыл болот. Ал эми конфликттүү ситуацияда эки тараптуулуктун жана көз карандысыз экспертизанын болуусу да өтө зарыл.

## ТЕЛЕВИЗИОНДУК РЕПОРТАЖ

**С**оветтик телевизиондук практикада көчмө станциялардын жардамындагы алгачкы репортаждар 1948-жылы Ленинградта, 1949-жылы Москвада катталган.

Башында репортаждын эки түрү – баяндамасыз трансляция жана кадр сыртындагы текст менен баяндалган (*адатта, спорт-тук*) репортаждар белгилүү эле. Андан соң диктор текстти адабий көркөм образда кадр сыртында окуган, тыкандык менен монтаждалган кино репортаждар пайда болду.

1954-жылы ноябр айында Борбордук телевидение белгилүү журналист Е. Рябчиковдун Ангарадагы жаңы баш-



*Кабарчы С.Полотова, ЭлТР, 2012-ж.*

талган электростанциялар каскадынын курулушу тууралуу КТСтин (*көчмө теле станция*) жардамында даярдалган материалын көрсөттү. Материалда макеттер, схемалар, монтаждалган тасмалар көрсөтүлүп, журналист өзү кадрда жана анын сыртында текстин өзү окуду. Бул алгачкы репортаж жана алгачкы *stand-up* болчу. Ошентип отуруп, телевизиондук журналистика жалпы журналистикадан суурулуп чыгып, телевидениенин жаңы тенденциясы, репортаждуулук касиети ачылды. Ошондон баштап репортаж көптөгөн телеканалдардын маалымат кызматынын негизги форматына айланды.

**Репортаж** (*фр. reportage – кабарлоо, лат. – reporto – жеткирүү*) – болуп жаткан окуяга журналист түздөн-түз катышып, факттар жана деталдар кенен камтылган, журналист аркылуу кабылданган маалыматтык ыкчам материал.

Репортаж даярдалуу ыкмасы боюнча – окуя болгон жердин абалы, катышуучунун (*эксперттин*) интервьюсу, окуя болгон жердин фонундагы *stand-up*тан турат жана жөнөкөй көрүнгөнү



менен аткарууда татаал жанр. Анткени, окуя болгон жерге ыкчам жетип баруу, ал жерден маалымат алуу, аны өз убагында редакцияга жеткирип, обого ыкчам чыгаруу бир далай түйшүк. Бүгүн берилбеген маалымат – эртең эскирет.

### **Телевизиондук репортаждын курамы жана композициясы**

Принцибинде телевизиондук репортаждар – stand-up, кадр сыртындагы текст жана интервью (*кээде рэпэраунд*) сымал бир канча структуралык элементтерден турат. Бул компоненттердин репортаждагы орду, узундугу кандайдыр бир эреже менен так бекитилген эмес жана репортёрдун чебердигинен, коюлган теманын өзгөчөлүгүнөн гана көз каранды. Ошентсе да, төмөндө репортаждын классикалык тартибин карап көрөлү:

- репортёр материалды stand-upта окуя тууралуу жалпы маалымат берүү менен баштайт;
- репортёрдун сөзүн кадр сыртындагы текст улантат;
- окуянын катышуучусу, эксперт, комментатор же күбөдөн интервью алынат;
- негизги маалымат кадр сыртындагы текстте окулат;
- жыйынтыктоочу жана божомолдоочу stand-up тартылат.

Айтмакчы, кээ бир компаниялар же редакциялар репортажды stand-up менен баштоого тыюу салса, кээ бирлери stand-up эрежесин такыр эле колдонбойт.

### **Stand-up – кадрдагы кабарчы**

Stand-up – кабарчынын окуя болгон аянттын фонундагы сөзү, баяны же интервью алганы. Анын ошол окуяга түздөн-түз күбө болгонун, өз көзү менен көргөнүн айгинелеген, кээде түз алып берүү эффекттин жараткан кадр. Stand-up адатта, маалыматтын орчундуулугуна жараша расмий иш-чараларды, өзгөчө кырдаалдагы окуяларды, иликтөөлөрдү чагылдырууда да колдонулат.

Кыргыз телевизиондук маалымат талаасында stand-up төмөндөгүдөй учурларда колдонулуп келет:

- корреспондент же редакция болуп жаткан окуяга же алынган маалыматка жалпысынан өз көз карашын белгилөө үчүн керектүү видео катар таппаган учурда:



Мисалы, текстте: «...1929-жылы Сталиндин буйругу боюнча...» – деп айтылса, ал жылдардагы видео архив жок болгондуктан, репортёр stand-upты ошол жылдарга мүнөздүү имараттын фонунда жасайт;

- кырдаалды анализдеп, өзүнүн (редакциянын) божомолун билдирүү үчүн:

Мисалы, колго түшүрүлгөн баңги заттарды өрттөө жүрүп жатат. Арткы планда өрт, милиция кызматкерлери. Stand -уртын тексти: «Менин артымда орточо эсеп менен 150 млн. долларлык дүнүйө күйүп жатат, б.а. 180 килограмм опиум Ошто колго түшүрүлгөн. Бул учкундар балким кимдир бирөөлөрдүн көз жашыдыр».

- маалыматты окуя болгон жерге байлоо муктаждыгы чыкса: Мисалы, «Мен турган жерде алгачкы ок атылган...»

- кабарчынын окуяга күбө болгонун баса белгилөө үчүн:

Мисалы, «Биздин чыгармачылык топ бул аянтка айт намазынан бир канча саат жетип келди, анткени аз убакыттан соң орун калбай калат...»

- окуянын алдындагы окуяны баяндоо үчүн:

Мисалы, «Мына ушул тепкичтерде туруп, Т. Тургуналиев 20 жыл мурда А.Акаевке калпак кийгизген...»

- кайсы бир окуяны баса белгилөө үчүн:

Мисалы, репортёр чоң жолдун фонунда: «Менин артымдагы жолдон азыр аскерлер коштогон гуманитардык жүк Ошко жол тартат». Анан stand-upтын фонунда жүк ташыган унаалар ээрчишип кете баштаганы көрсөтүлөт. Айтмакчы, чебер оператор-корреспондент отъезд, панорама кылып же корреспонденттен жолдогу унааларга фокусту буруу менен өтүп кетсе да болот.

Диктор корреспонденттин аты-жөнүн айтса деле, ал өзүн кайрадан stand-upта тааныштырганы ашыкчалык кылат. Ошондуктан бул жагдайды тасма жана монтаждын алдында тактоо зарыл. Ошондой эле stand-up үчүн жасалган stand-up – эң начар stand-up.

### **Stand-upтын негизги талаптары**

- өтө маанилүү ж.б. окуяларды чагылдыруудагы түз байланыштарды эске албаганда stand-upтын узундугу 10–20 секунддан ашпоосу зарыл;

- журналисттин артындагы фон сюжеттин темасына тиешелүү болуусу керек;

- stand-upта фонду камтуу үчүн орто план иштетилет;
- stand-upтын текстинде субъективдүү баалар минимумга түшүрүлөт;
- кабарчынын сырткы келбети темага дал келүүсү зарыл. Мисалы, той жөнүндөгү материалга спорт кийими менен тартылбайт;
- stand-up оператордук чебердиктен да көз каранды, объективдин фокус аралыгын өзгөртүү, отъезд, наезд же панорама менен жасалган stand-upтар сюжеттин көркүн ачат.

### Репортаждын тексти

Репортаждагы, кадрдагы жана кадр сыртындагы текст видео катарды толуктап, окуяны толук түшүндүрүүсү үчүн жазылат. Кабарчы алгач, бере турган маалыматындагы тексттин ордун так белгилеп алуусу зарыл. Тагыраак айтканда ал:

- кайсы учурда тексттин мааниси видео катарга дал келүүсү сөзсүз зарыл;
- кайсы учурда тексттин мааниси видео катарга сөзсүз дал келбеши керек;
- кайсы учурда текст видео катарсыз берилүү зарыл;
- кайсы учурда тексттин ордуна интервью же интершум иштеткен оң.

Кабарчы окуянын маңызын текст аркылуу так жана анык түшүндүрө билгени анын адабий, чыгармачыл дараметинен, тажрыйбасынан жана жөндөмүнөн көз каранды. Андан сырткары, жеткиликтүү текст жазуу үчүн кабарчы төмөндөгү талаптарга жооп берүүсү керек:

- кыргыз тил грамматикасын, синтаксисин, фонетикасын өтө жакшы өздөштүрүү;
- сүйлөмдү чебер (*жөнөкөй жана түшүнүктүү*) түзө билүү;
- башка тилдерден кенен которо билүү же котормо усулдарын жакшы өздөштүрүү;
- четтен келген сөздөрдү кенен чечмелөө;
- пунктуациялык өзгөчөлүктөрдү билүү;
- кадимки сүйлөө адатын адабий тил менен айкалыштыра алуу ж.б.

## Репортаждагы убакыт жана кырдаал

Жаңылыктардын табигаты – ыкчамдуулугу. Демек, убакыт репортаж үчүн өтө зарыл өлчөм. Ошондуктан ар кандай убакыт категориялары репортаждагы материалдын эскилигин жаап турганы оң. Мисалы, кечээки окуя али эч жакка чыга элек, бирок «кечээ» деп айтылса, материалдын ыкчамдуулугу жоголот. Ошондуктан мындай учурда убакыт такыр айтылбайт. Тетирисинче, азыркы окуяны дароо эфирге берүү мүмкүнчүлүгү болсо, анда репортажда *«мына азыр гана», «мындан бир аз убакыт мурда»* же *«бүгүн саат мынчада»* ж.б. деп убакытты так көрсөтүү репортаждын эң жаңылыгын белгилейт.

Атайын хроникалык жумалыктарды эске албаганда, адаттагы репортаждарда окуялар *«дүйшөмбүдө», «жекшембиде»* же *«11-январда», «5-февралда»* ж.б. деп күндөр жана даталар менен белгиленбейт. Анткени, телекөрүүчү ал күндү эстөөгө чыңалып, негизги маалыматтан алаксыйт. Көбүнчө *«бүгүн»* же *«өткөн жумада», «мурда күнү»* ж.б. деп айтылат. Мисалы: *«25-майда Ысык-Көлдүн түштүгүндө болгон катастрофа дагы эле ...»* дегенден көрө, *«Бир ай мурда Ысык-Көлдүн түштүгүндө болгон катастрофа дагы эле...»* – деген туура.

## Маалымат булагы жана цитата

Телевизиондук репортажда ар кандай маалыматтын булагы анык көрсөтүлүүсү зарыл. Мисалы, *«Ош–Бишкек жолунда алдыдагы үч күн бою кар көчкүсүн алдын алуу үчүн атайын курулушчулар тобу иштеп, жол жүрүү тартиби режимдүү абалга өтөт», – деп билдирет Өзгөчө кырдаалдар министрлигинин басма сөз кызматы»,* же *«Гидрометео борбору билдиргендей, эртең бороон күтүлүүдө...»* деген тексттерде маалымат министрликтин басма сөз кызматынан жана гидрометео борборунан алынганын билдирет.

Маалыматтагы булактын көрсөтүлүүсү ошондой эле кабардын чындыгын белгилейт. Адатта, мындай кабарлар компетенттүү кызматкерлердин интервьюсу менен да бекемделет. Мисалы, *«Бүгүн Жогорку Кеңештин депутаты Акылбек Жапаров бюджеттин кээ бир статьяларын сынга алды».* Андан ары А.Жапаровдун трибунадан ошол мааниде сүйлөгөнү чапталат.



Телевизиондук репортажда цитата келтирүү да кеңири тараган. Бирок, цитата келтирүүнүн да өз орду бар. Мисалы, «Президент Алмазбек Атамбаев өкмөт жыйынында төмөнкүчө айтты: «Эгер өкмөт быйылкы бюджетти аткара албаса, толугу менен отставкага кетет», цитатанын аягы». «Төмөнкүчө» жана «цитатанын аягы» деген сөздөр өзгөчө маанилүү паузалары менен негизги тексттен бөлүнүүсү зарыл. Айтмакчы, ушул эле текст репортёрдук stand-up менен да жакшы кабыл алынмак.

Так жана аныктык үчүн цитатадан качып, каармандын сөзүн чечмелөөгө өткөн да ыкма бар. Мисалы, «президенттин айтуусунда ...», же «премьер айкандай...» ж.б.

### **Тексттеги сандар, чиндер жана жер аталыштары**

Текстте арифметикалык сандар, өзгөчө бөлчөк сандарды кабыл алуу өтө оор. Ошондуктан кээ бир кабарчылар сандарды титр менен көрсөтөт. Ошондой эле маанилүү сандардын масштабын салыштыруу менен сүрөттөсө да болот. Мисалы, «Кумтөрдөн» акыркы жылдары 213 тонна алтын казылып алынды» – деген сөз аздыркөптүр түшүнүктүү, бирок анын канча сомдугу көрсөтүлсө маалымат эсте калат.

Ошондой эле пайыздык өлчөмдөрдү да түшүнүү кыйын. Мисалы, «Казылып алынган алтындын 15,36 пайызы белгисиз сарпталганы айтылууда» – деген текстти «...16 пайызга жакыны» – десе түшүнүктүү болот.

Кээде санды пайызга алмаштырып көрсөткөн да түшүнүктүү болот. Мисалы, «Бишкектен Москвага 160 миң мигрант кетти...» – дегенге караганда, «... кеткендердин саны Бишкек калкынын 16 пайызын түзөт...» – десе жеткиликтүү болот. Дагы бир мисал: «Кыргызстандын эл аралык валюта фондуна 250 миллион доллар карызы» – дегенди – «...ар бир кыргызстандык 50 доллардан карыз...» экенин айтуу менен түшүндүрүү таасирдүүрөөк.

Текстте өтө көп сөздөн турган мамлекеттик кызматтардын аталыштары көрүүчүнү чарчатат. Ошондуктан аларды жөнөкөйлөтүп айтса болот. Мисалы, «Кыргыз Республикасынын Саламаттыкты сактоо министрлигинин санитардык департаментинин башкы врачы» – дегендин ордуна: «Кыргыз Республикасынын башкы санитары» – деген жеңил кабыл алынат.



Дагы бир мисал: «Россия Федерациясынын федералдык чек ара кызматынын директору генерал-полковник Константин Тоцкий Бишкекке жасаган визитинде Республиканын президенти Роза Отунбаева, премьер-министр Алмаз Атамбаев, Коргоо министри генерал-майор Исмаил Исаков, улуттук коопсуздук комитетинин төрагасы генерал-майор Кеңеш Дүйшөбаевдер менен жолугушту» – деген текстти: «Россиянын негизги чек арачысы Константин Тоцкий Бишкекте президент, премьер-министр, Коргоо министри, Улуттук коопсуздук комитетинин төрагасы менен жолугушту» – деп берген өтө ыңгайлуу.

Репортажда жер-суу аттарын атаганда да өзгөчө тыкандык керек. Т. а. кабарчы окуя болгон жер-суунун атын бир канча жолу кайталаганы же даректүү пландар менен бышыктаганы туура. Ошондой эле ал жердин географиялык өзгөчөлүгүн белгилөө үчүн картаны колдонсо да болот. Ал эми өзгөрүп кеткен аталыштардын мурдагы аттарын эскертип айтуу маалыматты бышыктайт. Мисалы, «Бишкек шаарынын Медеров, мурдагы Коммунистическая көчөсү...»

### Аббревиатура

Репортаждагы убакыттын тартыштыгына карабай, жалпыга маалым болгон гана – СССР, ООН, НАТО, ЮНЕСКО сыяктуу аббревиатураларды эске албаганда аларды текстте колдонуудан качкан оң. Ал эми орус тилинде айтылып, көнүмүшкө айланганы менен кыргыз тилиндеги айтылышы али анчейин сиңе элек МКК, КМШ ж.б. аббревиатуралар мамлекеттик коопсуздук кызматы, көз карандысыз мамлекеттер шериктештиги – деп толук эле окулганы жеткиликтүү.

Кээ бир репортаждарда али белгисиз аббревиатураларды колдонууга болбойт, аларды чечмелөө зарыл. Мисалы, ИКУ – Ислам конференциясы уюму же байланыш түйүндөрүндө иштетилчү РРС бирикмеси – радио релейлик станция, ӨКМ – Өзгөчө кырдаалдар министрлиги ж.б. деп, чечмеленип түшүндүрүлүүсү зарыл.

### Репортажга кириш сөз (подводка)

Репортажга кириш сөзүн адатта, обого чыгаруучу адис жазат. Бирок, кабарчы кириш сөздү материалына ылайыктап өзү жазганы

туура. Болгон окуя тууралуу толук маалымат кабарчыда гана болгондуктан, ал жазган кириш сөз, материал менен бир логикалык сызыкта кетет.

Мисалы, 1998-жылдын январында Жогорку Кеңештин орус тилине расмий статус берүүсү тууралуу сюжетке диктор: *«Кыргыз парламенти орус тилине расмий статус берүү тууралуу мыйзам долбоорун иштеп чыкты. Ушуга байланыштуу бир канча коомдук бирикмелер нааразылык акцияларын өткөрөөрүн билдиришти»* – деген текстти окуду. Андан ары сюжет берилип, кийинки текстти: *«Алар Жалал-Абад областынан келген «Эгемен», «Эркиндик» бирикмелери»* – деп улантып кетти.

Ошентип, жогоруда телевидениедеги маалыматтык форматтарды, жаңылыктар түрмөгүнүн кээ бир сюжет, репортаж сымал компоненттери жана алардын өзгөчөлүктөрү каралды. Алдыда маалыматтын көрүүчүгө так жетүүсүн камсыздаган чыгармачылык-өндүрүштүк баскычтар менен таанышалы.

## МААЛЫМАТ КЫЗМАТЫНЫН УЮШТУРУУЛУСУ

**М**аалымат кызматынын редакциялык баскычын, анын уюштуруудагы өзгөчөлүктөрүн изилдөө үчүн негизинен продюсердин, эфирге жооптуу редактордун, администратордун жана журналисттердин жалпы иш процессин карап чыгуу зарыл.

### Продюсер

Жаңылыктар кызматынын продюсери – обого бериле турган маалыматтын каналдын саясатына шайкеш чыгуусун камсыздаган жооптуу адиси, башкы редактору. Продюсер негизинен каналдын маалыматтык саясатынын туруктуулугун көзөмөлдөйт.

Мисалы, 2012-жылы «ЭлТР» каналындагы жаңылыктар кызматы маалыматты социалдаштырууга багытталып, саясаттан оолактоого аракеттенген. Саясий окуяларды анчейин териштирбейт, болгону ал окуялар тууралуу маалымат гана берет. Тетири-синче, КТРКнын маалымат кызматы ошол жылдары саясатты «чукулап» жана түрмөктүн мазмуну саясатка жана бийликке гана байланган. Продюсердин аткарган жумушу ар каналда ар башка

болгонуна карабай, окшош. Продюсер:

- каналдын маалымат кызматын анын жалпы саясатына ыкташуусун көзөмөлдөйт;
- техникалык-чыгармачылык жыйындарды өткөрүп, ар бир түрмөктүн мазмунун тартиптейт;
- ар бир журналисттик материал үчүн чыгармачылык топтун (*кабарчы, оператор, айдоочу ж.б.*) ишин тартиптейт;

### **Эфирге жооптуу редактор**

Эфирге жооптуу редактор адатта продюсердин дублёру, анын орун басары. Ал продюсердин көрсөтмөлөрүн толугу менен ишке ашуусун уюштурат жана аны деталдаштырып көзөмөлдөйт. Ошондой эле ал:

- кабарчылардын тексттерин текшерет жана зарылдыгы болсо тексттерди өзү да жазат;
- ар бир түрмөктү калыптайт жана аны продюсерге сунуштайт.

### **Администратор (менеджер)**

Администратор негизинен кеңселик, редакциядагы жана өндүрүш цехиндеги жумушту уюштурган, аткарган, көзөмөлдөгөн адис. Ал кызматынын өзгөчөлүгүн, маалымат конвейеринин ритмин туюусу зарыл. Антпесе, бир караганда арзыбаган таасирлерден деле маалымат кечигип же керектөөчүгө жетпей калуусу мүмкүн. Администратордун негизги жумушу:

- маалымат агенттиктеринен, уюмдардан жана жеке адамдардан түшкөн маалыматтык кабарларды каттоо;
- маалымат агенттиктеринде, уюмдарда, окуя болгон жерлерге ж.б. окуялык кырдаалдарга каналдын журналисттерин аккредитациялоо;
- кабарчылардын тасмага чыгуусун, аны камсыздаган (*айдоочулардын, техниктердин, операторлордун*) кызматтардын ишин уюштуруу жана көзөмөлдөө;
- чарбалык маселелерди (*бензин, канцелярия, каттар ж.б.*) чечүү;
- көрсөтмөгө ылайык респонденттерди чакыруу, тосуп алуу, узатуу ж.б.

## Кабарчы



Кабарчы Э.Нурматова, КТРК, 2014-ж.

Кабарчы тууралуу толук маалымат «Телевизиондук репортаж» бөлүгүндө берилгендиктен, төмөндө репортёрдун редакциядагы аткарчу жумуштары гана каралат:

- тема жана маалыматтык шылтоо издейт, анын сюжеттик же репортаждык зарылдыгын аныктайт. Көпчүлүк учурларда

кабарчыга теманы, маалыматтык шылтоону жана анын форматын продюсер же чыгаруучу редактор тапшырат;

- бекитилген тема боюнча маалымат чогултат;
- чогулган материалдын мазмунун, сюжеттик композициясын, курамын түзөт;
- сюжеттин (репортаждын) сценардык планын түзөт;
- сюжеттин (репортаждын) тексттерин жазат;
- сюжеттин (репортаждын) каармандарын аныктайт;
- алар менен тема, суроолор тууралуу сүйлөшүп, тасма убактысын аныктайт.

## Тема

Тема – обого берилчү жаңылыктын мааниси. Тема тандоодо журналист төмөндөгү үч суроого жооп берүү керек:

- бул жаңылыкпы? – *телевидениеде жаңылык бир эле күндө, кээде бир канча саатта деле эскирип калат;*
- бул маанилүүбү? – *бул окуя канчалаган адамдардын турмушуна таасири тийиши мүмкүн? Балким, чымындан пил болуп жүрбөсүн? Кеңешүү керек;*
- бул кызыктуубу? –
  - *конфликт-атаандаштык, жаңжал, согуш ж.б.;*



- о жакындык – кошунанын короосуна караганда сенин корооңдогу окуя кызыктуураак;
- о эмоция – адамдар жек көрүп же жан тартканды жакшы көрүшөт;
- о белгилүү адам менен болгон байланыш – кошуна өлкөнүн президенти же оппозиция лидери, качып кеткен президенттер ж.б.;
- о пайдалуулук – бизнес, устачылык, салт ж.б.;
- о адаттан тышкары – итти тиштеп алган адам ж.б.

## **Маалыматтык шылтоо**

Ар кандай теманы маалыматтык шылтоо аныктайт. Тема кээде журналисттин демилгеси менен белгиленип, анан ага маалыматтык шылтоо изделет. Кээде тетирисинче журналист теманы болгон окуядан, факттан улам бекитет.

Мисалы, журналист Кыргызстандагы экологиялык абал тууралуу (*экология темасында*) материал жасагысы келсе, буга жакын маанидеги окуяларды, пресс-конференцияларды, расмий билдирүүлөрдү ж.б. маалыматтык шылтоо издейт.

Тетирисинче, Өзгөчө кырдаалдар министринин кар көчкүсү тууралуу берген пресс-конференциясы репортёрдун экология тууралуу жасай турган материалына маалыматтык шылтоо болуп калат.

Маалыматтык шылтоолор объективдүү болот жана ага жүз берген окуялар, календарлык окуялар жаңылыктар, ар түрдүү майрамдык, кесиптик, тармактык ж.б. мекемелер, аземдер, акциялар, көргөзмөлөр ж.б. кирет. Ал эми коомдук жашоонун тынч абалында шылтоо жок болсо – аны жаратуу керек болот. Т. а. жаңылык жасоо – маалыматтык шылтоо табуу же аны жаратуу же атайын уюштуруу дегени. Буга PR топтор тарабынан атайын уюштурулган акциялар жана алар тууралуу маалымат таратуучу пресс-конференциялар, брифингдер, чыгармачылык жолугушуулар да жакшы шылтоо болуп берет.

**Пресс-конференция** – журналисттерге абадай керек болгон маалыматтык шылтоонун төрөсү. Пресс-конференция, брифингдер адатта, маалыматтык агенттиктерде, мамлекеттик же башка мекемелердин пресс-катчылар тарабынан уюштурулат. Пресс-конференцияда кайсы бир окуя тууралуу компетенттүү адистер, кызыкдар тараптар билдирүү жасайт. Бул да зор маалыматтык шылтоо.

**Брифинг** (англ. *briefing – brief – тез, кыскартылган*) – пресс-конференциядан кыскалыгы менен, т. а брифингдин катышуучулары суроолорго жооп бербегени, кайсы бир окуя тууралуу официалдуу бийлик өкүлдөрү, коомдук уюмдар ж.б-дын тек гана кыска билдирүүсү менен айырмаланат. Брифингде анын катышуучулары билдирүүсү бүтөөр замат туруп кетишет.

Журналист мындай жыйындарга катышаардан мурда теманы, маселенин чегин, проблемаларын алдын ала белгилеп алганы жакшы. Ошентсе да эпчил репортёр брифингден кийин дароо анын катышуучуларынан учурун таап интервью алганга жетишсе болот.

### **Материал чогултуу**

Журналист маалыматтык шылтоону таап, анын темасын аныктаган соң, материалын бекемдеген жана анын негизги оюн түшүндүрүп, толуктаган материалдарды издөөгө киришет. Алар адатта төмөндөгү булактардан чогултулат:

- байкоолор жана анын жыйынтыгы;
- документтер менен иштөөнүн натыйжасы;
- интервьюлар;
- интернет ресурстары;
- эксперимент (*бул деле байкоонун бир түрү*);
- көрүүчүлөрдөн алынган маалыматтар, каттар;
- информаторлордун билдирүүсү;
- маалымат агенттиктеринин билдиргени;
- пресс-релиздер;
- календардагы даталар, белгилүү күндөр, майрамдар.

### **Журналист тасма процессинде**

Маалымат кызматынын өндүрүштүк баскычы жаңылыктар түрмөгүнө кире турган маалыматтарды чогултуу, иштеп чыгуу, репортаж жана сюжеттерди тасмага тартуу, тартылган материалды көрүү, тексттерин жазып, окуу жана монтаждоодон ж.б. процесстерден турат. Бир караганда оңой көрүнгөнү менен, жогорудагы ар бир цикл зор эмгекти талап кылган процесс.

Кабарчы тасма учурунда негизинен маалымат чогултат. Т. а. окуяны өзү байкайт, күзөтөт, ага тиешелүү фактыларды издейт

жана тактайт. Бул процессти – окуяны бекитүү десе болот. Андан соң, респонденттер, катышуучулар, күбөлөр, эксперттер менен байланышып, аларга суроо берип, жоопторун алат. Окуяга тиешелүү жана маанилүү документтерди жана артефактыларды,



*Журналист З.Жакыпова,  
КТРК, 2014-ж.*

кызыктуу деталдарды издейт. Материалдын (*сюжеттин, репортаждын*) негизги конфликтин аныктап, анын фабуласын конструкциялайт.

Ошондой эле журналист – атаандаш компаниялардын кабарчылары көрбөй калган эксклюзив абалдарды да табат. Маалымат жыйындарында адебин сактайт.

Теорияда кабарчы видео катар тууралуу кабатыр болбошу керек, анткени ага профессионал оператор деле жетиштүү. Бирок, тажрыйбасыз оператордун кемчиликтерин оңдоо жана үйрөтүү коюу үчүн өзү да төмөндөгүлөрдү билип алганы оң:

- алгач окуянын эң маанилүү моменттери тартылат. Анткени, окуя күтүлбөстөн аяктап калуусу мүмкүн;
- окуяны көп пландан, деталдары менен, ар түрдүү чекиттерден, штатив менен (*ыкчам ж.б. абалдарды эске албаганда*) туруктуу кадрлар тартылат;
- кызыктуу лайфтарды табуу керек;
- сөзсүз биринчи жана акыркы кадрлар тартылуусу зарыл;
- 1 мүнөттүк материалга 6 мүнөт тасма материалы жетишээрлик, андан артканы ысырап;
- интервьюлар адатта, окуя бүткөн соң, баары түшүнүктүү болгондо алынат. Бирок, интрига үчүн окуянын алдынан да же дагы башка учурда алынган интервью колдонула берет;
- интервью учурунда – кабарчынын орду оператордун жаны;



- респондент камераны байкабаса жакшы интервью берет;
- респондент табигый абалында (*иш үстүндө ж.б.*) берген интервью ынанымдуу болот.

## Репортёр менен оператордун мамилеси

Телевизиондук репортаж, сюжет адатта сыртта тартылат жана аны атайын (*кабарчы, оператор, техник, айдоочу*) телевизиондук ыкчам топ ишке ашырат жана даярдалчу материалдын ийгилиги кабарчынын оператор менен түшүнүп иштөөсүнөн көз каранды.

Телекөрүүчү экрандагы тартымды оператордун көзү аркылуу көрөт. Окуяны оператор кандай көрүп жатса, телекөрүүчү да ошондой көрүүгө мажбур. Ошондуктан, операторго өтө зор жоопкерчилик жана ишеним артылып, көп факторлор анын кесиптик маданиятынан, акылынын тунуктугу жана зирек ой жүгүртүүсүнөн көз каранды.

Оператор долбоор койгон талаптарды так түшүнүүсү жана композиция, компоновка, жарык чебердигин зор билүүсү зарыл. Ошондон улам ал студиялык тасмаларда режиссёрдун оң колу болсо, сырттагы тасмада коюлган тапшырманы так түшүнгөн режиссёрго айланат.

Кабарчы өзүнүн ишине катарлаш оператордун да абалын күзөтөт. Мисалы:

- операторду жалгыз же такыр көз жаздымда калтырбайт жана ага дайым жардамдашат. Ага бирөөлөр (*мастар, кичинекей начальниктер ж.б.*) тийишпегенин, мазасын албаганын байкап турат;

- оператор көрбөй калган план, ракурстарды көрсөтөт;

- маалымат жыйындарында оператордун көз алдында (*табууга жеңил зоналарда*) болот;

- оператордун эмнелерди тартып жатканын (*жолдо сюжеттин композициясын ойлонуп баруу үчүн*) байкап турат;

- операторго түшүнүктүү тапшырмаларды берет жана ар нерсе менен алагды кылбайт;

- эгер оператор бир нерсени туура эмес же жетишсиз тартса аны тасма бүткөн соң кайра тартып берүүсүн суранат.



## Маалыматтык операторлуктун негизги эрежелери

Ошондой эле оператор да кээ бир кошумча талаптарга жооп берүүгө тийиш:

- камеранын техникалык мүмкүнчүлүктөрүн толук билип, видео техниктин жогунда пайда болгон мүчүлүштөрдү өз алдынча оңдой алуусу;

- аткарган жумушуна ыңгайлуу жана жарашыктуу кийинүүсү;
- кол астында дайым ак тест бланк болуусу;
- ар бир кадрды үнү менен тартуусу;
- кадрды репортёр каалагандай тартып берүү – оператор үчүн мыйзам, репортёрдун талабын толук аткаруу – милдет.

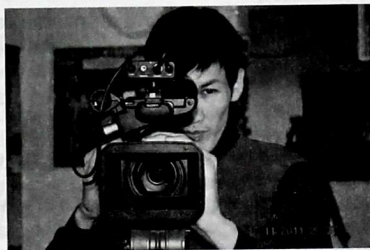
### *А. тасмага чыгаардан алдында:*

- оператор техник менен чогуу камеранын жана анын жабдыктарынын ишке жарактуулугун текшерет;
- оператор камеранын менюсундагы настройду карайт;
- тартылчу материал тууралуу толук маалыматы болот;
- оператор дайым кошумча батарея алып жүрөт.

### *Б. тасма учурунда:*

- тасма дареги же температуралык режим өзгөрсө оператор камеранын ак балансын сөзсүз кайра текшерет;

- респонденттин жана репортёрдун үнүн дайым 1-каналга, интершумду 2-каналга жаздырат;



- кадрдын фокусун нормага ылайык алат;
- кадр алты секунддан кем болбойт;
- отъезд, наезд же панорамадан мурда сөзсүз алты секунд туруктуу кадр тартылат;
- эгер наезд жасалса, монтаж үчүн сөзсүз отъезд да жасалат;
- штаттан сырткары абалды эске албаганда, тасма штативсиз тартылбайт;

- жөнү жок отъезд, наезд, панорамаларды кылбайт;
- эгер панорама оңдон солго жасалса, монтаж үчүн солдон оңго да жасалат;
- панораманын ылдамдыгы туруктуу, траекториясы тегиз болот;
- кадрдагы аракет бүтмөйүнчө камераны өчүрбөйт;
- респондент маңдайдан же жарым профилден гана алынат;
- подсьемкада ар кандай варианттагы экиден кем эмес план алынат;
- интервьюдан сөзсүз респондентин, кабарчынын бирин-бири угуп жаткан өз алдынча жана чогуу алыскы жана жалпы планда тартылат;
- stand up – баяндалып жаткан окуянын даректүү фонунда тартылат;
- кабарчынын кебетесин оңдойт;
- кабарчы байкабаган сонун чечимдерди өз алдынча кошумча тартып коёт.

#### *В. тасмадан соң:*

- кассета иштетилсе – ар бир кассета (*маркировкасы, тасма күнү, убактысы, дарегу жана объектиси жазылган маалыматы*) белгиленет;
- туура эмес же ката тартылган кадрларын кайра тартат;
- монтажга катышат жана монтаждай алат.

Ошондой эле оператор да берүүнүн автору катары каралат. Анткени, журналисттин сөзү оператордун кадры менен толукталат.

### **Кабарчы менен оператордун кол менен жаңсаган белгилери**

Кабарчы менен оператордун өз ара сүйлөшүү тили да бар. Алар бири-бирин аралыктан көз карашы, кыймылы, кол жаңсоолору аркылуу окуп турат. Мисалы:

- сөөмөй менен абада айландыруу – *«тартабыз»*;
- колдорду крест кылып көрсөтүү – *«стоп, бүттү»*;
- сөөмөй менен кулакты көрсөтүү – *«үнү зарыл»*;
- сөөмөй менен кулакты көрсөтүп башты чайкоо – *«үнү зарыл эмес»*;
- сөөмөйдү асманга көтөрүү – *«күтөбүз»* ж.б.

Чоң маалымат жыйындарында кабарчынын оператор менен такыр (*кол жаңсап болсо да*) сүйлөшүүгө чолосу жетпесе, ар ким өз

алдынча иштөөгө киришет. Андай учурда оператор кабарчынын иштөө тартибин жакшы билгени оң. Жок эле дегенде бул учурдун кайсы моменти ага керектигин табуу зарыл. Кээде тажрыйбалуу оператор кабарчы көрбөгөн ракурстарды, композицияларды тартып, анын ойлогонунан алда канча жакшыраак варианттарды сунуш кылуусу мүмкүн.

Андан ары тасмага тартылган материалды көрүү, монтаждоо тартибин белгилөө, тексттерди жазуу, аны микрофонго окуу кабарчынын жумушу. Тартылган тасманы монтаж барагына, кабарчынын көрсөтмөсүнө ылайык монтаждоо, аудио катарды (*музыка, интершум, лайф*) толтуруу монтаждун иши.

Маалымат кызматынын өндүрүштүк цикли өтө ыкчамдуулукту талап кылгандыктан, ар бир кабарчы бир канча адистикти катар аткара билүүсү зарыл. Кабарчынын, оператордун тартылган тасманы монтаждай алганы өндүрүштүк цикли алда канча ылдамдатат.

Андан ары чыгаруучу редактор даяр материалды көрүп, эфирдик прорамага жайгаштырат. Ошентип, материалдын башталышы кызык болсо – телекөрүүчү кызыгып көрөт, аягы жакшы бүтсө – аны телекөрүүчү эстеп калат. Кыскалык менен талант эже-синди.

### **Телевидениедеги штамп түшүнүгү**

Телевидениеде маалымат программалары, өзгөчө жаңылыктар штамп көрсөтүүлөргө кирет. Штамп – конвейер сыяктуу өндүрүштүк түшүнүк, кайсы бир продукцияны токтоосуз, эч кийлигишүүсүз чыгаруу үчүн атайын программаланган цикл.

Телевидениедеги штамп адатта, көрсөтүүнүн мазмунуна эмес, формасына карап аныкталат. Анткени, жума сайын, кээде күн сайын бир эле калыпта чыгуучу программаларды атайын штамп конвейерине коюшат. Т. а. көрсөтүүнүн жасалгасы, мазмуну белгилүү убакытка чейин өзгөрбөйт. Ал эми көрсөтүүдөгү текст, катышуучулар, алып баруучу ж.б. өзгөрүп же алмашып турат. Ошондуктан штамп – өзгөрүлмө мазмун болгону менен туруктуу форма.

Штамп көрсөтүүлөрдүн ар бир чыгарылышына сценарий жазуу керексиз, көрсөтүүнү жакшы түзүлгөн программа деле камсыздай алат. Штамп көрсөтүүлөргө – жаңылыктар, аналитикалык көрсөтүүлөр, сезондук жана туруктуу оюн-зоок программалары кирет.



## ЖАҢЫЛЫКТАР ТҮРМӨГҮ

**М**аалыматтык продукциялардын кандайдыр бир логикалык сызыкта тартиптелген программасын – жаңылыктар түрмөгү деп аташат. Аны эфирге продюсер, жооптуу редактор даярдайт. Ар кайсы мамлекеттин, региондун саясий, коомдук абалынан улам телеканалдардын жаңылыктар программасынын эфир тартибин стандарттары болот.

Кыргыз телевидениесинин маалымат практикасында да бул процесс туруктуу бекемделген эмес. Мисалы, А. Акаевдин доорунда маалыматтар түрмөгү бийликти мактаган материалдар менен башталган. Кийинчерээк А. Акаев К. Бакиевге алмашылган.

Маалымат түрмөгүнүн стандарты саясий активдүү абалда – официоз менен башталса, кадимки учурда – кызыктуу материалдар, официоздон мурда берилет. Ал эми майрам күндөрү салтанаттуу хроника алгач берилет. Адатта, түрмөк маданий жана спорт жаңылыктары (*кээде өтө кызыктуу – рекорддор, табигый кубулуштар ж.б.*) менен аяктайт.

Төмөндө бир канча маалыматтык компоненттерден турган жаңылыктар түрмөгүнүн («Күндарек» КТРК, 2011-ж.) жүрүшүн көрсөткөн сценардык пландын үзүндүсүн карап көрөлү:

<b>Күндарек саат 16-00дөгү чыгарылыш 09/ 01/ 2011-жыл</b>		
Саламдашуу		Назариңыздарда Күндаректин жекшемби күнкү чыгарылышы. Студияда – Чыңгыз Эсенгулов. Саламатсыздарбы!
Подводка		Бишкек шаарында кечээ кечинде массалык түрдө электр энергиясы өчүрүлгөн. Анын себеби – шаардын четиндеги Ленин айылында жайгашкан борбордук подстанциядагы конденсатор иштен чыккан. Бул тууралуу “Кыргызстандын улуттук электр тармактары” компаниясынын башкы директору Райымбек Мамыров маалымдады.
Сюжет	Назира	
Подводка БОКС	Архив үн	Гуманитардык жардам иретинде берилүүчү 250 кап ун Жалал-Абад шаарынын базарында мыйзамсыз сатылып кеткен. Финансы полициясынын облустук башкармалыгынын маалыматы боюнча, декабрь айынын аягында унду мыйзамсыз саткан соодагерлер кармалган. Бул факт боюнча кылмыш иши козголуп, тергөө амалдары жүрүп жатат.



Под-водка	Архив кызылча	Быйыл Кыргызстанда кант кызылчасы эки эсе көбүрөөк себилет. Мындай маалыматты Айыл-чарба министрлиги таратты. Өткөн жылы кант кызылчасы эгилген айдоо аянты 8 миң 400 гектарды түзсө, 2011-жылы бул аянтты 17 миң 300 гектарга чейин көбөйтүү аракеттери көрүлүп жатат. Бул жылы Кыргызстан боюнча айыл-чарба өсүмдүктөрү эгиле турган жалпы айдоо аянттары 1 млн 168 миң 700 гектарды түзөөрү күтүлүүдө.
Сюжет	Айжан	
ОТБ.		
Под-водка БОКС	Архив-аптека	Башка кабарлардан. Дары-дармектерди жазып берүү эрежеси бекитилди. Премьер-министр Алмазбек Атамбаев кол койгон токтомдо – дары-дармектерди жазып берүү эрежелери; бланктардын түрү; оорулууларга жазып берүү жолдору, бланктарды сактоо эрежелери бекитилген. Мындан ары дарылар бекитилген үлгүдөгү бланктар менен гана жазылат.
Под-водка		Иса пайгамбардын туулган күнүнө карата борбордогу Спорт ордосунда кайрымдуулук концерти өттү. Концерт христиан конфессиялары тарабынан уюштурулган. Майрамдык концертте Иса пайгамбардын туулган күнү тууралуу кыскача тартылган тасма көрсөтүлүп, чиркөө хору ырдады. Бул иш-чара баардык каалоочулар үчүн тартууланды.
Ре-порт.	Сапар	
	Коштошуу	Күндаректин бүгүнкү чыгарылышы соңуна чыкты. Мен сиздер менен коштошом. Саламатта турунуздар!

## КОЛДОНУЛГАН АДАБИЯТТАР

1. Абрамович А.В., Лазаревич Э.А. Практикум по литературному редактированию. Изд-во МГУ, 1963.
2. Вольнец М.М. Принципы работы телеоператора со светом. М., 1997.
3. Голядкин Н. Краткий очерк становления и развития отеч. и заруб. телевид. М., 1996.
4. Ефимова Н.Н. Звуковое решение телевизионных программ. М., 1999
5. Законы и практика средств массовой информации в странах СНГ и Балтии. М., 1999.
6. Копперуд Рой, Нельсон Рой Пол. Как преподнести новости. М., 1998.
7. Л. Крэг Л., М. Эллен, Ф. Чарлз. Автономия телевидения и государство. М., 1999.
8. Льюис Б. Диктор телевидения. М., 1973.
9. Отт Урмас. Вопрос+ответ=интервью. М., 1991.
10. Почепцов Г.Г. Информационные войны. М., 2000.
11. Работа телеоператора службы новостей. (Реферативные обзоры). М., 1995.
12. Рэндалл Дэвид. Универсальный журналист. Алматы, 1996.
13. Сенкевич М.П. Культура телевизионной и радиоречи. Учебное пособие. М., 1996.
14. Егоров В. Телевидение между прошлым и будущим. М., 1999.
15. Средства массовой информации и выборы. Аналит. обзор. Нац. Инс. прессы. М., 1999.
16. Средства массовой информации Центральной Азии: настоящее и будущее. Материалы международной конференции. Бишкек, 2000.
17. Теленовости: секреты журналистского мастерства (Реферат книги И.Фэнга «Теленовости, радионОВОСТИ», Сент-Пол, 1985). В двух частях. М., 1977.
18. Техника и технология видеомонтажа. Под ред. П.Олефиренко. М., 1999.
19. У. Джон. Журналистские расследования: современные методы и техника. М., 1998.
20. Ф. Сиберт, Уил. Шрамм, Т. Питерсон. Четыре теории прессы. М., 1998.
21. Цвик В. Телевидение: системные характеристики. М., 1998.
22. Эверетт Дэннис, Джон Мэррилл. Беседы о масс-медиа. М., 1997.

## МАЗМУНУ

<b>ПИКИР</b> .....	<b>3</b>
<b>АЛГЫ СӨЗ</b> .....	<b>5</b>
<b>1-БАП. ЖУРНАЛИСТИКА ТУУРАЛУУ ЖАЛПЫ МААЛЫМАТ</b> .....	<b>9</b>
ЖУРНАЛИСТИКАНЫН ТАРЫХЫНА КЫСКАЧА САЯКАТ	
БҮГҮНКҮ ЖУРНАЛИСТИКА ТУУРАЛУУ	
ЖУРНАЛИСТИКА, ИДЕОЛОГИЯ ЖАНА САЯКАТ	
КЕЛЕЧЕКТЕГИ ЖУРНАЛИСТТИН БЕЙНЕСИ	
КЕСИБИН СЫЙЛАГАН ЖУРНАЛИСТТИН АДЕБИ	
<b>2-БАП. ТЕЛЕВИДЕНИЕ ЖАНА АНЫН ТАБИГАТЫ</b> .....	<b>25</b>
ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН ФИЗИКАЛЫК ТҮШҮНДҮРҮЛҮШҮ	
ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН КЫСКАЧА ТАРЫХЫ	
КЫРГЫЗ ТЕЛЕВИДЕНИЯСИНИН КАЛЫПТАНУУСУ	
ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН НЕГИЗГИ ӨЗГӨЧӨЛҮКТӨРҮ	
ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН НЕГИЗГИ ФУНКЦИЯЛАРЫ	
ТЕЛЕВИЗИОНДУК МЕКЕМЕЛЕР	
КЫРГЫЗ ТЕЛЕВИЗИОНДУК СИСТЕМАСЫ	
<b>3-БАП. ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН ИЧКИ ТҮЗҮЛҮШҮ</b> .....	<b>45</b>
ТЕЛЕВИДЕНИЕНИН КУРАМЫ	
АППАРАТТЫК СТУДИЯЛЫК КОМПЛЕКС	
АППАРАТУРА	
ӨНДҮРҮШ	
<b>4-БАП. ЭКРАН ТИЛИ</b> .....	<b>70</b>
ТЕКСТ	
КАДР ЖАНА ПЛАН	
РАКУРС	
ЖАРЫК	
КОМПОЗИЦИЯ	
МОНТАЖ	
<b>5-БАП. ТЕЛЕВИЗИОНДУК КӨРСӨТҮҮЛӨРДҮН БАГЫТЫ</b> .....	<b>87</b>
ЭФИР ЧАРЧЫСЫ ЖАНА ПРОГРАММА	
ТЕЛЕВИЗИОНДУК МААЛЫМАТ ЖАНРЛАРЫ	
ТЕЛЕВИЗИОНДУК АНАЛИТИКА ЖАНРЛАРЫ	
КӨРКӨМ ПУБЛИЦИСТИКАЛЫК ЖАНРЛАРЫ	
ЖАНР ЖАНА ОКУЯ	
<b>6-БАП. ТЕЛЕВИЗИОНДУК ӨНДҮРҮШ КОНВЕЙЕРИ</b> .....	<b>114</b>
РЕДАКЦИЯ	
ӨНДҮРҮШ	
ЭФИР	
АУДИТОРИЯ	

