

“Кылым карытар бир күн” романында да бир канча аялзаты сүрөттөлөт. Алардын эң негизгилеринин бири - Үкүбала. Ал Эдигейдин тагдырына тагдырлаш болуп, бирге туруп, бирге баскан, оор күнүндө таштап кетпеген, климаты татаал Борондуда да Эдигей менен бирге бактылуу турмуш кечире алган аял.(5) Ал да «Гүлсараттагы» Жайдар сыяктуу сүйүүнүн сурап келбес оор учурларында (Эдигейдин Зарипага көңүлү түшүп, аны кыя албай жүргөн маалында), өмүрлүк жолдошуна түшүнүү менен мамиле жасап, сабырдуулугунун натыйжасында өз үй-бүлөсүн сактап калат. Ал эми чиедей балдары менен Абуталиптен ажыраган Зарипа балдарынын келечегин ойлоп, Борондудан кетет. Эдигейдин турмушун бузгусу келген эмес. Ушундай мүнөздөгү аялдар жана алардын ар бир таштаган кадамы биз үчүн кайталангыс тарбия. Келечектеги эне болчу кыздарыбызга ушундай тарбия берсек жаңылышпаган болор элек.

Ар бир улуттун өзүнө гана таандык улуттук көрөңгөсү, баалуулуктары бар. Биз үчүн ушул шартта Ч.Айтматовдун чыгармалары кайталангыс тарбиянын башаты боло алат. Ар бир эле адамдын жашап өткөн өмүр жолу, тагдыр-таржымалы тарых үчүн кызмат кыла бербейт. Ар бирибиз жеке индивидуалдуу инсан болуп калыптанышыбыз үчүн эң сонун идеялар, керемет ойлор менен талыкпас тарбия керек.

#### Пайдаланылган адабияттар:

1. Иманалиев К. Кыргыз совет адабияты. Фрунзе “Мектеп” 1990. 45-бет
2. [https://www.azattyk.org/a/kyrgyzstan\\_blog\\_kutbu\\_nadyrbaeva/29285763.html](https://www.azattyk.org/a/kyrgyzstan_blog_kutbu_nadyrbaeva/29285763.html)
3. <http://www.ktrk.kg/post/13081/kg>
4. Айтматов Ч.Т . Чыгармалардын сегиз томдук жыйнагы. 1-том, -Б., 2008
5. Кыргыз адабияты: энциклопедиялык окуу куралы/Мамлекеттик тил жана энциклопедия борбору, - Б.: 2004

#### Refenances:

- 1.Imanaliev K. Kyrgyz Soviet literature. Frunze “School” 1990. p.45
2. [https://www.azattyk.org/a/kyrgyzstan\\_blog\\_kutbu\\_nadyrbaeva/29285763.html](https://www.azattyk.org/a/kyrgyzstan_blog_kutbu_nadyrbaeva/29285763.html)
3. <http://www.ktrk.kg/post/13081/kg>
4. Aitmatov CH. T. Collection of works in eight volumes. 1-volume, - B., 2008
- 5 .Kyrgyz literature: encyclopedic textbook/ State language and literature [edit]: B.,2004

УДК 811

DOI 10.33514/ ВК-1694-7711-2021-1 (2)-42-58

**Муктарбекова А. С.**

Кыргыз-Түрк Манас университети, Коомдук илимдер институту, Түркология бөлүмү,  
магистрант,

**Муктарбекова А. С.**

Магистрантка, отделение Тюркологии, Институт социальных наук, Кыргызско-Турецкий  
университет Манас

**Muktarbekova A. S.**

Master student of the Department of Turkology, Institute of Social Sciences Kyrgyz-Turkish  
Iniversity Manas

**КЫРГЫЗ ЖУРНАЛИСТИКАСЫНЫН СӨЗДҮК КУРАМЫ ЖАНА ТЕМАТИКАЛЫК  
ТОПТОРГО БӨЛҮНҮҮСҮ  
ЛЕКСИЧЕСКИЙ СОСТАВ КЫРГЫЗСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ И РАЗДЕЛЕНИЕ НА  
ТЕМАТИЧЕСКИЕ ГРУППЫ  
LEXICAL COMPOSITION OF KYRGYZ JOURNALISM AND DIVISION INTO  
THEMATIC GROUPS**

**Аннотация:** Тил – жандуу система. Себеби, жаңы сөздөр кирип, эски сөздөр колдонудан чыгып ар дайым кыймылда. Коомдун өнүгүшүнө ылайык жаңы технологиялардын пайда болушу менен улам жаңы түшүнүктөр, аталыштар тилдин лексикалык корун байытып келери белгилүү. Бул макалада кыргыз тилинин журналистикасындагы сөздөрдүн тематикалык топторго бөлүнүүсү жазылды. Себеби, ар бир тармакка тиешелүү сөздөрдүн бөлүнүүсү ошол кесиптин адамдары үчүн абдан маанилүү болуп саналат.

Кыргыз басма сөзүнүн тармактарына жараша топторго бөлүндү. Ар бир топко тиешелүү сөздөр жазылды. Айрым сөздөрдүн кайсы тилден киргени каралды. Жыйынтыгында, азыркы күндөгү кыргыз журналистикасынын эң активдүү колдонулуп, эң көп сөздөр кирген, тармагы аныкталды.

**Аннотация:** Язык принято считать живой системой, так как постоянно появляются новые слова в языке, а некоторые, напротив, выходят из употребления. Всем известно, что новые понятия, возникающие вследствие развития общества, обогащают лексику языка.

В данной статье описывается разделение слов в кыргызской журналистике на тематические группы: это разделение играет важную роль в деятельности журналиста.

Кыргызская пресса делится на несколько направлений, для каждого из которых были определены соответствующие слова. В результате этого была определена наиболее активная и широко используемая на сегодняшний день лексический состав кыргызской журналистики.

**Abstract:** Language is considered to be a living system, since new words constantly appear in the language, and some, on the contrary, are falling out of use. Everyone knows that new concepts that arise as a result of the development of society enrich the vocabulary of the language.

This article describes the division of words in Kyrgyz journalism into thematic groups: this division plays an important role in the activities of a journalist.

The Kyrgyz press is divided into several directions, for each of which the corresponding words have been defined. As a result, the most active and widely used lexical composition of Kyrgyz journalism was determined.

**Негизги сөздөр:** Кыргыз журналистикасы, лексикалогия, маалыматтык жанр, публицистика, жаңылык ж.б.

**Ключевые слова:** Кыргызская журналистика, лексикология, информационный жанр, журналистика, публицистика новости и др.

**Key words:** Kyrgyz journalism, lexicology, information genre, journalism, journalism news, etc.

Адамзаттын тили бул - социалдык кубулуш. Ал дайыма өнүгүү жолунда болуп, илимдин жана техниканын өнүгүүсү менен бирге ар түрдүү багыттагы сөздүк курам жаңы сөздөр менен толукталып турат. Башкача айтканда, тил – жандуу система.

Кыргыз басма сөзү советтик жалпыга маалымдоо каражаттарынан кыртыш алып, анын ажырагыс бөлүгү катары өсүп өнүккөн. Дээрлик 70 жыл бою гезиттер, радио менен телеканалдар коммунисттик идеологиянын камчысын чаап, туташ цензурага алынып келген. Ошондой эле, кыргыз журналистика тармагы эгемендүүлүктү алгандан бери бир топ өзгөрүүлөргө учурады. Журналистика тармагында кыргыз тилиндеги терминдер жана кесиптик сөздөр пайда болуп, азыркы күнгө чейин сөздүк курам толукталып келет.

Ар бир кесиптин өзүнө багытталган тили жана сөздөрү, терминдери болот. Журналистика тармагынын дагы башка кесиптер сыяктуу өзүнүн лексикасы бар. Албетте, бул тармак тил менен ажырагыс бүтүндүк. Негизинен, журналистика «советтик» деп аталып калган аймакта жанрлар үчкө бөлүнөт:

1. Маалыматтык жанр.
  - жаңылык;
  - маалыматтык интервью;
  - маалыматтык репортаж;
  - заметка.
2. Аналитикалык жанр.
  - макала;
  - анализ интервью;
  - анализ репортаж;
  - журналисттик иликтөө;
  - диалог;
  - тегерек үстөл ж.б.
3. Көркөм-публицисттик жанр.
  - публицисттик макала;
  - очерк;
  - фельетон;
  - эссе;
  - юмор-сатира ж.б.

Эми журналистикадагы жанрлардын башка авторлордун пикирлерине таянып карап көрөлү. Журналистиканын Европада да салтуу жанрлары бар. Словакиялык белгилүү журналист, убагында эркин басма сөздүн Бүткүл дүйнөлүк институтунун директору болуп иштеген Татьяна Репкова «Жаңы мезгил: «Демократиялык коомдо профессионалдык гезит кандайча түзүлүш керек?» деген китебинде европа өлкөлөрүндөгү тажрыйбаларга таянып журналисттик жанрларды төмөндөгүдөй классификациялайт:

1. **Жаңылык жанрлары.**
  - Жаңылыктар.
  - Кыскача маалыматтар;
  - Корреспонденция (ордун, датасын көрсөтүү менен жазылган маалымат);

Хроника (агенттиктин чагылган кабары, спорт кабар, актуал кабар ж.б.);

Кеңейтилген (түшүндүрүлгөн, кошумчаланган) жаңылыктар;

Расмий жаңылыктар (нота, коммюнике, резолюция, билдирүү ж.б.);

- 2) Отчет-жаңылык.
  - Хронологиялык ирээти менен жазылган жаңылык;
  - Журналисттин баяндоосу менен жазылган жаңылык;

3) Маалыматтык интервью (интервью-диалог, интервью-эксклюзив).

4) Билдирүү.

- Маалыматтык репортаж (беллестрикалык жаңылык).

## 2. Публицистикалык жанрлар.

1) Рационалдуу публицистика.

- Түшүндүрмө (комментарий);
- Редакциялык макала;
- Анализ макала;
- Рецензия;
- Сын (адабий сын);
- Публицистикалык интервью;
- Диалог-анализ;
- Монолог;
- Коомдук пикирге үн кошуу;
- Журналисттин же автордун ачык каты;
- Редакциянын расмий органдарга жөнөткөн түшүндүрмө каты.

## 3. Эмоционалдуу публицистика.

- Репортаж;
- Эссе;
- Памфлет;
- Сүрөттөмө;
- Курсив (реплика менен жаңылыктын аралашы);
- Антрефиле (франс. *entre* - аралык, *fill* - сап) – кыска көркөм макала менен жеңил жаңылыктын аралашмасы)[ Орунбеков, 2015; 134].

Өзүңүз көрүп тургандай, жогоруда сөзүбүздүн башында айтылган «советтик журналистиканын жанрлары» менен «Европанын салттуу жанрларынын» ортосунда кескин айырма деле байкалбайт.

Экөөнүн тең жалпылыгы, окшоштугу бар б.а. «аналитикалык жанр» менен «рационалдуу публицистика» же «көркөм-публицистикалык жанр» менен «эмоционалдуу публицистиканын» маанилеш экендигин эч ким төгүндөй албайт. Эң негизгиси журналистик маалыматты жалпылаштырсак ал – жаңылык, анализ жана пикирден турарын унутпашыбыз керек. Ошондуктан жанрларды батыштык же советтик деп бөлбөй бирдей деңгээлде колдоно, пайдалана берүү ылайык.

Мындан сырткары журналистикада көптөгөн жанрлар бар, анын ичинен 4 жанр эл аралык журналистикага мүнөздүү.

- жаңылык (заметка);
- анализдин элементтери бар жаңылык макала (корреспонденция); очерк;
- баяндама (комментарий)[Орунбеков, 2015:135].

Жогорудагы жанрларга таянып, макалада журналистиканын сөздүк курамы төмөнкүдөй 5 чоң топко жана өз ичинен дагы майда топторго бөлүнөт:

1.Маалыматтык жанрдын сөздүк курамы

- жаңылык менен байланыштуу сөздөр
- маалыматтык менен байланыштуу сөздөр

- маалыматтык репортаж менен байланыштуу сөздөр

- заметка менен байланыштуу сөздөр

### 2. Аналитикалык жанрдын сөздүк курамы

- макала менен байланыштуу сөздөр

- анализ интервью менен байланыштуу сөздөр

- анализ репортаж менен байланыштуу сөздөр

- журналисттик иликтөө менен байланыштуу сөздөр;

- диалог менен байланыштуу сөздөр;

- тегерек үстөл жана башкалар менен байланыштуу сөздөр

### 3. Көркөм публицистикалык жанрдын сөздүк курамы

- публицисттик макала;

- очерк менен байланыштуу сөздөр;

- фельетон менен байланыштуу сөздөр;

- эссе менен байланыштуу сөздөр;

- юмор-сатира жана башкалар менен байланыштуу сөздөр;

### 4. Радио жанры менен байланыштуу сөздөр

### 5. Реклама менен байланыштуу сөздөр

Бул макалада журналистиканын сөздүк курамы тематикалык топторго бөлүндү. Ар бир бөлүмгө тиешелүү сөздөргө орун берүүгө аракет кылынды.

## 1. Маалыматтык жанрдын сөздүк курамы

### 1.1. Жаңылык менен байланыштуу сөздөр

**Аббревиатура** (итал. *abbreviatura* жана лат. *abbrevia* – кыскартам дегенди түшүндүрөт) – басма сөздөгү материалдарда уюмдардын, мекемелердин, саясий партиялардын жана коомго белгилүү топтордун ж.б. аталыштарын массага түшүнүктүү кылып, баш тамгаларынан же муундарынан кыскартылып жазылган сөздөр. Аббревиатуранын колдонулушу, адабий, көркөм чыгармаларда аз кезиккени менен, ММКда кеңири колдонулат. Мисалы, ЖМК – жалпыга маалымдоо каражаттары, ММК – массалык маалымат каражаттары.

**Амфиболия** (грекче *amibolia* – кош маанилүүлүк) – ооз эки кепте тынымды туура эмес пайдалануудан, сөздөрдү туура эмес айтуудан улам (дикторлорго тиешелүү) айтылуучу ойдун башка мааниге өтүп кетиши. Мисалы, коён чыкты. Бул сүйлөмдөгү коён сөзүн эки бөлүп айтуудан койдун саны он чыкты деген түшүнүк пайда кылышы мүмкүн.

**Бэкграунд** – жаңылыктын жалпы көрүнүшүн жаратуу үчүн фон.

**Верификация** – маалыматтын чындыгынын күмөндүү эместигин анын булагы аркылуу изилдөө процесси. Жаңылыктардын верификациясы түрдүү формаларда өтөт, айрыкча, кылдаттык журналисттик иликтөөдө жана саясий маалымат кабарларында талап кылынат. Верификация пикирлерден эмес, фактылардан түзүлүшү зарыл.

**Жаңылыктык** (новостной) коллектор (агрегатор) – түрдүү булактардан жаңылыктарды көчүргөн, топтогон интернеттин ресурсу. Рунеттеги популярдуу жаңылыктык коллектор болуп – News, Yandex.ru, Google.ru ж.б. эсептелет.

**Имидж** – аудиторияга эмоционалдык деңгээлде таасир этүү максатында жаралган, башкалардан айырмаланган образ.

**Кадр сыртындагы текст** (КСТ же закадр тексти) – маалыматтык жана жаңылыктар сюжетин даярдоодо же аткарууда эң жөнөкөй структуранын фрагменти. Негизинен

закадрдык тексттер аудиостудияда биринчи жазылып, андан кийин монтаж жолунда видеого үндөрдү кошуу абзел.

**Кептин тууралыгы** – жалпы коомчулук үчүн бирдей мүнөзгө ээ болгон адабий тилдин калыптанган нормасына ылайык ойду туура бере билүү менен гана чектелбестен, конкреттүү шарт, кырдаалга жараша тилдик бирдиктердин эң мыктысын колдонуу аркылуу өз ой пикирин, түшүнүгүн ачык, элестүү жеткирүү аракетин.

**Кептин тактыгы** – тилдик каражаттардын конкреттүү кырдаалга, зарылчылыкка жараша ачык, таамай болушу.

**Кептин тазалыгы** – пикир алышууда сырттан кирген сөздөрдү, жаргондорду, вульгаризмдерди аралаштырбоо.

**Кептик этикет** – сылык сүйлөө, кайрылуунун, учурашуунун жогорку үлгүлөрүн сактоо.

**Кушкабар** – маанилүү жаңылыкты ыкчам чагылдыруучу жанр.

**Муха** – журналисттин жакасына кадоочу зымсыз микрофон.

**Ортология** (грекче orthos – тура, logos – окуу, сөз) – кептин нормалары менен туура окуу жөнүндөгү илим.

**Подводка** – көрүүчүлөрдү жаңылыктарга жетелөөчү сюжеттин башталышындагы журналисттин сөзү.

**Шпигель** – жаңылыктар чыгарылышынын башталышындагы жаңылыктардын анонсу[Маматжанова, 2016; 5-34].

### 1.2. маалыматтык менен байланыштуу сөздөр

**Анонс** – 1. Кандайдыр бир маалымат тууралуу алдын ала кабарлоо; 2. Жаңылык мүнөзүндөгү рекламалык билдирүү; 3. Боло турган иш-чара жөнүндө алдын ала билдирүүчү кабар; 4. Гезиттин биринчи бетинде маанилүү жаңылыктардын белгиленүүсү.

**Аски-код (ASCII)** – маалымат алмашуу үчүн америкалык коддун (ASCII) кыскартылган стандарттык аталышы. Көптөгөн компьютер өндүрүүчүлөр тарабынан бир компьютерден экинчисине маалыматтарды өткөрүүнү жеңилдетүү үчүн колдонулат. Код сандардан, тамгалардан, символдордон турушу мүмкүн.

**Атрибуция** – маалымат булагын же автордукту аныктоо..

**Атрибуция** – маалымат булагын же автордукту аныктоо. Атис – «акысыз» деген түшүнүгүн берет. Бул термин соодада, ошондой эле басма продукциясында, кандайдыр бир кызмат көрсөтүүдө колдонулат.

**Бланк** – кандайдыр бир маалыматы бар же өздүк стили менен айрымаланган, толтуруу үчүн берилген А4 же андан кичирээк форматындагы кагаз баракча.

**Бриф** – 1. Техникалык тапшырмалардын маңызын так түшүнүүгө мүмкүнчүлүк берген суроо жана жоопторду камтыган атайын шаблон; 2. Кыска жана системалаштырылган түрдүү маалыматтардын топтому.

**Буклет** – ширма сыяктуу ачып окууга боло турган эки же андан көп бүктөлгөн маалыматтык баракча.

**Бэкграундер** – бул маалыматтык кат. Анын негизги максаты компаниянын жаралуусу, өнүгүүсү жана башка компаниянын ишмердүүлүгүнө байланышкан кырдаалдар боюнча өз учурунда кошумча маалымат берүү.

**Деза** – дезинформация (профжаргон) 1. Маалымат рыногуна кызыктыруу максатында таркатылган жалган маалымат; 2. Коммерциялык же саясий субъектилери тууралуу жалган маалыматтарды таркатуу ыкмаларынын бири.

**Дигитализация** – маалыматтарды сандык (цифровой) формага которуу. Заманбап байланыш системаларында маалыматтардын сандык формасы кеңири колдонулат.

**Диффамация** – кимдир бирөөнү айыптоо же уят кылуу максатында ММК аркылуу таратылуучу маалыматтар. «Компромат» сөзүнө синоним катары түшүнсө да болот.

**Коммуникант** – коммуникациялык процесстеги маалыматтарды кабыл алуучу.

**Ньюсмейкер (Newsmaker)** – ишмердүүлүгү ар дайым коомдун көңүл борборунда турган жана ММК тарабынан өзүнө карата кызыгууну жараткан адам.

**Парафраза** (грекче paraphrasis – сыпаттап айтуу) – сөздүн маанисин башка тилдик туюнтма менен берүү. Мисалы, мен дегендин ордуна ушул катты жазуучу деген туюнтманы колдонсок, ал парафраза болот. Нерсенин окшоштугу-на жана байланышы бардыгына таянып, ошол окшош же бар байланышы нерсенин аты менен атоо. Мисалы: жүгөрү – талаа ханышасы, арс-тан – жырткычтардын падышасы, Япония – күн чыгыш өлкөсү ж.б.

**Пиктография** – маалыматты сүрөт аркылуу чагылдыруу.

**Пресс-клипинг** – ММКга чыккан маалымат-тарды анализдөө жана көзөмөлдөө.

**Тэг** (англ. tag – ярлык, этикетка, бирка, белги) – 1. Маалыматтарды издөөдө жана сүрөттөөдө кошумча категоризациялар үчүн колдонулуучу ачкыч сөздөр; 2. HTML/XML гипер-тесттик маалыматтарды программалоодо жана структурага салууда тилдер белгилеринин элементтери [Маматжанова, 2016; 5 - 51].

### 1.3. маалыматтык репортаж менен байланыштуу сөздөр

**Акшен-риплейн** – репортаж учурунда видеоманифандун жардамы менен маанилүү учурларды чагылдыруу.

**Арбитрон** – үйлөргө атайын орнотулган электрондук каражаттардын жардамы менен теле программаларынын популярдуулугунун деңгээли тууралуу маалыматты оперативдүү алып берүүчү система. Арбитрон алгач АКШда станциялардын популярдуулугу тууралуу маалыматтарды алардын ээлерине билдирүү максатында колдонулган.

**Видеоньюсрелиз** – кассетага жазылган ММК үчүн маалыматтык кабарлар.

**Визуализация** – маалыматтарды графикалык формада чагылдыруу. «Инфографика» термининен визуализация сандык маалыматтарды чагылдыруусу менен айырмаланат.

**Инфотеймент** – көңүл ачуу маанайын жаратуу үчүн конкреттүү маалыматтарды фактылар менен чагылдырган журналист.

**Инфозкран** – коомдук жайларга орнотулган (дүкөндөргө, транспортторго, ресторандарга ж.б.) мультимедиялык контенттерди чагылдыруучу маалыматтык дисплейлер.

**Канал** – массалык аудиторияга маалымат жеткирүүнүн массалык жалпыга маалымдоо каражаттары (гезит, журнал, теле-радиопрограммалар) жана нускалоонун (көбөйтүүнүн) техникалык каражаттары.

**Коммуникативдик процесс** – маалымат алмашууну ишке ашырган коммуникациянын түрдүү субъектилеринин өз ара аракеттешүүсү.

**Коммуникатор** – объектиге кандайдыр бир информацияны маалымдап жаткан субъект.

Коммуникатор түшүнүгү маалыматты издөө, иргөө, иштеп чыгуу (текстин түзүү), ММКга жарыялоого байланышкан иш-аракеттердин баарын өз ичине камтыйт.

**Масс-медиа** – басма жана электрондук массалык маалымат каражаттары.

**Мультискрипт** (англ. interactive video) – чоң көлөмдүү видеоматериалдар боюнча навигацияларды жөнөкөйлөштүрүүчү маалыматтар-ды берүүнүн форматы. Видеожазуудагы фраг-

менттерди тез жана так тандап алууга жардам берет, өз ичине үч блоктун – плеерди, стенограмманы, фрагменттердин тизмесин камтыйт.

**Пресс-тур** – кандайдыр бир көйгөйлүү региондорго, проектерге, завод-өндүрүштөргө журналисттердин көңүлүн буруу максатында атайын алар үчүн уюштурулган экскурсия.

**Репортаж** (французча *reportage* – кабарлоо) – журналистиканын кабар жанры, анда кандайдыр бир окуя толук бойдон, баштан аяк ыкчам, оперативдүү кабарланат.

**Субтитр** (фр. *sous-titres* – подписи) – оригинал же котормо тилинде видео кадрдагы тексттик коштолмолор. Субтитрлерди текст катары орто өлчөмдөгү шрифттер менен экрандын ылдыйкы бөлүгүнү жайгаштырылат. Негизи «суб-титр» деген сөз экранга каалаган учурда пайда болуучу текст катары түшүндүрүлөт. Субтитр-лер бир гана угуу мүмкүнчүлүгү чектелген көрүүчүлөр үчүн гана арналбастан, кээде экранда эмне болуп жаткандыгын комментарийлөө, татаал терминдерди, аталыштарды түшүндүрүү максатында да колдонулат. Субтитрлер көптөгөн чет өлкөлөрдө эне тилинде эмес фильмдери жана телеберүүлөрдү көрүү амалы болуп эсеп-телет. Андыктан дубляж кылынганга караганда субтитр менен көрсөтүү ТВ каналдары үчүн да арзан болот. Балакайларга арналган гана берүүлөр дубляж кылынат.

**Тревеллинг** – съемка кылуунун методу. Мында камера ары-бери жылуучу кранда же тросторнотулуп тартылат.

**Трэвел-журналистика** (*travel journalism*) – жер кыдыруу, аймак таануу аркылуу, өз ичине географияны, искусствону гастрономияны, тарыхты, маданиятты, туризмди камтыган масс-медиаданын өзгөчө багыты. Трэвел-журналист дүйнөнүн булуң-бурчтарын кыдыруу менен, ошол жерлер тууралуу (өзгөчөлүгү, маданияты, каада-салты, климаты, кен байлыктары, калктын жашоосу ж.б.) аудиторияга маалымат берет.

**Фотожурналистика** – фото сүрөттөрдү негизги маалыматты билдирүүчү каражат катары колдонгон журналистиканын өзгөчө формасы [Маматжанова, 2016; 5 - 83].

#### 1.4. Заметка менен байланыштуу сөздөр

**Антрефиле** – коммерциялык багыттагы (ярмар калар, фирмалар, көргөзмөлөр ж.б. тууралуу) гезиттик чакан макала же заметка. Демейде антрефиле заголовкасыз жана авторсуз берилет [Маматжанова, 2016; 12].

#### 2. Аналитикалык жанрдын сөздүк курамы

##### 2.1. макала менен байланыштуу сөздөр

**Абзац** (немец тилинен которгондо бөлүм дегенди түшүндүрөт) – текстте бүткөн ойду бере турган логикалык бөлүмдөрдүн жайы жолдон башталышы.

**Абзацтык чегинүү** (*абзацный отступ*) – абзацтын сол жагындагы боштук, башталыштын белгиси.

**Автор** (грекчеден которгондо өзүм дегенди түшүндүрөт) – түрдүү макалаларды (публицистикалык, аналитикалык ж.б.), очерктерди, лирикаларды, адабият, искусство, көркөм чыгармаларды, илимий эмгектерди ж.б. жаратуучу адам.

**Автордук укук** – граждандык укуктун бир бөлөгө, макала, адабият, искусство, илим чыгармаларын түзүүгө жана пайдаланууга байланышкан укуктарды жана милдеттерди аныктоочу юридикалык нормалар. Адабият, илим, искусство чыгармаларын жаратууга жана пайдаланууга байланыштуу укуктук мамилелерди жөнгө салуучу жарандык укуктун бөлүгү; интеллектуалдык менчик укугунун же жеке укуктун бир түрү. Чыгарманын авторунун укуктарын (чыгарманы жаратуу, аны пайдалануу, кайталап колдонууга) кайрадан басып



чыгарууга жол берген жекече мүлктүк жана мүлктүк эмес мамилелерди жеңге салат. Жекече мүлктүк эмес автордук укукка (автордун, авторлоштордун) автордук наамга укугу, чыгарманын кол тийгистигине көрсөтүлгөн укук кирет. Автор чыгармасын өз ысымы, псевдоними менен же атын көрсөтпөй чыгарууга укуктуу. Анын макулдугусуз чыгармага кошумча-алымча киргизүүгө, өзгөртүүгө, иллюстрация, кириш сөз жана түшүндүрмө менен толуктоого жол берилбейт. Мыйзамда көрсөтөлгөн тартипке ылайык, автор чыгармасын алгач жарыялоо маселесин чечүү үчүн катышууга жана автордук келишим түзүү менен чыгарманын пайдаланылышын тескөөгө, ошондой эле чыгарманы башка тилдерге котортууга, башка түрдөгү чыгармага айландырууга (мисалы, романды пьесага же сценарийге алмаштыруу), кайра иштеп чыгууга укуктуу. Автордук укук анын авторуна өмүр бою таандык. Көзү өткөн автордун автордук укугу мыйзамда белгиленген тартипте 50 (элл) жылдык мөөнөткө автордун мурасчыларына өтөт. Мөөнөтө бүткөн соң, чыгарма мамлекеттин энчиси деп жарыяланып, автордук укук мамлекетке өтөт. Мүлктүк автордук укукка чыгарманы кайрадан чыгарууга, жарыялоого жана сатууга, мазмунуна жана формасына ж. б. болгон укуктар кирет. Автордук укук эл аралык деңгээлде таанылган коргоо белгисине ээ жана ал үч элементтен: С белгиси; автордук укукка ээ болгон адамдын аты-жөнү же чыгарманын аталышы; чыгарманын биринчи жолу жарыяланган жылынан турат. Автордук укугу корголгон чыгармаларды кайра чыгаруу, пайдалануу атайын келишимдерге ылайык жүргүзүлөт. Ар бир чыгарылган жана сатылган нуска үчүн автордук калем акы төлөнөт. Автордук укук адабий уурулуктан (плагиаттан) жана «адабий карактоочулуктан» (пиратчылыктан) коргойт. Кинофильмдер жана телеберүүлөр үчүн калем акы алардын түзүүчүлөрүнө, дистрибьютер-компанияларга ар бир көрсөтөлөшү, ал эми музыкант, композиторлорго ар бир уктурулушу үчүн төлөнөт. Көпчүлүк өлкөлөрдө компьютердик программалар адабий эмгектер сыяктуу эле коргоого алынган. Ал эми сүрөттөрдүн көчүрмөлөрүн айрым учурда илимий иштерге пайдаланууга уруксат берилет. Автордун жана анын укук мураскерлеринин бузулган автордук укуктарын калыбына келтирүү, чыгарманы жарыялоого тыюу салуу же аны таратууну токтотуу, укукту калыбына келтирүү доосу боюнча сот тартибинде чечилет. КРнын Өкмөтүнө караштуу Илим жана интеллект менчиги боюнча мамлекеттик агенттиги (Кыргызпатент) авторлорго зарыл укуктук көмөк көрсөтөт. Автордук укук жөнүндөгү мыйзамдар XV кылымда И. Гутенбергдин басма станогун ойлоп табуусунан кийин калыптана баштаган, бирок алгач мындай мыйзамдар китеп басып чыгаруучулардын гана кызыкчылыгын коргогон. Китеп басып чыгаруу жана сатуунун өнүгүүсү, авторлордун да өз кызыкчылыгын коргоосун камсыз кылууга алып келген. Бул чөйрөдөгү алгачкы мыйзам королева Аннанын Статусу (1710-ж. Улуу Британия) эсептелет. XVIII-XIX кылымда европалык мамлекеттердин көпчүлүгү Автордук укук жөнүндөгү мыйзамдарды иштеп чыгып, кабыл алышкан. XIX кылымдын 1-жарымында көптөгөн өлкөлөр автордук укукту коргоо боюнча өз ара эки тараптуу макулдашууларды түзүшкөн. 1886-жылы «Адабий жана көркөм чыгармаларды коргоо жөнүндөгү Берн конвенциясынын» түзүлүшү менен авторлордун укуктарын коргоонун эл аралык системасы калыптана баштаган. 1952-жылы 6-сентябрда «Автордук укук жөнүндөгү Дүйнөлүк конвенцияга» (Женева конвенциясы) кол коюлуп, аталган конвенция Автордук укуктун эл аралык корголушунун принциптерин жана эрежелерин тактаган. Автордук укук чөйрөсүндө бир нече эл аралык уюмдар, анын ичинде Интеллектуалдык менчиктин дүйнөлүк уюму (ИМДУ)

жана ЮНЕСКО иш жүргүзүшөт. 23-апрель дүйнөлүк адабият үчүн символдук мааниси бар дата. Бул кун бүткүл дүйнөлүк китеп жана автордук укук күнү катары белгиленет.

**Аннотация** (латынча annotation – жыйынтыкталган) – макаланын, чыгарманын, эмгектин мазмунуна берилген кыскача мүнөздөмө, баа. Эмгектин кимге арналгандыгы, качан басылып чыккандыгы жана автор жөнүндө кыскача маалымат берилет. Аноним – өз атын жашырган чыгарманын автору.

**Апрош** – тамгалар арасындагы аралык (басма сөз журналистикасына тиешелүү).

**Бай-лайнер** – пиар адистери тарабынан даярдалган макаланын түрү.

**Газета** – күндөлүк турмушта түрдүү маалыматтарды чагылдырып, массага жарыялап туруучу каражат. Алгачкы газета түшүнүгү Байыркы Римде б.з.ч. 44-жылдары пайда болгон. Шаарда болуп жаткан ар кыл окуяларды жарыялоо максатында борбордун белгилүү жерлеринде атайын илинип турган тактайларды колдонушкан. Кийинчерээк император Юлий Цезардын буйругу менен Сенаттын чогулушунунун жыйынтыгын жалпы элге жеткирип туруу үчүн да пайдаланылган. VII кылымда Кытайда «шаардык кабарчы» (Столичный вестник) деген аталышта басма сөз жарыялана баштады. Анда императордун буйруктары, ага байланыштуу маанилүү окуялар орун алган. Албетте, ошол мезгилдеги газета түшүнүгү учурдагы жука ак кагаз эмес эле. Тактайдын бетинен иероглифтер оюулуп, андан кийин бул белгилердин бети боюлуп жасалгаланган. Бул процесс убакытты да, түйшүктү да абдан кеп талап кылган. XVII кылымдын аягына чейин Россиянын элдери гезит окушкан эмес. Кол жазма менен «Куранты» гезити гана чыгып турган. Аны царь Михаил Федоровичке атайын үн чыгарып окуп берип, баяриндер кошо угушкан. Гезит айына төрт жолу ашып барса төрт экземплярга чейин чыгып турган. Маалыматтар кол жазма менен европалык гезиттерден алынган материалдар которулуп берилген. Белгилеп кетүүчү нерсе, «курант» сөзү көпчүлүк чет тилдеринде кездешет. Голландия тилинен которсок бул – гезит, немец тилинде – жүгүрүүчү кабарлар (ходячие вести), француз жана латын тилинен – учурдагы агым (текущий). Кээ бир изилдөөчүлөр гезитанын аталышын голландия тилинен өздөштөрөшкөн деп эсептешет, дагы башкалары посолдук буйруктар жазылган «Courante righ Italien» гезитасы аркылуу келип чыккан дешет.

**Дед-лайн** (deadline) – ММКга жарыялоодон мурун редакцияга материалдарды тапшыруунун акыркы мөөнөтү.

**Джинса** (профеленг) – түз же кыйыр рекламасы бар буюртма менен жазылган макала, б.а. акы төлөнгөн материал.

**Кирпич** – прессадагы чоң макала.

**Обзор** (орус тилинен которгондо карап чыгуу, көздөн өткөрүү) – газета-журналдардын материалдарын жалпылаштырып жазган макалалар.

**Разметка** – журналисттерге гонорары менен көрсөтөлгөн гезиттин экземпляры.

**Редакция** (латынча – тартипке салынган де-ген мааниде) – 1. Газета-журналдардын материалдары топтолуп, полосаларга жайгаштырылып, басылып чыгуучу мекеме. 2. Макалаларды басмага даярдоодо автордун редактор менен биргеликте материалдарды кайрадан карап чыгуусу, оңдоолорду, түзөтүүлөрдү киргизүүсү.

**Цензура** – мамлекеттик кызыкчылыкка ылайык басмага сунуш кылынган чыгармаларга, макалаларга кароо жүргүзүүнүн системасы [Маматжанова, 2016; 5 - 107]

**2.2. анализ интервью менен байланыштуу сөздөр**

**Агитация** – ММК аркылуу массалык аудиторияга саясий, психологиялык таасир этүү, үгүттөө.

**Диалог** (грекчеден которгондо сүйлөшүү, аңгемелешүү) – эки же андан ашык адамдардын өз ара оозеки сүйлөшүүсү, аңгемелешүүсү.

**Дайджест** – журналисттик материалдардын негизги мазмунун кыскача баяндоо. Башка ЖМКлардын материалдарына кыскача обзор берүү [Маматжанова, 2016; 5 - 73].

### **2.3. журналисттик иликтөө менен байланыштуу сөздөр;**

**Аргумент** – далилдес процессинде колдонулуучу факт же далил.

**Авторитеттүү маалымат** (авторитетная информация) – батыш журналистикасында жана коммуникативистикасында кеңири колдонулуучу термин. Мындай маалымат ишенимдүү булактардан алынып, анын чындыгы эч кандай к мен жаратпайт.

**Журналисттик иликтөө** – белгилүү бир окуялардын, кырдаалдардын түпкү себептерин таап чыгуу, көпчүлүккө жарыяланбаган ички, жашырын жактарын таап, иликтөөгө алуу. Иликтөөнүн түрлөрү: саясий, диний, экономикалык, коррупция, ар кандай чыр-чатактар ж.б. Журналистикада жанрлардын түрлөрү көп, алардын эң орчундуусу да, опурталдуусу да – бул журналисттик иликтөө. «Бул маалымат жыйноо ишиби же жанрбы?», – деп теоретиктер азыр деле талашып жатышат. Журналисттик иликтөө жанрын терең иликтеген А.Тертычный аттуу окумуштуунун айтымында, постсоветтик өлкөлөрдө журналисттик иликтөө деп күндөлүк өтүп жаткан турмуштун бир орчун көйгөйүн ар тараптан иликтөө жумушу болуп саналат. Ал эми америкалык изилдөөчүлөрдүн оюнча, аналитикалык журналистика менен иликтөө бирдей эле жанр. Англиялык изилдөөчү Дэвид Спарк журналистиканы үч деңгээлге бөлүп кароону сунуш кылган: – Жалпы деңгээл. Мында репортер кайсы бир факт же окуя тууралуу кыскача гана кабар берет. – Атайын деңгээл. Бул учурда журналист окуяны түшүндүрүп берүү далалатын жасайт, бирөөлөрдүн айткандарына таянат. – Иликтөө деңгээли. Мында журналист окуя тууралуу күбөлөрдүн баарын табууга аракеттенет.

**Инсайдер** – жабык маалыматтарга уруксаты бар журналист.

**Интеграция** (лат. Integratio – бириктирүү) – мурун ар тектүү болуп жүргөн бөлүкчөлөрдү жана элементтерди бир бүтүндүккө бириктирүү процесси [Маматжанова, 2016; 5 - 49].

### **2.4. диалог менен байланыштуу сөздөр;**

**Коллоквиум** – университет, лицей, колледж мугалимдеринин окуучулар менен билимдерин текшерүү максатында болгон маектешүү.

**Консалтинг** – кандайдыр бир суроо, маселе боюнча жыйынтык алуу үчүн кеңеш берүү же кеңеш берүү ишмердүүлүгү [Маматжанова, 2016; 54].

### **2.5. тегерек үстөл жана башкалар менен байланыштуу сөздөр**

**Анахронизм** (грекче ана – артка, chromos – убакыт) – тилдин өткөн тарыхый мезгилине тиешелүү сөздү, фразеологизмдерди аралаштыра колдонуп сүйлөө.

**Анонс** – 1. Кандайдыр бир маалымат тууралуу алдын ала кабарлоо; 2. Жаңылык мүнөзүндөгү рекламалык билдирүү; 3. Боло турган иш-чара жөнүндө алдын ала билдирүүчү кабар; 4. Гезиттин биринчи бетинде маанилүү жаңылыктардын белгиленүүсү.

**Вульгаризм** (латын тилинен бизче которгондо «одоно» деген мааниде) – адабий речтин нормасына туура келбеген одоно, копол сөздөрдүн колдонулушу.

**Гипербуонизм** (грекче Giperbuanis – ашыкча, істіңе) – кээ бир тилдерде шаар говорлорунун өзгөчөлүктөрүн туурап, ыксыз ашыкча аралаштырып сүйлөө.

**Диспут** – пикирлердин кармашы, ойлордун карама-каршылыгы, маселеге жамаатташып сүнгүп кирүүнүн формасы.

**Инвектива** – кимдир бирөөгө каршы кемсинткен сөздөр менен чыгып сүйлөө.

**Конкуренция** – бир максаттуу аудитория үчүн карама-каршы максаты бар, эки же андан көп социалдык субъектилердин карым-катышы.

**Консенсус** – талаш-тартыштуу маселелерди чечүүдө бир пикирге келүү.

**Ток-шоу** – ток-шоу жанры XX кылымдын 60-жылдары Америка телекөрсөтүүсүндө пайда болгон. Анын жаратуучусу деп анчейин бел-гилүү эмес журналист Фил Донахьюну эсептешет. Уламыштарга караганда, Фил Донахью түз эфир убагында коногуна берүүчү суроо түгөнүп калгандыгын түшүнүп, студияда отурган көрүүчүгө келип: « Биздин коногубузга сиздин сурооңуз барбы?» – деп кайрылып, кырдаалдан чыгып, убакытты өткөзүү менен ток-шоу жанрын жараткан [Маматжанова, 2016; 5 - 65].

### **3. Көркөм публицистикалык жанрдын сөздүк курамы**

#### **3.1 публицисттик макала;**

**Декламатор** – түрдүү публицистикалык жана керкем тексттерди окуунун искусствосун өздөштүргөн адам.

**Жанр** (французча genre – түр) – көркөм сүрөт искусствосунда – белгилүү бир темалардын айланасында чектелген керкем өнөр тармагын мүнөздөөчү түшүнүк. Жанр негизинен тарыхый жанр, турмуштук жанр, согуштук жанр, ошондой эле портреттик, пейзаждык, натюрморттук жанр деп бөлүнөт. Жанр түшүнүгү XV–XVI кылымдарда пайда болгон жана бул керкем искусствонун прогрессине байланыштуу келип чыккан. Көркөм искусствону ар кандай жанрларга бөлүү көркөм искусствонун

турмуштук чындыкты терең ийренүүсүнө жана чагылдырылышына шарт түзгөн, ошону менен бирге буга керектелүүчү каражаттарды иштеп чыгарган жана өнүктүргөн. Ал эми журналистикада жанр үчкө бөлүнөт: 1. Информациялык жанрлар – заметка, отчет, интервью, репортаж; 2. Аналитикалык жанрлар – комментарий, корреспонденция, макала, рецензия, обзор, обозрение; 3. Көркөм публицистикалык жанр – фельетон, памфлет, очерк.

**Интенция** – рухий даярдык, көңүл багыты [Маматданова, 2016; 39 - 76].

#### **3.2 очерк менен байланыштуу сөздөр;**

**Баллетристика** (француз тилинен которгондо көркөм проза деген маанини берет) – роман, повесть, аңгеме, очерк, сыяктуу адабият жанрларына берилген жалпы ат. Изилдөөчүлөр көп учурда жалпы эле прозаны баллетристика деп аташкан.

**Билингвизм** (латынча bi-дан, lis-кош, linguатил) – эки тилдүүлүк, кош тилдүүлүк. Жеке адамдардын, айрым социалдык топтордун жана белгилүү бир аймакта жашагандардын эки тилди бирдей билүүсү, бирдей жаза алышы. Мисалы, Чыңгыз Айтматов, Мар Байжиев чыгармаларын орус жана кыргыз тилинде жаза алса, В. Санги орус жана нивхи тилдеринде жазган.

**Кептин көркөмдүүлүгү** – тилдик бирдиктердин шартка ыңгайлуу, максатка ылайыктуу колдонулушу болуп саналат.

**Копипаст** – башка булактардан көчүрүү кызматы менен алынган цитаталар менен текст түзүү ыкмасы.

**Памфлет** (англисче pamphlet – брошюра, буклет) – көркөм-публицистикалык чыгармалардын түрүнө кирет. «Памфлет» деген сөз XIV кылымда пайда болуп, алгач сыртталбаган, мукабалабаган брошюраны, баракчалар-ды түшүндүргөн. Публицистикалык адабият-

тын жанры катары памфлет Реформация эпо-хасында калыптанган. Памфлет XVII, XVIII кылымдарда буржуазиялык революцияда кеңири колдонулган. Бул убакта гезиттер бар болсо да, алар бүт бойдон бийликтин монопо-лиясында болгондуктан, саясий күрөшүү брошюралардын жана баракчалардын жардамы менен жүргүзүлгөндүктөн, памфлеттер чыгып турган. Англиялык революция убагында Миль-тондун монархияга, помещиктерге, ири капиталисттерге каршы памфлеттери элге күч берип турган [Маматжанова, 2016; 27 - 60].

### **3.4 эссе менен байланыштуу сөздөр;**

**Афоризм** (грекче *aphorismos* – накыл сөз) – таамай, кыска айтылуу менен курч ойду туюндурган кеп. Түзүлүшү жагынан макал-лакаптарга жакын, бирок афоризмдин автору болот. Мисалы, «Ар бир адам өзүнө адвокат боло алат, бирок прокурор болушу кыйын». (Н.О.) (Маматжанова, 2016; 31).

### **3.5 юмор-сатира жана башкалар менен байланыштуу сөздөр;**

**Анекдот** (грекчеден которгондо басып чыгарылбаган деген маанини берет) – тамашалуу жана сатиралык мүнөздөгө курч маанилүү, кыскача оозеки баян. Анекдот көбүнчө белгилүү бир көрүнүшкө, адам мүнөзү менен кыялжоругуна байланыштуу айтылат, социалдык нравалык маани таамай, күчтүү болот. Анекдот оозеки адабиятта да кеңири кездешет

**Арготизм** – жалпы элдик тилдеги колдонулушунда атайын максат менен өзгөртүлүп, өтмө мааниде колдонулган сөздөр жана адабиятта, сүйлөшүү стилинде кеңири учуроочу жасалма арго. Мисалы, шапке – пара берүү; крыша, дамкрат – колдоочу адам ж.б.

**Гротеск** (француз тилинен которгондо күлкүлүү деген мааниде) – окуяларды, предметтерди, адам мүнөздөрүн адаттан тыш ашырып же фантастикалык ыкта сүрөттөө. Көбүнчө сатиралык сүрөттөөгө жакын, бирок мында шылдың, сыңдоо, ирония бирдикте келет да, бирде күлкү келтирсе, бирде шылдыўдалат (карикатура, достук шарж). Гротеск терминин заголовка, рубрикаларды жазууда шрифтердин мааниси үчүн да колдонушат.

**Импровизация** (француз тилинин *improvisation*, италия тилинин *improvvisazione*, латын тилинен *improvisus*, которгондо даярдыксыз, китїїсїзден деген мааниде) – күтүүсүздөн, даярдыксыз, сценарийсиз аткарылган искусство чыгармасы. Импровизация керкем чыгарманын көптөгөн түрүнү мүнөздүү: поэзия, музыка, бий, театр ж.б. (Маматжанова, 2016; 5 -86).

**Юмореска** – юмордук максатта жазылган чакан чыгармалар.

### **4. Радио менен байланыштуу сөздөр**

**Аделиб** – радиодогу диктордук алып баруудагы импровизациялык фрагмент.

**Бампер** – радиостанциянын анонстук ырлары. Эреже боюнча эфирде музыканттын тректери катары уктурулат. Көбүнесе бампер угармандарды салтанатка чакыруу максатында атактуу ырчылар тарабынан алдын ала жазылат.

**Банка** – радионун түз эфирине чыгуучу алдын ала жазылган программа.

**Блек-аут** – радиорекламанын популярдуу түрү. Анын популярдуулугу диалогдун динамикалык формасында юмордук элементтерди камтыгандыгында.

**Бренд войс** – идентификация (бирдей же окшош) кылууга мүмкүн болгон радиостанциянын фирмалык үнү. Адатта бул бир эле диктор же актер.

**Войс-дроп** – эфирди жасалгалоонун элементи. Бренд-войс тарабынан жазылган аудиофрагмент. Кадимкиде, войс-дроп радиостанциянын же программанын аталышын ырдалып жаткан тректин мазмунунда камтылат.

**Джингл** – радиопрограммалардын рубрикаларынын ортосунда берилїїчї кыскача музыка

же музыкалык фраза.

**Ди-джей, диск-жокей (DJ)** – радиодогу музыкалык программалардын алып баруучусу. Биринчи жолу disc jockey деген сөздү 1935-жылы Америка коментатору Уолтер Уинчелл радио алып баруучу жана радио жылдызы Мартин Блокуну – disc jockey деп атап жирип, ошондон кийин бул термин калып катмарга кеири тарап кеткен. Бирок бул кызматкер болгону патифонго мыкты ырлардын жыйнагынын топтомун гана коюп койчу, учурдагы ди-джейлер сыяктуу коюу индii, ораторлук касиеттери болгон эмес.

**Диктор** – радиодо же телевидениде жауылыктардын кыска анонсун (сводкасын) окуган адам. Диктор мыкты дикциялуу, коңур үндүү, тигил же бул окуяларды маалымдоодо кырдаалга жараша тон менен сйлеснi өздөштүрүүсү абзел.

**Лайнер** – радиодо ырдын башында же аягында уктурулган рекламалык маалымдоо кабары.

**Мультиформаттык радио** – түрдүү музыка-лык стилдеги оригиналдуу радиоканалдарды сунуштоочу радиоресурс.

**Пакет** – алдын ала жазылган же даярдалган радиодогу сюжет.

**Перебивка** – ТВда видеоэфирдин планын ал-маштыруу, ал эми радиодо болсо ар дайым таанылып турууну көздөп, берүүлөрдүн башында жана аягында жауырып туруучу композиция.

**Реверберация** – үндүн астейдил басаудоосу. Бул терминди жауырык деп да түшүнүп жүрүшөт, бирок жауырык эмес, бул – радиодо аудио-редактирлөөдө колдонулуучу атайын эффект

**Трэк** – аналогдук электрондук жабдыктарда же компьютерде жазылган композиция, музыкалык чыгарма. Англис тилинин Track (дорож-ка) сөзүнөн алынып, көбүнесе радиожурналист-тикада колдонулуп, музыкалык тыныгуу маанисин берет.

**Фонотека** – интершумдарды жана үндөрдү сактоочу кампа [Мамажакыпова, 2016; 5 -128].

### **5.Реклама менен байланыштуу сөздөр**

**Анонс** – 1. Кандайдыр бир маалымат тууралуу алдын ала кабарлоо; 2. Жаңылык мүнүздөгү рекламалык билдирүү; 3. Боло турган иш-чара жөнүндө алдын ала билдирүүчү кабар; 4. Гезиттин биринчи бетинде маанилүү жаңылыктардын белгиленүүсү.

**Барраж** – кандайдыр бир акция, ПР кайрылуу, товарлардын көргөзмөсү ж.б. үчүн коомдук пикирди даярдоо максатын көздөгөн компаниянын түрү.

**Билборд** – щиттик реклама. Негизинен ойноочу аянтчаларда, машина коюучу, эл көп чогулуучу жерлерде орнотулат. Билборддордун көбүнесе түнкү мезгилдерде атайын тистii жарыктары болот.

**Биеннале (бьеннале)** – эки жылда бир жолу көрсөтүлүүчү премьер (мисалы, рекламалык плакаттардын Веналык бьенналесин). Термин латын тилинин «bis» жана «annus» сөздөрүнөн келип чыгып, «жылына эки жолу» деген маанини берет. Бүгүнкү күндөгү эң белгилүү бьеннале – Веналык бьеннале – эл аралык көркөм көргөзмө. XX кылымдын экинчи жарымынан баштап түрдүү бьенналелер (кебiнчe эл аралык) заманбап искусствонун презентациялары үчүн арналган аянтчаларга айланып баратат.

**Бликфанг** – негизги функциясы көңүл бурдуруу максаты болгон рекламалык элемент.

**Видеопанель** – электрондук экраны бар рекламаны алып жүрүүчү каражат.

**Директ мейл** – почта аркылуу маалымат жөнөтүү, же талапкерлерге почта аркылуу жөнөтөлүүчү рекламанын түрү.

**Доджер** – бир фирма же өндүрүш тарабынан чыгарылган бирдей тектүү бир нече товарларды рекламалоо максатында иштелип чыккан түстүү буклет, басылма. Анын мазмуну продукциянын кандайча жана кайсы жерде өндүрүлгөндүгү тууралуу маалыматтардан

баштап, ал товардын популярдуулугуна чейинки маалыматтарды камтыйт. Доджерлер көбүнесе А4 форматында болуп, нускасы 10 000 (он миңге) чейин барат жана аны массалык эл чогулган жайларда (дүкөндөрдө, маркеттерде, кинотеатрларда ж.б. коомдук жайларда) таркатылат. Титулдук баракчасы фирманын же өндүрүштүн логотиби менен коштолот.

**Желон** – рекламаны алып жүрүүчү. Товарды чагылдырып туруучу рекламалык картон же планшетти элестетсек болот.

**Заплатка** – гезиттеги редакциялык материалдарынын ичине же арасына жайгаштырылган анчейин чоң эмес рекламалык кайрылуу. Демейде 20-40 см. квадратты гана ээлейт.

**Зеппинг** – дистанциондук башкаруу пультунун жардамында рекламалык блокторду кербес ичин телевизиондук каналдарды алмаштыруу.

**Копирайтер** – рекламалык тексттердин, слогандардын автору.

**Копираптер** – оригиналдуу рекламалык тексттерди (слогандарды) ойлоп табуунун милдетин аткарган рекламалык агентстволордун кызматкери.

**Креатив** – рекламалык ишмердүүлүктүн чыгармачылык түзүмү.

**Медиа** – реклама жайылтуунун каражаты, аудио-, теле- жана визуалдык коммуникация каражаттарынын топтому, б.а. массалык маалымат каражаттары.

**Медиа изилдөө** – 1. Түрдүү мүнөздөгү ММКларды жана рекламаларды изилдөө; 2. Медианы мониторингдүү изилдөө жана массалык коммуникация каражаттарындагы көзөмөлдөөчү жана анализдөөчү рекламаны изилдөө; 3. Басылмалардын нускасын анализдөө, аудиториянын теле жана радио берүүлөрүнүн, о.э. көрүүчү жана окурмандардын социалдык-демографиялык составын изилдөө; 4. Басылмалардын жана телерадиопрограммалардын рейтингдерин аныктоо.

**Пайлот-фильм** – керкем фильм тууралуу рекламалык максатта тартылган видеоролик. Бул видеороликтин максаты – аудиториянын реакциясын аныктоо болуп эсептелет жана сюжетти ачып берүү менен негизги каармандардын аткаруучуларын коомго маалымдайт.

**Прайм-тайм (Prime-time)** – рекламалоонун эң эффективдүү делген суткадагы убакыт. Телевидение үчүн прайм-тайм деп 19.00 ден 24.00ге чейинки жана дем алуу күндөрүнүн күндүзгү бөлүгү эсептелет. Ошентсе да ар бир кардар прайм-тайм убагын өзүнө ылайыктуу убактарды эсептейт.

**Продакт плейсмент (Product placement, PP)** – конкреттүү товарды демонстрациялап жат-104кан кадрларды фильмдин сюжетине киргизилген жашыруун реклама. Мыйзам тарабынан мындай нерсеге тыюу салынган.

**Продюсер** (англ. producer – өндүрүүчү (производитель), товар өндүрүүчү, даярдоочу) – кандайдыр бир проектилердин жүрүшүндө башынан аягына чейин активдүү катышкан адис, административдик, технологиялык, чыгармачылык жана юридикалык ишмердүүлүк-түрдү регулировкалаган адам. Кино продюсер, теле продюсер, музыкалык продюсер болуп тармактарга бөлүнүп, ар биринин кызматтары түрдүү өзгөчөлүктөргө ээ.

**Рич медиа (Rich media)** – рекламалык материалдарды даярдоонун технологиясы. Англис тилинен сөзмө сөз которгондо «бай» же «байытылган» маалыматтык каражат деп которулат. Rich medianын сапатында интернеттин компо-ненттери катары Macromedia Flash, Real Audio, Real Video ж.б. мисалга келтирүүгө болот.

**Спам** (англ. spam) – кабыл алууну каалабай турса да, рекламалык же башка мүнөздөгү корреспонденцияларды массага жөнөтүлүп туруусу. Спамдарды таркатуучуларды спамерлер деп аташат. Спам термини алгачкы жолу электрондук каттарды таркатууда колдонулган.

Кээ бир легалдуу бизнес менен алектенген компаниялар спамдын жардамы менен товарларын рекламалашат. Андай рекламалардын кызыктыруучу жагы – баасынын төмөндүгү жана потенциалдуу клиенттердин көптүгү.

**Спот** – теле жана радиoproграммалардын арасына коюлган, узактыгы 10-60 секунд болгон кыска рекламалык кайрылуу же реклама-лык ролик.

**Флог** (англ. Fake blog – флог, жасалма (фаль-швый) блог) – өзү таасирленген сыяктуу маска менен рекламалык мазмундагы жарнама.

**Эдмасса** – (admass, advertisement – реклама, mass – масса, аудитория) – рекламага оңой-олтоң ишенген массалык аудитория.

**Эхо-фраза** – рекламалык тексттин аяктоочу бөлүгү. Мунун эң башкы функциясы – керектөөчүлөрдүн эсинде таасирдүү образ калтыруу [Маматжанова, 2016; 5- 189].

Бул макалада кыргыз журналистикасындагы создорду тематикалып топторго болуп, ар бир болумго тиешелуу создор жазылды. Жалпысынан, кыргыз журналистикасындагы создордун орус тилинин таасири алдында калганы байкалды. Ошондой эле, кыргыз журналистикасына терминдер орус тили аркылуу кирген. Мисалы,

**Жаңылыктык** (новостной) коллектор (агрегатор) – түрдүү булактардан жаңылыктарды көчүргөн, топтогон интернеттин ресурсу. Рунеттеги популярдуу жаңылыктык коллектор болуп – News, Yandex.ru, Google.ru ж.б. эсептелет.

**Обзор** (орус тилинен которгондо карап чыгуу, көздөн өткөрүү) – газета-журналдардын материалдарын жалпылаштырып жазган макалалар.

**Репортаж** (французча reportage – кабарлоо) – журналистиканын кабар жанры, анда кандайдыр бир окуя толук бойдон, баштан аяк ыкчам, оперативдүү кабарланат.

Жогорудагы создор кыргыз журналистикасына француз, латын тилдери аркылуу эмес. Орус тили аркылуу кирип колдонулуп жатат.

Ал эми азыркы кундо орус тили аркылуу эмес, англис жана башка тилдерден туз эле киргени байкалат. Мисалы, (Мисал жазылат). Азыркы кундо журналистиканын башка болумдоруно салыштырмалуу реклама болумуно байланыштуу создор активдүү кирип жатканын корсо болот. Мисалы,

**Билборд** – щиттик реклама. Негизинен ойноочу аянтчаларда, машина коюучу, эл көп чогулуучу жерлерде орнотулат. Билборддордун көбүнөсө тинки мезгилдерде атайын тистий жарыктары болот.

**Эдмасса** – (admass, advertisement – реклама, mass – масса, аудитория) – рекламага оңой-олтоң ишенген массалык аудитория.

Жыйынтыктап айтканда, бул макалада кыргыз журналистикасындагы создорду болууго аракет кылды. Ар бир болумго тиешелуу создор жазылды. Башкача айтканда, кыргыз тили менен бирге кыргыз журналистикасынын тилине жаны создор кирип, толукталып жана колдонула берет.

### Колдонулган адабияттар:

1. Акматбекова Ж. Бокоева Ж. (2018). “Журналистика. Жарнама иши жана коомчулук менен байланыш” тармагы боюнча терминдердин жана атоолордун түшүндүрмө сөздүгү. Бишкек
2. Абдувалиев И. (2005). Кыргыз тилинин кесиптик лексикасына салыштырма – типологиялык илик. Бишкек
3. Маматжанова З. (2016). Журналистикалык терминдердин түшүндүрмө сөздүгү. Бишкек
4. Орунбеков Б. (2015). Журналистиканын негиздери. Бишкек



**References:**

1. Akmatbekova Zh. Bokoeva J. (2018). "Journalism. Explanatory dictionary of terms and terms on the network "advertising and public relations". Bishkek
2. Abdyrakhman Mamataliev I. (2005). Comparative - typological pedigree in the professional vocabulary of the Kyrgyz language. Bishkek
3. Mamatzhanova Z. (2016). Explanatory dictionary of journalistic terms. Bishkek
4. Orunbekov B. (2015). Fundamentals of journalism. Bishkek

УДК 82-9

DOI 10.33514/ ВК-1694-7711-2021-1 (2)-58-65

**Мураталиева У. Т., Эралиева Т. Т.**

Ош мамлекеттик университетин, мамлекеттик тил кафедрасы, окутуучу  
Ош мамлекеттик университетин, мамлекеттик тил кафедрасы, окутуучу

**Мураталиева У. Т., Эралиева Т. Т.**

Преподаватель, кафедра государственного языка, Ошский государственный университет,  
Преподаватель, кафедра государственного языка, Ошский государственный университет

**Muratalieva U. T., Eralieva T. T.**

Lecturer, Department of State Language, Osh State University  
Lecturer, Department of State Language, Osh State University

**“МАНАС” ЭПОСУН КАРА СӨЗГӨ АЙЛАНДЫРУУНУН ӨЗГӨЧӨЛҮКТӨРҮ  
ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕИНАЧИВАНИЯ ЭПОСА «МАНАС» В ПРОИЗВЕДЕНИЕ  
ПРОИЗВЕДЕНИЕ  
FEATURES OF THE REINTERPRETATION OF THE EPIC "MANAS" INTO AN  
ARCHAIC WORK**

**Аннотация:** Макалада “Манас” эпосунун прозага айландырылышы жана алардын өзгөчөлүү белгилери тууралуу кеп козголуп, Ашым Жакыпбековдун “Тенири Манас” китеби-эпосту кара сөзгө айландыруунун өзгөчө үлгүсү талдоого алынат.

**Аннотация:** В статье рассказывается о превращении эпоса “Манас” в прозу и их отличительных чертах.

**Abstract:** The article describes the transformation of the epic "Manas" into prose and their distinctive features.

**Негизги сөздөр:** фольклор, эпос, реалисттик проза, роман, образ, локализм, диалог, ички ой толгоо, эпистолярдык ыкма, экспрессивдүүлүк.

**Ключевые слова:** фольклор, эпос, реалистическая проза, роман, образ, локализм, диалог, внутреннее мышление, эпистолярный метод, экспрессивность.

**Keywords:** folklore, epic, realistic prose, novel, image, localism, dialogue, inner thinking, epistolary method, expressiveness.

Дүйнөлүк маданияттын алтын казынасын түзүп турушкан улуу эпостор “Илиада” менен “Одиссея”, “Махабхарата” менен “Калевала” ж.б.лар соңку эки кылым ичинде