

УДК 070.23(1-32)+316.77
DOI 10.35254/bsu/2025.74.18

Мамырова М.К.
ОшМУ,
педагогика, искусство жана
журналистика институту
ф.и.к.,
mmamyrova83@mail.ru

АЙМАКТЫК БАСМА СӨЗДҮН КООМДУК АҢ-СЕЗИМДИ КАЛЫПТАНДЫРУУДАГЫ РОЛУ: ТЕОРИЯЛЫК ЖАНА ПРАКТИКАЛЫК АСПЕКТИЛЕРИ

Кыскача мазмуну

Макалa аймактык медиасынын заманбап коомдо коомдук сезимин калыптандыруудагы ролун изилдейт. Аг-сезим чыгаруу жана фрейминг теориялары, ошондой эле Хабермастын коомдук сфера концепциясы болгон медиа таасирин теориялык негиздеп өндөйт жана жергиликтүү ЖМКлардын жарандардын пикирине тийгизген таасирин каралат. Изилдөө Кыргызстандын аймактык басма сөздүндү мазмун анализине, алардын жанр жана стилистикалык өзгөчөлүгүнө, басма сөздүн историялык өнүгүүсүнүн жалпысынын үстүнө негизделген. Аймактык медианын негизги функциялары так аныкталат: жарандарга маалымат берүү, маданий өкүндү, жарандык катышууну мобилизациялоо жана жергиликтүү башкаруу органдарына контроль жүргүзүү. Натыйжалар аймактык медианын натыйжалуулугу финансылык, техникалык жана саясий тоскоолдоолор менен чектелген экендигин көрсөтөт, аларды толугу менен жеңүү үчүн туруктуу каржылоо жана цифрдык өндүрүмдүк мүмкүнчүлүктөрүнүн өнүгүшү зарыл.

Түйүндүү сөздөр: медиа таасири, жарандык активдүүлүк, социалдык интеграция, жергиликтүү өнүгүш, санариптик платформалар, редакциялык стандарттар, журналисттик изилдөө, маалыматтык каналдар, коммуникациялык механизмдери, башкаруун жоопкерчилиги

Мамырова М.К.
ОшГУ,
Институт педагогика, искусства и
журналистики,
ф.и.к.
mmamyrova83@mail.ru

РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЫ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО СОЗНАНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Аннотация

Статья исследует роль региональной прессы в формировании общественного сознания современного общества. Анализируются теоретические концепции медиавоздей-

ствия, включая теории agenda-setting, framing и концепцию публичной сферы Хабермаса, а также рассматриваются механизмы влияния местных СМИ на общественное мнение населения. Исследование базируется на контент-анализе региональных изданий Кыргызстана, изучении их жанровых и стилистических особенностей, обобщении исторического опыта развития прессы. Выявлены ключевые функции региональной прессы: информационное обеспечение граждан, культурная репрезентация, мобилизация гражданского участия и контроль местного управления. Результаты показывают, что эффективность региональной прессы ограничивается финансовыми, техническими и политическими барьерами, преодоление которых требует устойчивого финансирования, расширения цифровых возможностей и укрепления редакционных стандартов для повышения влияния на общественное сознание.

Ключевые слова: влияние информации, гражданское участие, социальная интеграция, местное развитие, цифровые платформы, редакционные стандарты, журналистское исследование, информационные каналы, коммуникационные механизмы, контроль власти

*Mamyrova M. K.
Osh State University
Institute of Pedagogy,
Art and Journalism, f.i.k.
mmamyrova83@mail.ru*

PRESSES OF TERRITORIAL PUBLIC CONSCIOUSNESS IN THE FORMATION OF A ROLE: THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS

Abstract

The article examines the role of regional media in shaping public consciousness in contemporary society. Theoretical concepts of media influence are analyzed, including agenda-setting and framing theories, as well as Habermas's conception of the public sphere. The study is based on content analysis of regional publications in Kyrgyzstan, examining their specific genre and stylistic features. Key functions of regional media are clearly identified: information provision, cultural representation, mobilization of civic participation, and governance control. Results show that regional media effectiveness is limited by financial, technical, and political barriers. Overcoming these requires sustainable funding, expanded digital capabilities, and strengthened editorial standards.

Keywords: media influence, civic engagement, social integration, local development, digital platforms, editorial standards, journalistic research, information channels, communication mechanisms, governance accountability

Аймактык басма сөз аймактагы болуп жаткан окуяларды, саясий, социалдык, маданий маалыматтарды коомго ыкчамдык менен жеткирет. Аймактык басма сөздүн коомдо чоң мааниге ээ, себеби элдин үнүн коомго жана бийликке түздөн-түз жеткирүүчү чоң ролу бар. Көптөгөн аймактык

басма сөздөр коомдогу болуп жаткан көйгөйлөрдү, аймактык басылмага жарыялоо менен көптөгөн маселелерди чечүүдө. Мисалы: «Жаратылыш байлыгы – элдин байлыгы» деген макаланын негизинде көп маселе чечилет. Мисалы: «Жаратылыш байлыгы – элдин байлыгы» деген макала адам-

заттын жана өлкөнүн байлыгын жаратылыштын ресурстары аркылуу түшүндүрөт. Мындай байлыктарга жер алдындагы пайдалуу казындылар, суу ресурстары, айыл чарба жери жана башка табигый ресурстар кирет. Мисалы, Кыргызстандын алтын кендери жана гидроэнергетикалык потенциалы өлкөнүн экономикалык байлыгы катары элдин жашоо деңгээлин көтөрүүгө салым кошо алат. Бул ресурстарды туура пайдалануу жана сактоо аркылуу элдин жашоо шарты жакшыртылат. Аймактагы чечилбеген маселелерди, бийликке элдин үнүн журналисттер макала жазуу менен жеткиришкен. Аймактарда эгин эккен дыйканчаларга суу маселесин чечип берген [1, 7-б.].

Аймактык басма сөз – бул жергиликтүү коомчулуктардын күнүмдүк маалыматка, жаңылыкка жана коомдук талкууга ээ болуусуна шарт түзгөн маанилүү социалдык институт. Ал борбордук (улуттук) медиадан айырмаланып, аймактын өзүнө тиешелүү көйгөйлөрдү, маданий баалуулуктарды жана жергиликтүү актёрлордун үнүн алдыңкы орунга коёт. Коомдук аң-сезимди (public consciousness) калыптандырууда аймактык басма сөздүн ролу багыттуу, көп жабдыктуу жана контекстке көз каранды болуп келет.

Теориялык негиздер – коомдук аң-сезим жана коомдук пикир: негизги түшүнүктөрү:

1. Коомдук аң-сезим – бул коомдун өзүнүн абалы, кызыкчылыктары жана келечек планын түшүнүү жөндөмүнө ээ; ал маданий, эмоционалдык жана рационалдык компоненттерден түзүлөт. Коомдук пикир – белгилүү бир маселеге байланыштуу коомчулуктун жалпы көз карашы жана баа-пикири; медианын репрезентациясы анын түзүлүшүнө түздөн-түз таасир этет.

2. Медианын ролун түшүндүрүүчү теорияларын – көрөгөздүк (agenda-setting): медиа кандай темалар тууралуу сүйлөшүүлөрүн аныктайт – аймактык басма сөз жергиликтүү күн тартибин белгилөөгө

жөндөмдүү. Раминг (framing): аймактык медиа окуяларды кандайча чагылдырганы аркылуу маанини түзөт; бул – коомдук аң-сезимдеги интерпретацияны багыттайт. Жарандык форум катары медиа (Habermas' public sphere): аймактык медианын жергиликтүү коомдун диалог платформасы катары ролу – жарандык катышууну, коомдук диалогду демөөрчүлөйт. Кулдеридин “реалдуу медианын колдонуусу” (Couldry): медиа – социалдык реалдуулукту куруучу практикалардын чынжыры; аймактык ЖМКлар жергиликтүү тажрыйбаларды коомдук мааниге айлантуу процесстери аркылуу иштейт.

3. Аймактык басма сөздүн коомдук аң-сезимди калыптандыруудагы механизмдери.

1. Маалымат тааласын камсыз кылуу. Жергиликтүү жаңылыктар, муниципалдык чечимдер, социалдык иш-чаралар тууралуу ырааттуу маалымат берүү – жарандардын кабардар болушуна шарт түзөт.

2. Маданий жана тилдик репрезентация. Аймактык медиалар локалдык тил-маданиятты сактоо жана аны коомдук баалуулукка айландырууда маанилүү.

3. Жарандык катышууну мобилизациялоо. Чындык изилдөөчү материалдар, жарандык суроолор үчүн рубрикалар жана коомдук талкуу платформалары – жарандык активдүүлүктү стимулдайт.

4. Социалдык интеграция жана биримдик формалаштыруу. Аймактык ЖМКлар ар түрдүү суб-коммюнитиерди бириктирип, жалпы маселелер боюнча жалпы тил табышууга жардам берет.

5. Жергиликтүү башкаруунун көзөмөлү. Административдик коррупция, коомдук кызматтардын сапаты боюнча журналисттик иликтөө – коомдук жоопкерчиликти күчөтөт.

Аймакта болуп жаткан окуялар жана фактылар, саясий кырдаалдар менен социалдык түйшүк, көйгөйлөр, маданий жаңылыктар чагылдырылып турат. Ай-

мактык басылма жарыя кылганда жергиликтүү маселелер чечилет. Анан дагы идеологиялык ишенимдердин калыптанышына гезиттер таасирин тийгизет. Илимий жактан жарнамалар да басма сөз аркылуу келет. Ар бир аймактын өзгөчөлүгү бар, ал ошол аймакта жашаган улуттардын (этностордун) маданияты, каада-салтына байланыштуу. Жергиликтүү гезиттердин да өзгөчөлүктөрү бар. Ушуну эске алып, булардын жетишкендиктери менен кемчиликтерин талдап чыгыш керек. Аймактын (областтын) басма сөзүн өз алдынча изилдеген эмгектер жазыла элек – бул келечектин иши. Илимде бул тармакты «регионалдык пресса» деп аташат. Биздин илимий макалабыз так ушул тармакка байланыштуу [1, 9-б.].

Аймактык басма сөз жөнүндө илимий түшүнүктөр, массалык маалымат каражаттардын коомдогу орду жана ролу, теориялык жана практикалык аспекти каралды.

«Массалык» деп аталган түшүнүк кеңири катмарга тараган нерсени белгилейт, мунун өлчөмү (басма сөзгө тиешелүү жагын алсак) өлкөнүн масштабына ылайык болот. Интернет таасир берип, бүгүн гезиттердин тиражы (нускасы) азайды. Булар «сайт» деген формага өтүп баштады – ушуга мажбур болушту. Бирок тираждары кескин түрдө азайса дагы гезиттер чыгып жатат. Аймактык басма сөз болушу керек, ал маалыматты коомго ыкчам түрдө жеткирип туруш керек. Коом ушуга муктаж. Басма сөз маалыматтарды чагылдырууда чыныгы абалды көрсөтүп турат. Эл басма сөзгө чыккан материалдарга толук ишенет. Ушундай ишеним коомдун сезиминде калыптанып калган. Интернет аркылуу келген маалымат күмөндүү, буга ишеним аз. Аймактык басма сөздүн кызматы (маалымат жеткирүү жана аны жайылтуу кызмат) коомго керек. [1, 6-б.].

Гезиттин тарыхын изилдеген биринчи эмгек 1892-жылы Германиядан чыккан, автору – Карл Бюхер. Орус тилине бул

«Происхождение газеты» («Гезиттин пайда болушу») деген аталыш менен которулган. Ушул китепте гезиттин почта менен телеграфка салыштырылат да, андан кийин гезиттин айырмачылыгы аныкталат. Почтадан келген кат белгилүү бир адамдарга таандык болсо, гезит белгисиз адамдарга арналып, маалыматты жалпы элге жеткире турган каражатка айланат. «Газета – это средство к обнародованию известий», «Гезит бул – кабарларды тарата турган каражат» [1, 10-б.]. Жума сайын чыга турган биринчи гезит Страсбург шаарында 1609-жылы чыккан. Бул алдыңкы үлгү катары тез арада Европага тараган. Күн сайын чыга турган биринчи гезит да Лейпциг шаарында 1606-жылы Германиядан басылган. Бул гезит калган өлкөлөргө үлгү болду [1, 24-б.]. Гезитке бут тосуу да болгон. XVI кылымда Римдеги «папа Пий V менен папа Григорий XIII» атайын жарлык («булла» деп аталат) чыгарып, гезиттерге каршылык көрсөтүшкөн, куугунтук кылышкан. Бирок гезит ишин токтоткон эмес [1, 40-б.].

Өткөн тарыхтан мисалдар келтирилди. Айталы, В. Наполеон бийликке жаңы келгенде Францияда 73 гезит чыгып турган. Анан ушунун ичинен 4 гана гезитти калтырып, калгандарын жаптырып, сөз эркиндигин даңазалаган авторлордун көзүн тазалаган. Басмаканаларды талкалашкан. Мындан улам изилдөөчүлөр - «из всех своих врагов прессу он презирал больше всех» деген жыйынтык чыгарышкан [1, 370-б.]. Диктатор өзгөчө тартип орнотуп, гезиттин ой жүгүртүүсү императордун ой жүгүртүүсү менен үндөш болуп, өзү айткан сөздү толук берүүсүн талап кылган. Ушундай шартта ал Англия, Германия, Россиядан чыккан гезиттерди алдырып, ошолорду өзү кунт коюп окуп тургандыгы жөнүндөгү маалымат да бар [1, 385-б.].

Россияда биринчи гезит «Ведомости» деп аталып, падышанын (Петр I) жарлыгы менен пайда болгон. Падыша өзү буга автор жана редактор катары катышкан [2, 50-51-

б.]. Ушундан тартып орус элинин басма сөзү өнүгүүнүн жолуна түшкөн. 1913-жылы Россияда 2915 гезит – журнал болгон. «Русское слово» гезиттин кабарчылары чет өлкөлөрдө иштей башташкан [3, 78-80-б.].

Басма сөз (французча: *pressre* – пресса, басма, кысма) – бул пресса деген түшүнүктүн синоними; массалык мезгилдүү басылмалардын (гезит-журнал) жыйындысы. Адегенде пресса жалпы окурмандар үчүн саясий мезгилдүү басылмаларды түшүнүшкөн. Ушул түшүнүк менен 1836-жылы Парижде чыккан биринчи массалык «La Presse» гезитинин атынан «Пресса» термини пайда болгон. Прессанын өнүгүшү менен ар түрдүү массалык мезгилдүү басылмалардын топтору түзүлгөн (илимий пресса, спорттук пресса ж.б.).

Ошол жылдары мезгилдүү басма сөздүн коомдогу орду жана ролу аймактык газеталардын калыптанышы жана өнүгүшүнүн өзгөчөлүктөрү массалык маалымат каражаттарына зор салымын кошкон [4, 35-б.].

Мезгилдүү (гезит, журнал, альманах, жумалык) жана мезгилсиз (китеп, брошюра, альбом, бюллетень, жылнаама, баракча) басма сөз – бул басмадан басылып чыгарылган продукциясы. Түрдүү маалымат, жаңылык, билдирүүлөр таратылып, коомдук көз караш, ой пикирлерди калыптандыруу, саясий жана билимдерди даңазалоо максатын көздөгөн таасирдүү курал болуу менен дүйнөлүк цивилизациянын өркүндөп, өнүгүшүндө чоң мааниге ээ. Басма сөз чыгармачылык-өндүрүштүк иштерди уюштуруп, анын өзгөчөлүктөрүнө, тематикалык-мазмундук багыттарына, окурмандардын катмарынын мүнөзүнө жана башка белгилерине карата бир нече түргө бөлүнөт [5, 78-80-б.].

Мезгилдүү басма сөздүн негизги жана алгачкы түрлөрүнүн бири гезит. Окурман менен гезиттин ортосунда билинбеген сыпайы кайтарым байланыш адамзаттын жашоо образынын жакшырышын, ой жүгүртүү деңгээлин жогорулашын камсыздайт.

Ошондуктан интеллектуалдык деңгээлде ой жүгүртүүнүн адамзатта калыптанышын аналитикалык жана публицистикалык жанрлар менен маалыматты коомго берүүдө ишке ашыра алат. Адамзат үчүн информациянын маанилүүлүгү арткан сайын, бир жагынан, маалыматтык жанрларга коюлган талаптар ошончолук жогорулайт [2, 15-б.].

Эгемендүүлүктүн шарапаты менен орун алган ойлордун, ой-пикирлердин плюрализми гезитке жарыяланып жаткан кабар түрүндөгү публицистикалык тексттердин мазмунуна да таасирин тийгизип жаткандыгы айкын. Мындай шартта окурманга ар түрдүү багыттагы ар кандай позициядагы маалыматтар сунушталары бышык. Ошондуктан ар бир окурман ар кайсы гезиттерде сунушталып жаткан маалыматтарды өзүнүн интеллектуалдык деңгээлине, чама-чаркына жараша окуп, кабылдайт. Информацияны сунуштоонун ар түрдүүлүгүнө байланыштуу бүгүнкү окурман гезиттерди да тандап окуйт. Тандаган гезитинен туюндурулган маалыматтар боюнча ар бир маселенин чын-төгүнүн иликтеп аңдоого, фактылады салыштырып, белгилүү бир жыйынтык, корутунду чыгарууга аракет жасайт [5, 385-б.].

Биз дагы баса белгилеп кетүүчү кыргызча тунгуч гезит «Эркин Тоо» 1924-жылы 7-ноябрда жарык көргөн. Ошол жылы кыргыз тилинде «Алиппе», «Ленин кошогу» (ыр жыйнак), «Хрестоматия» китептери, жугуштуу көз оору жөнүндө брошюра чыккан эле - үчөө Ташкенде, бири Москвада. 1962-жылы республикада 5 миң нуска менен үч гана гезит чыкса, 1975-жылы алардын бир жылдык нускасы 660 миң даанага жетип, республикалык 8, облустук 6, шаардык 10, райондук 36, көп тираждуу 18, колхоздук 22 газета 5 млн 25 миң нуска менен мындан тышкары, 13 журнал чыгарылган. Азыр болсо Юстиция министрлигинен 400дөн ашык ар кандай гезит-журналдар каттоодон өтүп, жыл сайын он миндеген китептер жарык көрүп турат [2, 75-76-б.].

Мезгилдүү басма сөздүн теориялык негиздери тууралуу аныкталган маалыматтардын ар бирин изилдөөгө алдык. Басма сөз каражаттарында сөздүн баштапкысы түпкү мааниси катары келет. Басма сөз эркиндиги – аймактагы маалыматтарды коомго баймабай жарыялоо менен байланыштуу. Жарандар өлкөнү башкарган мамлекеттик бийликтин бардык тепкичтеринин иштери тууралуу маалыматтарды так жана натыйжалуу түрдө алыш керек. Басма сөздүн ордун жана ролун жогорку окуяларды изилдөө аркылуу «Чүй Баяны», «Теңир Тоо», «Ат-Башы», «Манас жарчысы», «Манас ордо», «Ош жаңырыгы» жана «Ош шамы» гезиттердин жанрдык, стилдик өзгөчөлүктөрүн изилдедик. Маалыматтардын базасында басма сөздүн теориялык негиздери аныктадык. Аймактык басма сөздүн коомдук аң-сезимди калыптандыруудагы ролу: теориялык жана практикалык аспектилерине так, даана иликтөө жүргүзүлдү [6].

Совет бийлиги келгенде басма сөздүн багыты бир калыпка түшүп, гезит коммунисттик партиянын идеологиялык ку-

ралына айланган. Ошол жылдарда басма сөз тармагында «үгүттөчү» жана «үгүтчү» деген сөздөр К. Юдахиндин китебинде орун алган. 1991-жылга чейин совет бийлигинин «цензурасы» медиа каражаттарды көзөмөлдөп турган [4, 64-75.]. Мындай көрүнүш Советтер Союзунун курамына кирген өлкөлөргө таандык болгон.

Жыйынтыктап айтканда, аймактык басма сөз – коомдук аң-сезимди калыптандыруудагы маанилүү институт болуп саналат. Ал маалыматтык камсыздоо менен катар маданий репрезентация, жарандык катышууну мобилизациялоо жана жергиликтүү башкаруунун көзөмөлү функцияларын аткарат. Бирок анын потенциалы каржылык, техникалык жана саясий тоскоолдуктар менен чектелүү. Бул чектөөлөрдү жеңүү үчүн саясат жана практикалык интервенциялар талап кылынат: туруктуу каржылоо, санариптик мүмкүнчүлүктөрдү кеңейтүү, медиа-билим берүү жана редакциялык стандарттарды күчөтүү – аймактык медианын коомдук аң-сезимди куруудагы ролун күчөтөт.

Адабияттар

1. История печати : антология : в 3 томах / составители Я. Н. Засурский, Е. Л. Вартанова. — Москва : Аспект Пресс, 2001. — Т. 2. — 494 с. — (Классика журналистики). — ISBN отсутствует. — Текст : непосредственный.
2. Мамбеталиев, К. Итоги демократии / К. Мамбеталиев. — Текст : непосредственный // [Название издания]. — Бишкек, 1994. — № 2. — С. 78-80.
3. Грабельников, А. А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества : монография / А. А. Грабельников. — Москва : Издательство Российского университета дружбы народов, 2001. — 350 с. — ISBN 5-209-01165-8. — Текст : непосредственный.
4. Ворошилов, В. В. Журналистика : учебник / В. В. Ворошилов. — 2-е издание. — Санкт-Петербург : Издательство Михайлова В. А., 1999. — 304 с. — (Европейский институт экспертов). — ISBN 5-8016-0029-1. — Текст : непосредственный.
5. Рэндалл, Д. Универсальный журналист / Дэвид Рэндалл ; перевод с английского А. Порьяза. — Алматы : Центрально-Азиатская школа молодых журналистов, 1996. — 352 с. — ISBN отсутствует. — Текст : непосредственный.
6. Симкачева, М. В. Профессионализм журналиста: трансформация понятия, модели практического воплощения : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / М. В. Симкачева. — Казань, 2006. — 184 с. — Текст : непосредственный.