



ТЕЛЕВИЗИЯ, РАДИО ЖӘНЕ ЖАҢА МЕДИАҒА МӘТІН ЖАЗУ

Жарнама мен хабарландыру жазу.
Қазіргі баспасөздің бағы аңдатпа да,
соры – пресс-релиз



Кітап: Телевизия, радио және жаңа медиаға мәтін жазу

Дәріс: Жарнама мен хабарландыру жазу. Қазіргі баспасөздің бағы аңдатпа да, соры – пресс-релиз

Дәріс авторы: Қайнар Олжаев

I.

Армысыздар. Қазақ тілді журналистерге арналған кезекті дәрісімізді бастаймыз. Осымен жетінші рет американдық сценариші, режиссер әрі кино сыншысы Роберт Хиллиард мырзаның «Телевидение, радио мен жаңа медиа үшін мәтіндер жазу» атты кітабынан алынған ойларды қозғап өтеміз. Бұл жолы жарнама мен хабарландыру жазу ісі талқыланады. Бұл өте оңай жұмыс көрінгенімен оның бірқатар астарлары бар. Американдық медиа саласында орасан зор тәжірибе жинақтаған Роберт Хиллиард мырза сол астарларды ашады.

Жарнамалық роликтер түрі мен табиғаты, уақытының ұзақтығы мен жасалу техникасы өзара сан қилы болғанына қарамастан бірнеше ондаған жылдар бойы коммерциялық хабар таратудың басты элементі болып қалды. Және бұл барынша жетілген өнім деуге толық негіз бар.

Кейбір жарнамалық роликтер өте жақсы ойластырылғанымен есте қалады. Тіпті кейбірі өздері орналасқан бағдарламадан да эстетикалық жағынан тартымды болып шығады. Ал кейбірінің тауарлар мен қызметтер жайында беретін мәліметтері тыңғылықты, сондықтан ағартушылық міндетті де атқарады.

Бірақ олардың көпшілігі тыңдармандардың көңіл-күйімен ойнайды. Адамдарды қалтасы көтермейтін заттарды сатып алуға шақырып, жүйкеге жүк түсіреді. Кейде ата-аналар әпеле алмайтын балалардың ойыншығын жарнамалап, бүкіл отбасын әбігерге түсіреді.

Міне алдымен осы этика мәселесін сөз етеміз дейді өзінің «Телевидение, радио мен жаңа медиа үшін мәтіндер жазу» атты кітабында Роберт Хиллиард мырза. Комерциялық жарнама мәтінінде тепе-теңдік сақталуы керек. Өзінің этикалық жауапкершілігін сезінетін авторлар ғана бұл іске тартылғаны дұрыс. Жарнамаға мәтін жазушы өзінің де көрермен, яғни тұтынушы екенін ұмытпауы керек. Осы мәтін арқылы көрермендерді алдағаның, ең алдымен өзінді алдағаның болып шығады.

Жарнамалық мәтін жазар алдында оның ұзақтығын түйсіну керек. Жарнамалық роликтер әдетте 30 бен 60 минуттың арасында болады.

Ал телеарна өзінің өнімдерін жарнамаласа яғни промо роликтер түсірсе, олардың әрбірі эфирден 10-15 секунд аралығында өтеді.

Одан әрі Роберт Хиллиард мырза түрлі уақыттағы роликтерге қаншама сөз сиятынын есептеген. Әлбетте, бұл есептер ағылшын тілінде айтылатын сөздер бойынша шығарылған. Біз сонда да осы есептерді келтірейік.

10 секундтық роликке 25 сөз керек. 20 секундтық жарнама ролигіне 45 сөз сияды. 30 секундтық ролик шамамен 65 сөзді қамтиды. 45 секундта 100 сөз айтылса, ақыр аяғында 60 секундтық, яғни бір минуттық ролик 125 сөзбен толуы тиіс.

Жарнама мәтіндерін жазарда мұнда кенет бейненің көрінуі мен дыбыстау әрекеттері көп боларын ескереміз. Сондықтан 17 мен 25 жас аралығындағы тұтынушыларға жоғары технология тәсілдері қолданылады. Мұнда дыбыс өте күшті шығуы керек.

Музыкадан басқа жарнамалық роликтерде юмор да жүреді. Кейде тауарды ұсыну үшін драма да қолданылады. Сол арқылы аудиторияны әлдебір тауар мен қызметке сендіруге тырысады.

Жарнамаға мәтін жазушының сөздік қоры бай болуы шарт емес, бірақ жұтаң да жадағай тартып тұрмасын.

Осы тұста «Телевидение, радио мен жаңа медиа үшін мәтіндер жазу» атты кітабының авторы Роберт Хиллиард мырза жарнама мәтіндері грамматикалық жағына сауатты болуын ескертеді. Мәтін оқудағы ырғақ та өзінің рөлін ойдағыдай қосады.

Эфирде жүретін жарнамалардың табысты болуы оны жасаған техникадан гөрі жасайтын адамдардың таланты мен қаншалықты тер төккеніне байланысты. Фольксваген компаниясы үшін жарнамалар жасаған Рой Грейстің айтуынша, табыстың 50 проценті жарнама жасаудағы жұмыс арқылы келсе, қалған 50 проценті өзіңіз жасайтын нәрсеге деген сенім арқылы келеді. Бұған шығатын қорытынды мынадай: көзіңіз жетіп, көңіліңіз құлай сеніп тұрған кезде ғана жарнама мәтінін жазуға отырыңыз.

Көптеген жарнамалар эмоцияға иек артады. Негізінде одан гөрі логикаға негізделген жарнамалар ұтып тұрады.

Жарнама мен хабарландырулар туралы әңгіменің жартысын Роберт Хиллиард мырза келесі дәріске қалдырған екен. Сондықтан біз оның «Телевидение, радио мен жаңа медиа үшін мәтіндер жазу» атты кітабын талдауды осы тұстан тоқтатып, әдеттегідей өзіміздің төл тақырыбымызды бастаймыз. Онда қазақ баспасөзі мен электронды акпарат құралдарына баспасөз релиздері жасап отырған ықпалды талдаймыз.



Кітап: Телевизия, радио және жаңа медиаға мәтін жазу

Дәріс: Жарнама мен хабарландыру жазу. Қазіргі баспасөздің бағы аңдатпа да, соры – пресс-релиз

Дәріс авторы: Қайнар Олжаев

II.

Ендігі дәрісіміз қазіргі баспасөз бетіндегі жанрлар жайында. Бұған дейін телевизияның күнделікті жанрларын талқыладық. Оның алдында бұл күнде көзден бұл-бұл ұшқан фельетон, памфлет пен очеркті жоқтадық. Ал қазіргі кезде күнделікті ақпарат бетінде не бар? Қызғылықты ма? Тілі тартымды ма?

Газет төрт бет болып шықса да, он алты, тіпті отыз екі бет болса да оның бәрі жобалаудан басталады. Мұны макет дейді. Әр бетке қандай мақалалар беріледі, редакцияның секретариатында күні бұрын белгіленеді. Біз кезде өзіміз де макет сыздық. Қазір бұл істі бірден компьютерде істеуге болады.

Көптеген газеттерде қатып қалған шаблон бар. 2018 жылдың күй айында «Қазақ үні» деген газеттің бірнеше нөмірін алып бір-бірімен салыстырып шықтық. Сонда бірінші бетінің соншама нөмір бойы өзгермей бір макетте тұрғанын аңғардық. Аңдатпалары да бір орында, суреті немесе коллажы да бір орныда. Сол беттен басталып ішкі бетке ойысатын мақалалары да сол орнында. Иә, анонс мәтіндері, мақалалар мен суреттердің сипаты өзгерген. Ал тұрған орындары баяғыдай. Бұл нені білдіреді? Редакциядағы секретариат қызметкерлерінің, бәлкім жауапты хатшының ізденбейтіндігінің анық көрінісі.

Негізі газеттің бір нөмірінің макеті өзіне дейінгі нөмірден өзгешерек болып, басқаш құлпыруы керек. Бұл газетті шығарушылардың фантазиясы байлығын ғана емес, олардың өз оқырмандарына жанашырлықпен қарайтынының да айғағы. Оқырмандардың нөмір сайын қай тұстан суретті көруге болатынын, қай тұстан мақаланы оқуға болатынын біліп тұруы олардың ішін пыстырады. Газетті іздемейтін, қолға алса да қызықпай немқұрайды қарайтыны содан. Иә, газет шығару ісінде ұсақ-түйек жоқ. Бәрі ескерілуі керек.

Осы заманғы газеттің бері аңдатпа, яғни анонстан басталады. Оны өздерінің фирмалық атауларының шекесіне шығарады. Сөйтіп жазылушының немесе сатып алушының көзіне бірден түсуді қалайды. Бұл дұрыс, құптарлық ниет.

Енді өз дәрісімізде бұл анонс тақырыбына нақты мысал келтірейік. Жақсы көретін газетіміздің бірі – «Астана ақшамы». Жарнама мен хабарландыру басылатын беттерінен басқасын мұқият қарап отырамыз. Өзіміз қадағалап оқитын журналистері бар. Нәзира Байырбектің әрбір жазбасын назарда ұстаймыз. Аманғали Қалжанды қалт жібермейміз. Аян Әбдуәли бізден басқаларға да аян шығар. Қапелемде аттары аталмай жатса айып емес, тағы бірер жазғыш қыздар осында қызмет атқарса керек.

«Астана ақшамы» – біздің болжауымызша, «мың жылдық шаһардың шырағы» атанған «Алматы ақшамы» басылымымен сырттай бәсекелесіп келеді. Басылымдар арасында бәсеке болғанын құптаймыз. Бақталастық емес, бәсеке керек. Қай салада болсын. Біз мұны жиі айтамыз.

Алматы мен Нұр-Сұлтан қалларының газеттері бір-бірімен бәсекелес болуы заңды. Өйткені, ең алдымен екеуі де халқының саны бір миллионна асып кеткен, республикалық мәртебесі бар қалалар. Өндіріс орындары көп шоғырланған. Мәдениет пен өнер ошақтары жеткілікті. Әрбірінің өзіндік бір шоғыр шешілмеген проблемалары бар. Алматыда қаланың қара түтінге тұншығуы, көлік кептелісі, ғимараттардың зілзала мен сел қаупіне төтеп беруі, тау бөктеріндегі демалыс орындарының тазалығы дегендей. Астана болса қатты нәсерде көшелері көлге айналатын қала. Жеңіл желді көлік құрылысы басталып қаңтарылып тұрған қала. Шетелдіктер бұл қаланы ұшатын пакеттер қаласы деген сипаттамамен таниды. Демек, қоқыс жинау мәселесі асқынып тұр. Көптеген үлескерлер бұл қалада әлі өз баспаналарын ала алмай сенделіп жүр. Қаланың бір бөлігі бұрын саркынды су құйылған Талдықөлдін сасық иісінен айыға алар емес. Демек, екі қалада да жетістік жетеді, кемшілік те көп. Бұл қалалық газеттердің таусылмас наны деуге болар тақырыптар ғой.

Оның үстіне бәсекелес болатын себептерінің бірі өткен ғасырдың тоқсаныншы жылдарының басында «Егемен Қазақстан» газетінде қызмет атқарып, Шерхан Мұртаза ағамыздың шекпенінен шыққандар: анда Қали Сәрсенбай, мында Еркін Қыдыр бір-бір басылымның қазанын қайнатып тұр.

Сөйте тұра өзіміз сүйсініп оқитын астаналық газеттен ара-тұра салағайлықты көріп қаламыз. Ал әрбір нөмір сайын «әттеген-айдың» жүруі – тіпті, ішке сыймайды екен. Ауыл арасында «күн – жаз, ет аз» деген әзіл тіркес айтылып жатады. Жаздың ыстығында мал соймай, ағарғанды ғана азық ететін ағайынның ақталуы ғой. Сол сияқты «оқырманның көбі демалыста» деп әзілге жеңдіруге болар еді. Бірақ, тасқа басылған сөз үшін ешқашан ақтала алмайсың. Қазіргілерге түсіндірерсің-ау, ал елу жылдан соң тігіндіні ақтарып, қатенді тауып отырған ұрпаққа сенің сөзің жете қоюы неғайбыл.

Сонымен газеттің 2018 жылғы 11 тамыздағы саны қолымызда. Алдымен кім де болсын аңдатпаға, яғни анонсқа көз салмақ. Қызықтыратын не барын білуі шарт. Түрлі өсімдіктердің гүлдері ойдағыдай ұрықтану үшін ара мен көбелекті өзіне тартатын жұпар шашпай ма. Газеттің анонсы – гүлдің жұпары.

Үш аңдатпаның тура ортасындағысы «Пикассо көрмесін көріңіз» деп тұр. Алтыншы беттегі тақырыбы



Кітап: Телевизия, радио және жаңа медиаға мәтін жазу

Дәріс: Жарнама мен хабарландыру жазу. Қазіргі баспасөздің бағы аңдатпа да, соры – пресс-релиз

Дәріс авторы: Қайнар Олжаев

да тура солай – «Пикассо көрмесін көріңіз». «Көрмесін көріңізді» ең болмаса «көрмесіне келіңіз» деп қырнай салмағандарын қарашы. Авторды айтпағанда, не бас редактордың, не кезекші редактордың міндеті емес пе! Жалпы Пикассо туралы кезінде біздің Жарылқап Бейсенбай, Қали Сәрсенбай сынды эстет журналистеріміз қалам тербеген. Олардың мақалаларында терең талдау, тың теңеу ойды қозғап, көзді қуандыратын. Мына репортажда бар болғаны көрмені ашқан министрдің «Сурет өнері – табиғат тарту еткен талантты жандарға тиесілі десек, Пабло Пикассо сондай талант иесі» деген дүдәмел, түсініксіз сөзі беріліпті. Сонда «табиғат талантты жандарды біздерге тарту етіп отыр ма, жоқ әлде белгілі бір жандарға талантты табиғат тарту ете ме, оны өздеріңіздің ақылдарыңыз жеткен жерде түсініп аларсыздар» дегендей ме министріміз. Құрмалас сөйлемнің ең болмаса тыныс белгілері дұрыс қойылмаған. Әлбетте, оған министрдің кінәсі жоқ. Бірінші бөлігіндегі сызықша артық тұр, оның есесіне екінші бөлігіндегі «Пикассо» сөзінен кейін қажет сызықша қойылмаған.

Сызықшаға қатысты тағы бір ескерту айта кетелік. «Астана ақшамының» 2018 жылғы 14 тамыздағы нөмірі. 9-беттегі өзіміз қадағалап оқитын қарындасымыз Гүлмира Аймағанбеттің «Қажылық серуен емес, сауапты сапар...» мақаласының тақырыбында да тұруы тиіс сызықша жоқ. Бастауыш пен баяндауыш зат есімнен болса, бастауыштан кейін сызықша қойылады. Дауыңыз бар ма?

Осы 9-беттің бергі жартысын және оның алдындағы 8-бетті түгелдей «Ғафудың жарық жұлдызы» атты мақала алып жатыр. Біздің іздеп оқитынымыз – осы. Газет «күн – жаз, ет аз» деп қарап отырмай, білем қазы асып бергендей жарыдық та қалдық. Бірақ шыққыр көзіміз тағы сол «эттеген-айды» шалып қалғаны. Білем қазыны салып әкелген табақтың шетіндегі шытынаған сынықты аңғарған сияқтымыз. Мақала жеті жерден шмуцпен бөлініпті. Шмуц не екенін білмейтіндер үшін жаза кетелік, автор бір одан келесі ойға көшкенде арасын бөліп тұратын полиграфиялық тәсіл бұл. Ортасы тақырыпшалармен бөлінбеген көлемді мақалаларды осылай шмуцпен өрнектеу – ұмытылып бара жатқан өнер еді, «Астана ақшамының» оны қолданғаны оңды болыпты. Бірақ «бояушы-бояушы дегенге, сақалын да бояп жібергені» өкінішті.

Мақалада Ғафеннің екі шумақ өлеңі мысалға алынған. Соның екінші шумағы:

Қосақтап саған
Дүниенің өзге кәсібін,
Таппаспын опа,
Осы ғой менің жан сырым.
Өтермін сені,
Өтермін сені ардақтап,
Өлеңім менің
Өмірдей ынтық ғашығым!- деп келеді.

Баяғыда Байтұрсынұлы жіліктеп берген кәдімгі қара өлеңнің бір шумағының төрт тармағы. Әр тармағы үш бунақтан тұрады. Бәрі түгел, ырғағы сақталған, ұйқасы бар. Ал газеттен қарасаңыз төртінші тармақтың екінші бунағын шмуцпен бастаған. «Өмірдей» сөзі өйтіп үкілетіндей жеке абзац тұрмақ, жеке сөйлемнің басы емес. Бар болғаны: екінші шумақ өлеңнің төртінші тармағының екінші бунағы. Бейнелеп айтқанда желіге байланған он екі құлынның бірі. Оны арқырайтын айғыр жасап қою күлкілі еді. Мұндай күлкіге білместік емес-ау, асығыстық пен жауапсыздық тап қылатыны даусыз.

Шыны керек, безендіруден кеткен қатесі болмаса «Ғафудың жарық жұлдызы» өте танымдық мақала екен. Ғафу Қайырбековтің ақындық, азаматтық тұлғасына арналған. Әрбір газеттің әр нөмірінде осындай тұщынып оқитын бір кесек мақала керек-ақ. Біздің ұлтымыздан батыр да дана да, ақын да абыз да көп шыққан. Олардың мерейтойын тосып он жыл сарғайтып күткізбей, ара-тұра осындай мақала жариялап отырған жөн.

Кейінгі кезде газеттердің ақпараттық хабарлар беретін екінші-үшінші беттері бір-бірінен аумай барады. Мәселе макеттерінде емес, мазмұндарында. Бірдақ мәтіндегі ақпаратты бірнеше газеттен қатар көруге көз үйренді. Бұл ненің белгісі? Журналистердің ізденбейтіндігінің. Дайын пресс-релизді, оны кейбір мекемелер баспасөз баяны деп аударып жүр, малданып келу тілшілердің дағдысына айналды. Әлде олар жалқауланды, әлде бас редакторлар талай қоймайтын болды, әйтеуір бір мекемеге бір оқиғаға қаытсты барған тілшілер тура бірдей мақала беруге көшті. Айналып келгенде мақала емес, бұлар басқосуға келерде баспасөз хатшылары дайындап қойған пресс-релиздер.

Пресс-релизді қара күйге теңеу керек. Қазақ баспасөзіне түскен қара күйе бәрін жеп жатыр. Тек қашан тауысуын күту ғана қалды. Баяғыда әжеміз өзі өлгенде ағайын-*туысқа тарату керек дейтін тәуір



Кітап: Телевизия, радио және жаңа медиаға мәтін жазу

Дәріс: Жарнама мен хабарландыру жазу. Қазіргі баспасөздің бағы аңдатпа да, соры – пресс-релиз

Дәріс авторы: Қайнар Олжаев

киімдері мен немерелері үйлене қалса құдалыққа апарамын деген киіттерін үлкен сандықта сақтайтын. Сол сандықты ара-тұра ашып, күйе түспеді ме деп тексеріп, дәрілеп қоятын. Сол сияқты біздің газеттерді де баспасөз баянына қарсы дәрілеп қойса артық болмас еді.

Тілшіні қандай бір оқиғаны жазуға жұмсағанда алдымен аздап даярлап алу керек. Не боларын түсіндіру, онда қандай жәйттерге назар аудару керектігін құлағына құю керек. Дайын пресс-релизді ғана алып келген тілшіні сол оқиғаға қаысты мекемелер мен тұлғаларды қайта тауып, мынадай сұрақтарға жауап алып кел деп жұмсау керек. Әрине бұл тілшіге оңай емес, жаңа ғана үлкен баспасөз мәслихатын өткізген мекеме қайтадан сұраққа бас қатырғысы келмейді ғой. Ал тілшіге бұл сабақ болады.

Енді, жас тілшілерге нақты бір шеберлік сабағын өткізе кеткенді жөн көрдік. Біз де бір оқиғаға бардық. Көрме. Ұзындығы бір қарыс пресс-релизі бар екен. Бірақ оны қанағат тұтпадық. Баспасөз мәслихатында өзімізге керек деген сұрақты қойдық. Басқа әріптестеріміздің орыс және қазақ тілінде қойғна сұрақтарына гобеленші берген жауаптарды тегіс жазып алдық. Жалпы смартфондағы диктофонды пайдаланамыз. Ал жұмысқа келген соң ол жаздбаны компьютерге құйып қоямыз. Содан асықпай тындап, керек жерлерін экранға тере береміз. Бұрыннан бергі әдетіміз диктофон қосулы тұрғанмен қағазға да түсіріп отырамыз. Өз есебіміз бойынша кейіпкер айтқан әңгімелердің шамамен жартысынан астамы ғана қағазға түседі. Онда да өте тез жазғанда.

Сонымен баспасөз мәслихатына кейін гобеленшіге қайта келіп, қойылмай қалған бірер сұрақты тағы көлденең тарттық. Жалпы, баспасөз конференциясы біте сала «әйт-шу, қарақұйрық» деп тайып тұрған жөн емес. Әдетте бас кейіпкер мен оның қасындағылар сосын телевизия үшін сұхбат береді. Тіпті ешбір камера көлденең тұрмаса, өзіңе қосымша керекті сұрап алуыңа болады. Ол кезде кейіпкер бәріне көнеді. Ал қалай баспасөз мәслихаты өткен шығып залдан шығып кеткен соң кейіпкер басқа статуска өтеді. Оған енді қол жеткізуің қиын.

Сонымен гобеленшінің баспасөз мәслихатында айтқанын құлаққа құйып, қағазға түсіріп және см артфондағы диктофонға жазып келдік. Бірақ, бұған дейін бұл суретші туралы не айтылып, не қойылды, соны бір қарап өтпекке интернетке кірдік. Бірнеше мақала, деректер бар екен. Интернетте тек тіркелген ақпарат құралдары мен ресми мекемелердің сайттарда тұрған деректерге сену керек. Әйтпесе, қазақ тілді интернет дерек алатын емес, қайта дені сау адамды шатастыратын ақпараттық орда емес қордаға айналып кетіпті. Мына шеберлік сабағын сәл кідірте тұрып, соған мысал келтіре кетелік.

«Азаттық» радиосының 2017 жылғы 20 қарашадағы материалымен бөлісіпті. Басында жай көзбен сүзе салғанбыз: «Чех жазушысы Ярослав Гашектің «Айбынды сарбаз Швейктің шартарапты шарлауы» деген кітабынан үзінді оқып берген Атамбаев Қазақстан парламенті сенатының спикері және кейбір министрлері шығарма кейіпкері сияқты «қожайыны өздеріне не бұйырса соны орындайтынын» айтты.»

Біз бұл кітапты мектепте жетінші сыныпта жүргенде оқығанбыз. Қазақ тіліне өте ғажайып аударылған классиканың бірі. Мұхамед Нұртазин деген аудармашының қолынан шыққан. Сонау 1975 жылғы кітап біздің үйдің кітапханасында әлі сақтаулы. Аты – «Сайыпқыран солдат Швейктің бастан кешкендері».

«Жазушы» баспасы алдымен 1971 жылы, сосын 1975 жылы қайта басып шығарды. Екі жолы да атында: «айбынды сарбаз» емес – «сайыпқыран солдат» деп, «шартарапты шарлауы» емес, «бастан кешкендері» деп тұр. Алда-жалда бұл кітапты үшінші рет басқа біреу аударып, оған «Айбынды сарбаз Швейктің шартарапты шарлауы» деген жаңаша ат берсе және бұрынғы атаудың дұрыс болмағанын дәлелдеп шықса, онда «мақұл» дер едік. Әзірге мұндай әрекет жоқ, демек қалыптасқан, кітап болып шыққан «Сайыпқыран солдат Швейктің бастан кешкендері» аты сақталуы керек еді.

«Қуырдақтың көкесін түйе сойғанда көресің» деген бар. Біз Швейктің қазақ жеріндегі ізін індетіп көріп едік, масқарасы алда екен.

Алматыдағы Қазақстан Республикасының Ұлттық кітапханасы өз сайтында бұл кітапты «Гашек сатирасының шыңы – «Сайыпқыран солдат Швейктің әлемдік соғыс кезеңіндегі бастан кешкендері» (1921-1923 ж., аяқталмаған). Романда халықтың тұрмыс жағдайының шынайы көріністерін автор сатиралық сынға алды. Швейк – «кішкентай адам» соғысқа қарсы халықтың наразылығын білдіруші, қарапайым адамның бет-пердесі арқылы ол буржуазиялық мемлекеттік аппаратқа қарсы күресіп, халыққа қарсы буржуазиялық саясатты күлдіргі түрде жеткізді. Роман жеке шығарылымдармен шығып, оқырмандарға танымал болды. Шығарма бірнеше рет сахнаға қойылып, экранға шығарылды» деп сипаттайды. Қазақ тіліне сонау 1971 аударылып кітап болып шыққаны, 1975 жылы қайта басылғаны туралы жұмған ауыздарын ашпайды. Осы кітапхананың сөресінде, бәлкім қоймасында аударма кітаптың бірер данасы сақталғанына бәс тігеміз.

Тағы бір ақпаратта: «ҚР Ұлттық кітапхана қорынан ұйымдастырған кітап көрмесінде автордың басылымдары және ол туралы көптеген әлем тілдеріндегі әдебиеттер ұсынылған екен. Онда: «Сайыпқыран



Кітап: Телевизия, радио және жаңа медиаға мәтін жазу

Дәріс: Жарнама мен хабарландыру жазу. Қазіргі баспасөздің бағы аңдатпа да, соры – пресс-релиз

Дәріс авторы: Қайнар Олжаев

солдат Швейктің әлемдік соғыс кезеңіндегі бастан кешкендері» деп тұр.

Одан қызығы басқа сайтта екен. Ол: «Жазушы баспасы. Алматы - 1975. Бұл атақты роман Австро-Венгриядағы бірінші жаһан соғысы қарсаңында және оның алғашқы кезіндегі болған оқиғаларды қамтиды. Шашек сол кездегі екі жүзділікті, алдау-арбауды, жоғарғы топтың арам ниетін өлтіре сықақтап мазақтайды».

Тағы өз көзімізге сенбедік. Швейк сайыпқыран не, оны дүниеге әкелген Гашегіңіз «Шашек» болып кеткен.

Тура осы «Шашек» үш-төрт сайтта тұр. Бастапқыда кім қателесті, қайсы көшіріп басты, өзара анықтап алар.

«Гашек» пен «Шашек» арасында шаршаған соң «Мұхамед Нұртазин» деп іздедік интернеттен. «Уикипедия — ашық энциклопедиясынан алынған мәлімет» деген бірнеше сілтеме таптық. Олар «Солдат Швейктің бастан кешкендері. Роман. 1971; Э. Золя. Наурыз. Роман. 1984» дейді. Сөйтіп аудармашының «сайыпқыраны» тұрмақ, «Азаттықтың» «айбындысына» зар болдық та қалдық.

Соңғы уақытта интернет тұрмақ күллі қазақ журналистикасы адам, кітап, ел атауларын жазуда бірізділіктен айрылды. Бұл өте келеңсіз құбылыс. Мұның басқы жағы жазуға отырған жандардың білімсіздігінен бастау алса, соңы бүкіл халықты қазақ тіліндегі жазбаларды оқудан бездіреді. Сондықтан, бұрын бар, аударылған, қалыптасқан атауларды жаңаша тыстап, қаптап беруден абай болу керек. Бір рет аударылған дүниені қайта қырық құбылтпай, сол атауымен сақтаған жөн. Ол үшін ерінбей өзіңе дейін шыққанның бәрін оқу, әрі санаға сіңіру керек.

Хош. Өз көзіміз жетті, сайттардың сиқы осындай болса, оларға сенуге болмайды. Бірақ кейіпкер жайында нендей нәрселердің жазылғанын көкейге құю үшін бәрібір интернетті ақтарып аламыз. Сонымен ондағы азды-кем ақпарат тағы қорамызға қосылды. Енді жазуғ отырдық. Бұл кейіпкеріміз бірден тоғызға дейінгі тоғыз санды гобеленге түсіру арқылы атын шығарды. Оны тіркетіп, авторлық құқық алып бірнеше елде түрлі заттарға салды. Сөйтіп қатардағы гобеленшіден бизнес вуменге, дәулетті және іскер әйелге айналды. Осыны ескергендіктен мақаланың тақырыбын ТАСБАҚА САУЫТЫНДАҒЫ ТАБЫС деп қойдық. Жалпы үлкенді-кішілі тақырып қойғанда оны құрайтын сөздер үйлесіп тұрғаны ләзім. Бірақ бір-біріне қабыспайтын мағынасыз сөздер тізбегі емес, оқырманды жетелей жөнелетін сөз тіркесі болуы тиіс. Біз алдағы дәрістеріміздің бірін тура осы тақырыпқы қалай қоюға арнаймыз. Сондықтан бұл жолы мына шеберлік сыныбына салынған мақаланың тақырыбын түсіндірумен тоқтайық. «Тасбақа сауытындағы табыс» деген тақырыпта бірінші және үшінші сөздің бір-біріне үйлесуі, әрі үш сөзде де «т» мен «с» әріптерінің жиі келуі бүкіл тіркесті тұтастырып тұр. Жалпы үлкен мақаланың тақырыбы үш сөзден тұрғаны жөн деп білеміз. Ал тақырыпқа көзі түскен жан «тасбақаның сауыты қандай табыс әкеледі» деп қызығатыны даусыз. Сөйтіп мақаланы оқуға ынтығады.

Тақырып табылды. Одан кейін мақаланы шағын-шағын төрт бөлікке бөліп беруді жөн көрдік. Бірінші бөлімде гобеленшінің өзі туралы сөз болмақ. Ендеше ол бөлімнің тақырыбы: «ӘДЕМІ ӘЙЕЛ». Екінші бөлімде алғашқы жетістіктері сөз болады. Сұңқарды салған гобелені бірнеше көрмеде аталып өтіп, сұраушылардың шығуынан оны бірнеше рет тоқып сатыпты. Демек, бұл бөлімге «СҰҢҚАРДЫҢ САМҒАУЫ» деген тақырып жөн. Ендігісі оның басты жетістігі, төл табысы тасбақа үстіне сандарды салып тоқыған гобелендері мен соның негізінде шығарған өнімдері жайында болмақ. Бұл бөлімді «ТОҒЫЗ САН ТОҒЫСҚАНДА» деп атадық. Соңғы төтінші бөлімнің тақырыбына «ҰМАЙ-АНА ҰМЫТПАЙДЫ» деген тіркесті таптық. Өйткені, ең соңғы туындысы Ұмай ана екен. Бұл гобелені де көргенде ерекше әсер еткен. Сонымен мақала жазылды. Енді асықпай редакцияладық. Оған бірнеше мысал келтірейік.

Мақаламыз редакцияланған нұсқада: «Аты-жөні Америка мен Азия жұртына бірдей таныс Ләйла Ахмет-Османмен алғаш жолыққандағы әсеріміз осындай еді. Оның бет-бейнесі, кескін-келбеті, дене бітімі мен тал бойы, өзін ұстауы мен сөйлеу мәнері, бәрі-бәрі шығыстың шырайын аңғартқан» деп басталады. Алғашқы сөйлемді бастапқыда «Батыс пен Шығыс жұртына» деп жазыппыз. Бірақ, келесі сөйлемде «шығыстың шырайы» деген тіркес тұрғандықтан оны «Америка мен Азия жұртына» деп өзгерттік.

Екінші мысал: «Әдемі әйелдің қолынан шыққан өнер туындысы әдемі ғой» деген сөйлеміміз бар. Бастапқыда «Әдемі әйелдің қолынан әдемі өнер туындысы шығатыны даусыз ғой» деп жазыппыз. Ойлана келе оны қалай редакциялағанымызды көріп тұрсыздар. Енді жұтынып шықты.

Бастапқы нұсқада «Жеке тағдыры тосын сынға тап болғанда талайлар жасып, жүнжіп кетеді» деп жазыппыз. Оны «Жеке тағдыры тосын сынға тап болғанда талайлар жасып қалады, жүнжіп кетеді.» деп өзгерттік, яғни «жасып қалады» және «жүнжіп кетеді» деп әрбіріне өзіне тән етістік қойдық. Себебі, адам жасып кетпейді, жасып қалады.



Кітап: Телевизия, радио және жаңа медиаға мәтін жазу

Дәріс: Жарнама мен хабарландыру жазу. Қазіргі баспасөздің бағы аңдатпа да, соры – пресс-релиз

Дәріс авторы: Қайнар Олжаев

Және бір мысал: «Осының бәрін атқара жүріп үш баланы өмірге әкеледі» деген сөйлеміміз редакцияланбай тұрғанда «Осының бәрінің үстіне үш баланы өмірге әкеледі» еді. Орашалақ шығпты. Балаларын бірдеңенің үстіне толғата салатын сияқты. Оны да осылай қырнадық.

Міне, материал жинау мен жүйелеп жазып, содан соң асықпай редакциялау арқылы ешбір пресс-релизде кездеспес, бір көзі түскен жан оқымай тұрмас мақала жазылды.

Жетінші сабақты пысықтау:

Қазіргі газеттер анонстан басталады, онышебер дайындай білу керек.

Әр нөмірде бірер есте қалар сүйекті мақала болса, газеттің салмағы ауырлап, бағасы көтеріледі.

Ешқашан баспасөз-релизін малданып келуге болмайды.

Қосымша мәліметтер іздестіргенде интернетке сенуге болмайды. Әсіресе оның қазақ тілді сегментіне.

Мақала жазарда оның сұлбасын құрып алу керек.

Редакциялау барысында кеткен грамматикалық қателер түзелумен бірге көптеген сөздер, тіпті тұтас сөйлемдер өзгереді.