

Әбдіжәділқызы Ж.

Филология ғылымдарының кандидаты, доцент
Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
Қазақстан, Алматы қ., e-mail.: journalist_teoretic@mail.ru

ЖАҢА МЕДИА ДӘУІРІНДЕГІ ӘЛЕМДІК ЖӘНЕ ҰЛТТЫҚ ТЕЛЕВИЗИЯНЫҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ

Автор мақалада әлемдік және ұлттық тележурналистиканың даму тенденцияларына жаңа медиа тұрғысынан сараптама жасайды. Қазіргі барлық БАҚ жүйесін бір арнаға тоғыстырған интернеттің ақпараттық-коммуникациялық ролінің арта түскенін, соның нәтижесінде заманауи журналистикаға деген көзқарастың, талаптың өзгергенін нақты деректер мен дәйектерді келтіре отырып баяндайды. «Би-би-си», «Әл-Жазира», «Үндістан» сынды әлемдік телеарналардың озық тәжірибелерін тілге тиек етіп, отандық телеарналардағы шынайылықты кәсібиліктің критерийі ретінде қарастырады. Сонымен қатар, еліміздің телеақпарат кеңістігіндегі жеделдік үшін оқиға орнына ұшып баратын түкүшақтың, цифрлық технология мамандарының, тікелей эфирде тіл мәдениетін сақтап, сөз бостандығын иеленуді еркін меңгерген мамандарды даярлайтын кәсіби шеберлікті шыңдауға бағытталған жеке сабақтардың, арнайы курстардың қажеттігін атап өтеді. Зерттеу аясында автор ақпараттық сыйымдылық, телеақпарат кеңістігі, ақпаратты бақылау әдісі, теледизайн, телевизиялық имидж, телевизиялық мониторинг, телевизиялық рейтинг, телесын ұғымдарына түсініктеме береді. Ұлттық телеақпарат кеңістігін әлемдік деңгейге шығару үшін кәсіби маман даярлаудағы Ресейдің, А. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің тәжірибелері туралы ойын ортаға салады. Қазіргі таңда кәсіби мамандардың алған дипломымен қатар жинақтаған тәжірибесі мен біліктілігі айрықша маңызды екенін, бәсекеге қабілеттілігі сол тұрғыдан бағаланатындығын сөз етеді. Жаңа медиа дәуірі үшін – бүгінгі талапқа сай мультимедианы меңгерген, креативті ойлайтын, жан-жақты тележурналист пен заманауи техникамен толыққанды жарақтандырылған телестудия уақыттың көрсеткіші деп есептейді автор.

Түйін сөздер: ақпараттық сыйымдылық, ақпараттық бостандық, ақпараттық лид, ақпараттық қадағалау әдісі, ақпараттық коммуникациялық технологиялар телемиссия, телеконтекст, телевизиялық имидж, телемодератор, теледизайн, телепортрет, телесын.

Абдижадилқызы Ж.

Кандидат филологических наук, доцент
Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
Казахстан, г. Алматы, e-mail.: journalist_teoretic@mail.ru

Развитие мирового и национального телевидения в эпоху новых медиа

Автор анализирует тенденции развития мировой и национальной телевизионной журналистики с точки зрения новых медиа. Интернет играет большую роль информационно-коммуникационной функции всей системы средств массовой информации, что приводит к изменению отношения к современной журналистике с конкретными фактами и аргументами. Автор рассматривает лучшие практики телевизионных программ таких всемирно известных информационных агентств, как BBC, Al Jazeera и телевидение Индии, в качестве критериев подлинности отечественных телеканалов. В нем также подчеркивается необходимость проведения персональных тренингов, специальных курсов, направленных на повышение профессионализма специалистов в области цифровых технологий, трансляции в прямом эфире и профессиональной подготовки для фрилансеров. В рамках исследования автор дает интерпретацию концепции информационного потенциала, информационного пространства, информационного мониторинга, телевизионного изображения, телевизионных рейтингов, телекритики. При подготовке профессиональных специалистов с национального информационного пространства на мировой уровень рассматривается опыт Евразийского национального университета им. Гумилева и России. На данный момент наряду с дипломом, опыт и квалификация имеют особое значение, и их конкурентоспособность

оценивается в одном и том же смысле. Автор считает, что для новой эпохи СМИ сегодняшняя телевизионная студия, творчески мыслящая, полнофункциональная телевещательная компания и современное техническое оборудование – показатели времени.

Ключевые слова: информационная емкость, информационная свобода, информационный лид, информационный мониторинг, информационная коммуникационная технология, телемиссия, телеконтент, телеконтекст, телевизионный имидж, телемодератор, теледизайн, телепортрет, телекритика

Abdizadilkizi Zh.

Candidate of Philology, Associate Professor, al-Farabi Kazakh national university, Kazakhstan, Almaty, e-mail.: journalist_teoretic@mail.ru

Development of world and national television in the era of new media

The author analyzes trends in the development of world and national television journalism from the point of view of new media. The Internet has an important role of the information and communication function of the entire media system, which leads to a change in the attitude towards modern journalism with facts and arguments. The author considers the best practices of television programs of such world-famous news agencies as the BBC, Al Jazeera and television of India, as criteria for the authenticity of domestic television channels. It also emphasizes the need for personal trainings, special courses aimed at increasing the professionalism of professionals in the field of digital technology, live broadcast and training for freelancers. Within the framework of the research, the author gives an interpretation of the concept of information potential, information space, information monitoring, television image, television ratings, telecritics. In the training of professional specialists from the national information space to the world level, the experience of the Eurasian National University is being studied. Gumilev and Russia. At the moment, along with the diploma, experience and qualifications are of particular importance, and their competitiveness is evaluated in the same sense. For the new media era, the author believes that today's television studio, creative thinker, full-featured broadcasting company and modern technical equipment is an indicator of time.

Key words: information capacity, information freedom, information lead, information monitoring, information communication technology, telecom, telecontent, telecontext, television image, telemoderator, teledesign, teleport, telecritics.

Кіріспе

Дәл қазіргі таңдағы адамзат дүниесіне тән даму үдерісінің даңғыл жолына айналып, күнделікті болып жатқан, толып жатқан оқиғаларды, тіпті, бүкіл өмір ағысын алақанына сыйғызып, күллі әлемге паш етіп отырған интернет желісі екенінде дау жоқ. Елбасы бұл турасында “Ақпаратты Қазақстан – 2020” мемлекеттік бағдарламасында атап айтқан болатын: «Адамзат өркениетінің қазіргі заманғы дамуы ғылыми-техникалық төңкерістің кезекті кезеңі – ақпараттық коммуникациялық технологияларды өмірдің барлық салаларына енгізумен сипатталады, бұл технологиялар адам өмірінің салтын өзгертіп, ақпараттық қоғамға, әлеуметтік-экономикалық және мәдени дамуы жоғары қоғамға көшу үшін іргетас әрі материалдық база болады» [1]. Шын мәнінде, «интернет ақпарат өндіру, тарату мен тұтынудың құнын едәуір арзандатып, медиаландшафты түбегейлі өзгертті» [2]. Соның аясында басталған жаңа медиа құбылысы ақпарат кеңістігіне айтарлықтай жаңалықтар алып келгені сонша, БАҚ жүйесіндегі даму үдерісінің әлемдік тенденциялары ақпарат тарату ісінің жаһандануымен сипатталады.

Негізгі бөлім

Жаһанданған ақпараттың «аумақтық қажеттілікке» сай келуі БАҚ үшін қоғамдық пікірді қалыптастыру барысында тиімді екенін уақыт дәлелдеп берді. Бүгінгі БАҚ рыногындағы тағы бір назар аударатын нәрсе әлемнің барлық мемлекеттерінде журналистер мен экономистердің арасында әріптестік ынтымақтастықтың орнығуы. Сонымен қатар, БАҚ салаларының экономикалық құрылымы да өзгеріске ұшырады. БАҚ менеджменті (бұл басқару ғылымының жетістіктерін қолдана отырып, өндірісті және өндірістік персоналды басқару құралдарының, әдістерінің, формаларының, принциптерінің жиынтығы. Менеджменттің негізгі мақсаты-өндіріс тиімділігін арттыру, кәсіпорынның ресурстық әлеуетін тиімді пайдалану) және БАҚ маркетингі (нарықты жан-жақты зерттеу негізінде тұтынушылардың мұқтаждығы мен қажеттілігін қанағаттандыру жолымен бәсекелестік қабілеттілігін арттыру арқылы пайда табуға бағытталған тұжырымдама. (Ф.Котлердің анықтамасы)) ұғымдары күнделікті өмірде кәсіби журналистік қызмет бабында ғана емес,

тіпті, аудиториядағы сабақ кезінде арнайы түсіндіруге тиісті кәсіби терминге айналды. Дәл осындай БАҚ, соның ішінде телевизия саласы бойынша оқу бағдарламасына енген «Теле-редактор шеберлігі» (3-курс, бакалавр) пәнінен тележоба сметасын жасату арнайы тапсырма ретінде жоспарланды. Бұрын олар өздерінің авторлық телеарна жобасының төлқұжатын, тақырыптық-күнтзбелік жоспарын (сетка), алғашқы сценарлық жобасын ғана жасайтын болса, ендігі жерде сол жобаны жүзеге асыру үшін қанша адам қызмет атқаратыны, қандай студия қалай безендірілетіндігі, т.с.с. жалпы жұмсалатын шығынның сметасын қоса әзірлейді, сонымен қатар, өзінің тележобасының тақырыбына, таңдаған нысанына сай сол қаражатты ұсынатын демеуші іздейді. Кейде тіпті, бірнеше демеушіні қатар тауып алады да, жасаған жобасы демеушінің көңілінен шығып, уақыт аясындағы қажеттілігіне айналса, жоба эфирге жолдама алатын кездері де болады. Негізінен, студенттердің шығармашылығы оқулық телевизия деңгейінде университеттің «эл-Фараби» арнасына арналып жасалады.

Ойталқы

Журналистика әлемнің әр аймағында дамудың ортақ тенденцияларын қалыптастыра бастады, әлбетте, әрбір мемлекет өзіндік ерекшеліктерін сақтап қалуға тырысатыны – табиғи заңдылық. «әлемдік медиахолдингтер ХХІ ғасырдың басында – ақ, сандық хабар тарату әдісіне көшкен болатын. Бұл күндері жедел, әрі нақты ақпарат таратуда BBC, CNN, FOX сынды алыптар заман талабына сай жаңаша бағытта көш бастап келеді» [3].

Тіпті, қазіргі таңда журналистикадағы жаһандану үдерісіне байланысты жаңа жанрлар мен пішіндер де қалыптасты. Мұның өзі күллі адамзатқа тән журналистік қызметтің әлемдік мәдениетті дамытуға үлес қосатынына толық негіз бар екенінің айғағы десек болады. «Carat Advertising Expenditure Report мағлұматы бойынша ғаламдық жарнамадағы телевизияның үлесі 2011 жылғы 43 пайыздан соңғы бес жыл аумағында 41 пайызға дейін төмендесе, цифрлық медиа саласындағы жарнама керісінше, 17 пайыздан 27 пайызға дейін жоғарылаған» [4].

2015 жылғы мәліметтерге сүйенсек, Қазақстанда интернетті қолданушылар жалпы халық санының 45 %-ын құрайды. әлбетте, қолданушылар саны көбейген сайын интернет беттеріндегі ақпаратқа деген сұраныс та арта түспек. Қазнеттегі қазақ тілді сайттар 2010 жылдары жалпы көлемнің небары 3 %-ын құраса, бүгінгі таңда бұл көрсеткіш 13 %-ға жеткен [5]. Ақпарат

әлемінде уақыт пен кеңістікке тәуелділік мейлінше азайған. Күніне 25-30 мың адам электронды үкімет қызметіне жүгінеді екен. Республикамыздың ақпарат комитетінде ресми тіркелген БАҚ саны 10 мыңнан асқан, бүгінде 9 миллион адам Интернет қызметін пайдаланады екен, телекөрсетімдер кабелдік телевизияның 70-тен астам арнасынан ақпарат алып отыр. Демек, жаңа заман талаптарына жауап бере алатын жаңа медиа мамандарын даярлау – журналист кадрларды оқытатын жоғары оқу орындарының еншісіндегі іс.

«Біздің университетте «Цифрлы медиа менеджери» мамандану бағыты қолға алынып, өткен жылы 2 топ жасақталды. Оны бітіргендер әмбебеп журналист біліктілігіне қоса дизайн мен код жазу машықтарын қосымша игеріп шығады. Бұл пәнаралық, факультетаралық оқу бағдарламасы болып табылады. Болашақта медиаменеджер дипломын алғандар Интернеттегі Қазақ контентін дамытуға, сол арқылы қоғамның жаңаруына үлес қосады деген сенімдеміз» [6]дейді Еуразия Ұлттық университеті журналистика және қоғаммен байланыс кафедрасының меңгерушісі А. Бейсенқұлов. Ал Ресейдің Санкт-Петербург қаласындағы Кино және телевидение институтының бұл реттегі тәжірибесі – өміршең өнеге. Қала өміріндегі алдын-ала жоспарланған айтулы шаралар бойынша тендерге қатысып, соның ақпараттық демеушісі болу құқығын жеңіп алады екен. Сөйтіп, оқиғаны бастан – аяқ түсіріп, күнделікті жаңалықтар ұсынуды, арнайы репортаж беруді, қорытынды – сараптамалық бағдарлама жасап, түйінді ой айтуды, тіпті, сол оқиға жайлы деректі фильм түсіруді студенттер өздерінің жетекшілерімен бірге қолға алады екен. Соның нәтижесінде студенттер теориялық білімдерін қолма-қол тәжірибеге ұштастырып, біліктіліктерін шыңдауға мүмкіндік алады. Ал Санкт-Петербург мемлекеттік университетінің жанындағы журналистика институтында «эл-Фараби» телеарнасы іспетті «Телемост» арнасы бар. Арна өз алдына құрамында 7-8 адамы бар редакция, түсірілім алаңдары бөлек, монтаж столдары да жетерлік. Бір мезгілде 10 адам бірдей монтаж жасай алады. Жалпы, «Телемост» арнасының редакциясы оқу орнынан бөлек ғимаратта орналасқан. Кәдімгідей тақырыптық-күнтзбелік жоспарлары бекітілген. Жаңалықтары тұрақты түрде беріледі. Сондықтан болуы керек, студенттері елде журналистикаға қатысты қандай оқиғалар, шаралар өтіп жатқанын автоматты түрде біліп отырады. Және соның бәрін қалт жібермей ке-

зектесіп қатысып, түйген ойларын ортаға салу олар үшін қалыпты жағдайға айналған. Бұл да шын мәнінде үлгі аларлық жақсы мысал.

Нәтиже

«Жаңа медиа – бір мезгілде бірнеше саланың басын біріктіретін, яғни, конвергентті, интерактивті және сандық кодтармен түзілген ХХІ ғасыр медиасы»[7]. «Жаңа кооммуникация технологияларының тарихы мен даму деңгейіне қарап, оларды бейнемәтін, телемәтін, кабельді телеарналар, сымсыз байланыс, спутниктік байланыс, электронды почта қызметі, мультимедиа және интернет желілері деп топтастырады зерттеуші М. Саудбаев» [8].

«Ақпараттық сыйымдылықтың көлемінің толассыз артуына байланысты БАҚ-тың, соның ішінде телевизияның интерактивтік форматы, яғни, халықтық сипаты күнделікті қарапайым өмір салтына айналды»[9]. Телеарналардағы кері байланыс қалың көрерменнің көкейіндегісін айтып, ой – пікір, ұсыныстарымен бөлісуіне мүмкіндік туғызып, азаматтық журналистиканың дамуына жол ашты. Осы орайда мынандай мәселелерді атап айтуға болады:

– журналистика ұғымының аясы кеңейіп, мазмұны күрделенді;

– салалық журналистика (азаматтық, экологиялық, зерттеушілік, із кесу (детективтік), экономикалық, саяси, т.с.с.) пайда болып, оның өзі ақпарат қабылдаушы аудиторияның түрлі топтарын қалыптастырды;

– журналистика функциясының бір бөлігін блогерлер атқаратын болды;

– ақпарат – тауарға, бизнеске айнала бастады;

– жаңалық таратуға мүдделі әрбір тұлға ақпарат көздерін сандық технологияның көмегімен қалаған бағытына жіберу мүмкіндігіне ие болды;

– ақпарат қабылдаушылар іс жүзінде тапсырыс беруші ролін иелене бастады;

– мақсаттық аудиторияның сұранысын зерттемей тұрып, қандай да бір тележобаны ашу мүмкін болмай қалды;

Қорытынды

Жаңа медиа дәуіріндегі әлемдік телевизияның көз ілеспес шапшаңдықпен ілгері басқан қадамдарының сүйінетін де, күйінетін де тұстары бар екеніне баса назар аударып, айрықша мән берген абзал. Иә, оперативтілігі мен ұшқырлығы жағынан технологиялық бар мүмкіндікті пайдалануға болатын техникалық жарақтандырылу деңгейі мен соның бәрін жетік меңгерген кәсіби біліктіліктеріне қызыға да, қызғана да қарауға әбден болады: *Атам айтқанда, «ВВС» -ешібір қоспасыз жалаң ақпарат беру әдісі; «әл-Жазира» – пікір алуандығын алға тосатын тапқыр тәсілі; Үндістан телеақпарат кеңістігіндегі жүзден астам арнаның тегін көрсетілетіндігі. «өнерді үйрен де, жирен» демекші, бұл біз үйренуге тиісті жетістіктер. Ал ақшаның күшімен актердің ойынын саты алып, өтірікті шындай, шындықты құдай ұрғандай етіп, жағымсыз әрекеттерді насихаттап, аудиторияны ізгіліктен ауытқытатын қолдан жасалған спектакльге құрылған бағдарламалардың жанында «Қазақстан» ұлттық арнасындағы «МәСЕЛЕ» мен «АРНАЙЫ РЕПОРТАЖ » бағдарламалары тележурналистикадағы шынайылықтың нақты үлгісі екенін астын сызып айту – парыз. Сол шынайылық заманауи техникамен қамтамасыз етіліп, тікұшақ тізгінін иеленсе, әлем сүйсінген Астанасы бар айтулы елдің көреген көсемсөзшілеріне айналар ма еді?! Міне, **көкейде осындай ой бар.***

Әдебиеттер

1 Қазақстан Республикасы Президентінің «Ақпаратты Қазақстан – 2020» мемлекеттік бағдарламасы \ «Егемен Қазақстан» 2013 жыл, 8 қаңтар.

2 The Internet as Media, Metaphor, and Metamarket. //http://www.mediafutures.uh.edu

3 Бакеева М. Телевидениедегі токшоу жанрының даму үрдістері \әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, «Хабаршы»(журналистика сериясы)2(44)2017.1196.

4 https://www.dentsuaegisnetwork.com/m/en-UK/PDF/DentsuNews/Carat_%20Ad%20Spend%20Report_March%202015_FINAL.pdf

5 Медиаконвергенция, которая изменила мир? [Электронный ресурс] /Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции. Под ред. М.С. Корнева. – М., 2014. – 137 с. URL: <http://www.slideshare.net/mkornev/ss-33893336>

6 Бейсенқұлов А.А. Журналистің жаңа медиаортадағы біліктілігі. «Ұлттық БАҚ пен ұлттық білім беру жүйесіндегі сыни көзқарас мәселелері» атты халықаралық семинар-тренинг материалдары. Алматы, әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, 2017ж. 14-15 бб

7 Castells M.Cardozo G.The Network Society. Washington, DC, 2005-434р.

8 Саудбаев М. Телевидениедегі токшоу жанрының даму үрдістері \әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, «Хабаршы»(журналистика сериясы)2(43)2017.486.

9 Медиакратия: современные теории и практики. Санкт – Петербург: «Издательский дом СПбГУ», 2013г. С 5.

References

- 1 The State Program of Information Kazakhstan – 2020 “Egemen Kazakhstan” January 8, 2013.
- 2 The Internet as Media, Metaphor, and Metamarket. // [http:// www. mediafutures. uh.edu](http://www.mediafutures.uh.edu)
- 3 Bakeeva Trends in the development of television saka genre \ Al-Farabi Kazakh National University, Khabarshy (Journalism Series) 2 (44) 2017.119b.
- 4 [https://www.dentsuaegisnetwork.com/m/en-UK/PDF/DentsuNews/Carat% 20Ad% 20Spend% 20Report_March% 202015_FINAL.pdf](https://www.dentsuaegisnetwork.com/m/en-UK/PDF/DentsuNews/Carat%20Ad%20Spend%20Report_March%202015_FINAL.pdf)
- 5 Media convergence that changed from the world? [Электронный ресурс] / Сборник статей на открытой сессии на медиаконверденции. Subdirectory MS Korneva. – М., 2014. – 137 с. URL: <http://www.slideshare.net/mkornev/ss-33893336>
- 6 Beisenkulov AA Journalist’s qualification in the new media. International seminar-training materials «Problems of critical attitude to national media and national education system». Almaty, Al-Farabi Kazakh National University, 2017 14-15 How to Improve Your Health
- 7 Castells M. Cardozo G. The Network Society. Washington, DC, 2005-434p.
- 8 Saudbaev M. Trends in the development of television saka genre \ KazNU named after Al-Farabi, journalist series (journalism series) 2 (43) 2017.48b.
- 9 Media-Criticism: Modern Theory and Practice. St. Petersburg: «Publishing house of SPBGU», 2013. From C 5.