

Е. Кәп*, Н. Жасарал

SDU, Алматы, Қазақстан

*e-mail: yessengul.kap@sdu.edu.kz

ЦИФРЛЫҚ ДӘУІРДЕ ДӘСТҮРЛІ МЕДИАНЫҢ ТРАНСФОРМАЦИЯЛАНУЫНДА МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИЯНЫҢ ӘСЕРІ МЕН РӨЛІ: «АЗАТТЫҚ» РАДИОСЫ МЫСАЛЫНДА

Бұл зерттеу жұмысы медиа конвергенция үдерісінің бұқаралық ақпарат құралдарының ақпарат беру форматын қалай өзгертетініне бағытталған. Қазақстандағы БАҚ ұйымдарының осы өзгерістерге қандай жағдайда, қаншалықты уақыт ішінде бейімделгені және бұл өзгерістердің нәтижелері туралы нақты мәліметтер аз зерттелген.

Ғылыми мақаланың негізгі мақсаты – “Азаттық” радиосының мысалында медиа конвергенцияның ақпарат тарату көздерін, мазмұнын және экономикалық модельдерін қалыптастыруға қалай әсер еткенін талдау.

Мақаланың ғылыми-практикалық маңыздылығы – дәстүрлі медианың жаңа медиаға өту барысындағы медиа конвергенцияның рөлін бағамдай отырып, осы тұрғыдан әлі де болса жаңа медианы игере алмай отырған, медиа конвергенция технологияларынан қалыс қалып келе жатқан басқа медиа құралдарына бағыт көрсету, бағдар беру. Әсіресе, аудандық, облыстық басылымдардың заманауи құралдарды меңгеруі және технологиялық челленджілерге дайын болуы секілді күн тәртібінде тұрған толғақты проблемаларды қалай еңсергенін түсіндіру де зерттеудің ғылыми-практикалық маңызын айқындай түседі.

Зерттеуде қолданылған ғылыми әдіс – әлеуметтік ғылымдар саласында кеңінен қолданылатын сапалық зерттеу әдісінің тереңдетілген сұхбат әдісі. Белгілі бір технологиялық революцияның журналистиканың түрі мен пішініне, даму бағытына әсерін өлшеудің жалғыз жолы, ол сол экспериментті басынан өткізген адамдардың тәжірибесіне сүйену және алған нәтижесін бағамдау. Осы ретте тереңдетілген сұхбат әдісі біздің діттеген мақсатымызға, көздеген нәтижемізге жол сілтеген бағыт болды. Тереңдетілген сұхбат әдісі арқылы радио және сайт кезеңдерінде қызмет атқарған бес редактордың тәжірибесі мен көзқарастары талданды. Сұхбаттар онлайн және офлайн форматтарда ұйымдастырылып, сапалық талдау әдістері арқылы алынған мәліметтер өңделді.

Зерттеудің ғылыми жаңалығы – қазақ дәстүрлі медиасының конвергенцияның кезеңдерін сатылай еңсеруіне қатысты эмпирикалық зерттеуді ұсына отырып, біз осы саладағы олқылықтың орнын толтыруды көздеп отырмыз. Өйткені, қазақ тілінде қазақ медиасының заманауи технологияны игере отырып, оқырмандарды тарту әдістері туралы арнайы зерттеулер аз, керісінше, бұл тақырыпты зерттеген жалпылама, теориялық еңбектерді кездестіруге болады. Бұл зерттеу медиа конвергенция тақырыбына қосылған үлес деп айтуға негіз бар.

Түйін сөздер: медиа конвергенция, жаңа технология, Азаттық радиосы, әлеуметтік желілер, диджитал журнализм.

Y. Kap*, N. Zhassaral

SDU, Almaty, Kazakhstan

*e-mail: yessengul.kap@sdu.edu.kz

The influence and role of media convergence in the transformation of traditional media in the digital age: on the example of Radio Azattyq

This research paper offers a unique perspective on the changing format of information provided by the media during gradual and structural change of media convergence, with a specific focus on the often-overlooked Kazakhstani phenomenon. Media scholars have traditionally neglected this aspect of the transformation from traditional media to new media platforms. The study delves into how media convergence processes will reshape the mainstream media's method of information dissemination.

The study's primary goal is to analyze how media convergence is revolutionary, has changed the method of dissemination of areas and content, and impacted the economic model of radio, using “Azattyq Radio” as an example.

This study's scientific and practical importance is twofold. It first examines the transformation process of traditional media to new media platforms, offering valuable insights for other traditional media outlets. Secondly, it highlights the educational significance of this knowledge for regional media in Kazakhstan. The study not only explains the challenges posed by technological advancements but also provides a method for overcoming them, thereby enlightening the reader.

The study's methodology is based on in-depth interview analysis, a commonly used method in social sciences. This approach was chosen to measure the impact of the technological revolution on adjusting journalistic genre, platforms, and its consequences on the direction. The study relied on the experiences of individuals who had undergone this transformation, and the outcomes of the new experiment were also analyzed. The in-depth interview method, along with the qualitative content analysis, helped us gain reliable results and measure the outcomes. The study's data was collected in both online and offline formats, ensuring a comprehensive understanding of the subject.

The study's scientific contribution is an empirical study of the evolution of traditional media transformation, which was the primary gap in the studies in this field. The literature review has demonstrated that Kazakh media outlets' transmission from traditional dissemination to revolutionary methods was not appropriately studied. Conversely, the numerous studies paid attention to general theoretical issues of the topic. This evidence shows that the study's contribution to the field is significant.

Key words: media convergence, new technology, Radio Azattyq, Social networks, digital journalism.

Е. Кап*, Н. Жасапал

SDU, Алматы, Казахстан

*e-mail: yessengul.kap@sdu.edu.kz

Влияние и роль медиаконвергенции в трансформации традиционных медиа в цифровую эпоху: на примере «Радио Азаттык»

Данное исследование направлено на анализ того, каким образом процесс медиаконвергенции трансформирует формат передачи информации в средствах массовой информации. Вопросы адаптации казахстанских медиаорганизаций к этим изменениям, временные рамки данного процесса, а также его последствия остаются недостаточно изученными.

Основная цель научной статьи – проанализировать, как медиаконвергенция повлияла на источники распространения информации, содержание и экономические модели радио на примере «Радио Азаттык».

Научно-практическая значимость исследования заключается в оценке роли медиаконвергенции в переходе традиционных СМИ к новым медиа. В этом контексте статья может послужить ориентиром для тех медиаресурсов, которые пока не освоили новые медиа и отстают в применении технологий медиаконвергенции. Особенно актуальной является проблема адаптации районных и областных изданий к современным цифровым инструментам и их готовности к технологическим вызовам. В этом аспекте исследование также направлено на разъяснение возможных путей преодоления подобных проблем.

В качестве научного метода исследования использован метод глубинного интервью, широко применяемый в социальных науках. Единственный способ оценить влияние технологической революции на формы, виды и направление развития журналистики – это опираться на опыт людей, непосредственно столкнувшихся с этими изменениями, и анализировать полученные результаты. Глубинное интервью стало ключевым инструментом в достижении поставленных исследовательских целей. В ходе работы были проанализированы опыт и взгляды пяти редакторов, работавших в радио- и цифровом вещании. Интервью проводились в онлайн- и офлайн-форматах, а полученные данные были обработаны с использованием методов качественного анализа.

Научная новизна исследования заключается в проведении эмпирического анализа этапов медиаконвергенции в казахских традиционных СМИ. Данное исследование восполняет существующий пробел в изучении данного вопроса. В настоящее время в казахоязычной научной среде имеется недостаточное количество специальных исследований, посвященных адаптации казахских СМИ к современным технологиям и методам привлечения аудитории, в то время как теоретические труды по данной теме встречаются чаще. Таким образом, представленное исследование представляет собой вклад в развитие изучения медиаконвергенции.

Ключевые слова: медиаконвергенция, новые технологии, Радио Азаттык, социальные сети, цифровая журналистика.

Кіріспе

Бұл зерттеуде медиа конвергенцияның журналистика саласына, атап айтқанда, бұқаралық ақпарат құралдарына (БАҚ) ықпалына шетелдік ғалымдардың зерттеулері негізінде терең талдау жасалады. Шетелдік зерттеулерде медиа конвергенцияның дәстүрлі БАҚ-тың жаңа технологияларды игеру арқылы трансформациялануына және осы үдерістің ақпарат тарату сипатына тигізген әсеріне ерекше назар аударылған. Сонымен қатар, бұл зерттеулер жергілікті БАҚ қызметінің жаңа технологиялық өзгерістер аясында қалай бейімделгеніне, оның нәтижесінде қазіргі ақпарат тарату практикасына қандай баға берілгеніне тоқталады.

Зерттеу барысында назар «Азаттық» радиосына аударылды, себебі бұл медиа ұйымы медиа конвергенцияның бірнеше кезеңін басынан өткергені анықталды.

2003 жылы «Азаттық» радиосы радиохабар таратумен қатар сайт форматында жұмыс істей бастады, ал 2012 жылы толықтай интернет-платформаға көшіп, радиохабар таратуды тоқтатты. Бұдан кейін, 2015 жылдан бастап, ұйымның коммуникациялық стратегиясы әлеуметтік желілерді қарқынды пайдалануға ауысып, негізгі фокус осы платформаларға бағытталды. Осы трансформациялық кезеңдердің әрқайсысын жан-жақты талдап, олардың жүзеге асу ерекшеліктері мен медиа конвергенция процесіндегі рөлін анықтау зерттеудің негізгі міндеттерінің бірі (Баймолда, 2009).

Теориялық негіздеме

1960 жылдары Гербнер мен әріптестері «культивация гипотезасын» ұсынып, бұқаралық коммуникацияның әлеуметтік шындықты қалыптастырудағы рөлін зерттеді (Гербнер және басқалар, 1994). Қазіргі жаңа медиа дәуірінде бұл теория қайта қаралып, құндылықтарға ықпалы жаңаша түсіндірілуде.

Майкл Морган және Джеймс Шанахан «Культивация жағдайы» атты мақаласында бұл гипотезаның жаңа формаларға ие болғанын атап өтіп, оны зерттеудің болашағы бар деп санайды (Morgan және Shanahan, 2010).

Культивация теориясы БАҚ-тағы хабарламаларға шамадан тыс әсер ету адамның қоршаған әлеуметтік шындыққа деген көзқарасына әсер етуі мүмкін деген зерттеуді негізге алады. Бұл теорияда бұқаралық ақпарат құралдарын қа-

рауға неғұрлым көп уақыт жұмсалса, адамның дүниетанымына сол БАҚ-тың әсер ету ықтималдығы соғұрлым жоғары болатыны айтылған (Balbi, 2017).

Жаңа медиа дәуірінде БАҚ-тың біржақты, тұтас және өзге де ықпалы әртүрлі деңгейде қайта қаралып, қайта қалыптасты. Осы теорияға негізделген «культивация гипотезасы» да жаңа өзгерістерге ұшырап, мынадай жалпы сипаттамаларды көрсетті:

Коммуникацияның субъективтілігіне оралу, яғни аудиторияның қолданушылық контент арқылы белсенді қатысуы күшейді (Dennis, 2006).

Екі жақты культивация: «БАҚ аудиторияны қалыптастырады» және «аудитория БАҚ-ты қалыптастырады» (Luo, 2005).

Жаңа медиа дәуірінде дәстүрлі сызықтық ықпал ету моделі жойылып, оның орнына аудиторияның контентті таңдап, өңдеп, өз тәжірибесіне сай интерпретациялайтын күрделі өзара байланысқан процестер қалыптасты. Бұл медиа мен аудитория арасындағы ықпал етудің көпқырлы сипатқа ие болғанын көрсетеді (Kathrin, 2000).

Культивация теориясының жаңа медиа дәуіріндегі қайта құрылуы аудиторияның БАҚ-пен қарым-қатынасын біржақты ықпалдан гөрі өзара байланысқа негізделген динамикалық үдеріске айналдырды. Аудитория тек медианың ықпалын қабылдамай, сол медиаға белсенді әсер етуші рөл атқара бастады. Сонымен қатар, жаңа медиа ортасы коммуникацияның субъективті сипатын күшейтіп, БАҚ пен аудитория арасындағы екіжақты культивация процесін қалыптастырды (Dennis, 2019). Бұл үдеріс қазіргі медиаконвергенция жағдайында дәстүрлі БАҚ-тың, соның ішінде «Азаттық» радиосы сияқты ұйымдардың аудиторияға әсер етуінің құрылымдық әрі деструктивті аспектілерін айқын көрсетеді.

Зерттеу барысында культивация теориясы «Азаттық» радиосының радио форматынан онлайн форматқа көшу үдерісін талдау үшін қолданылды. Аталған теорияның негізінде, редакция басшыларымен жүргізілетін тереңдетілген сұхбат арқылы олардың аудиториямен өзара қарым-қатынасы қалай өзгергенін және бұл өзгерістердің аудиторияның кері байланысы арқылы радионың жаңа форматтағы қызметіне қалай ықпал еткенін анықтау көзделді.

Сонымен қатар, теориялық талдау барысында «Азаттық» радиосының өз аудиториясына қандай тәсілдер арқылы «культивациялық әсер» ететінін және аудиторияның өз кезегінде радио

мазмұны мен қызметін өзгертуге қалай ықпал ететінін зерттеу жоспарланып отыр. Бұл тәсіл БАҚ пен аудитория арасындағы қазіргі өзара әрекеттестік динамикасын тереңірек түсінуге мүмкіндік береді.

Әдебиетке шолу

Зерттеулердің негізгі бөлігі АҚШ пен Еуропада шоғырланған, онда медиаконвергенция, цифрлық трансформация және жаңа медиа технологиялардың БАҚ-қа әсері кеңінен зерттелген. Африка мен Азия елдерінде де медиаконвергенцияға қатысты бірнеше зерттеулер жүргізілгенімен, олардың саны мен тақырыптық тереңдігі салыстырмалы түрде аз. Африкадағы зерттеулер көбінесе цифрлық технологиялардың енгізілуінің экономикалық және әлеуметтік әсерлеріне, сондай-ақ дәстүрлі БАҚ-тың жаңа платформаларға бейімделу процесіне бағытталған. Азиядағы зерттеулер, әсіресе Оңтүстік-Шығыс Азия елдерінде, медиаконвергенцияның жергілікті медиа экожүйеге ықпалына, оның ішінде аудиторияның өзгермелі қажеттіліктеріне бейімделу тәсілдеріне баса назар аударған (Nugraha, et.al, 2021).

Медиаконвергенция құбылысының бұқаралық ақпарат құралдарына ықпалын зерттеуде ғалымдардың еңбектерін үш негізгі сипаттамаға бөліп қарастыруға болады. Біріншіден, медиаконвергенция – медиа кеңістігінің эволюциясы мен құрылымдық өзгерістеріне ықпал еткен құбылыс. Бұл туралы Белл, Куант және Сингер, сондай-ақ Фортунати мен оның әріптестері зерттеулерінде медиа конвергенцияны осы қырынан қарастырған. Ғалымдардың жалпы еңбектерінде ортақ сипаттама: конвергенция ақпарат өндірушілер мен таратушылар арасындағы шекараны жойып, медиа технологиялардың біртұтас құрылымға бірігуіне әкеліп, журналистиканың дәстүрлі рөлін өзгерту және жаңа жағдайларға бейімделу қажеттілігін туындатты деп беріледі. (Bell, 1976; Quand және Singer, 2009; Fortunati, et.al, 2009; Hutomo және Ritonga, 2022).

Екінші сипаты – медиа конвергенция жаңалық таратуға көп арналық құбылысты алып келді. Яғни, интернеттегі медиаконвергенция пайдаланушыларға контентті таңдау, бейімдеу және жасау еркіндігін кеңейтіп, бір жағынан ақпарат таратуды жеделдетсе, екінші жағынан оның шынайылығы мен сапасына қатысты жаңа сын-тегеуріндер туындатты. Дәл осы сипатқа Quand

және Singer (2009) зерттеулері интернеттің жаңалықтарды өндіру мен тұтыну саласындағы өзгерістеріне назар аударады. Әсіресе, кәсіби журналистердің әлеуметтік медианы жаңалықтар шығаруда қолдануы бұл салада тың мүмкіндіктер ашып, контент өндірісінің динамикасын өзгертті. Алайда, бұл өзгерістер дәстүрлі журналистикаға жаңа этикалық және кәсіби міндеттер жүктейді. Интерактивті медиа құралдарының қолданылуы аудиторияның жаңалықтарға қолжетімділігін жеңілдетіп қана қоймай, сонымен қатар контенттің сапасына деген талаптарды күшейтеді (Quand & Singer, 2009).

Онлайн журналистика дәстүрлі журналистика мен радиожурналистикадан кейін сахнаға жаңа медианың түрі ретінде шықты. Мобильді технология мен әлеуметтік желі адамдар арасындағы қарым-қатынасқа әсер етіп, белгілі бір жерде болған оқиға ақпараттық медианың жаңа тәсілдері негізінде, әлемнің түпкір-түпкіріне лезде таралуына жаңа жол ашты. Фридрихсен мен Камалипурдың пікірінше, инновациялық бизнес үлгілеріне негізделген цифрлық онлайн қызметтер шығармашылық индустрияның барлық салаларында көмектесіп, мазмұнның жаңа түрлеріне жол ашады (Friedrichsen & Kamalipour, 2017).

Үшінші сипаты – медиа конвергенция жаңалық таратуға өзгерістерімен бірге қиындықтар туындатқан. Ғалымдар цифрлық коммуникациялардың дамуы журналистиканы жаңа қиындықтарға ұшыратып, жаңалықтардың сыни және динамикалық қырлары билікке қарсы тұру мүмкіндігінен айырылғанын атап өтеді (Balbi, 2017; Фортунати, 2009).

Қазақстандық зерттеулер де медиа конвергенция терминіне өз анықтамасын береді. Соның ішінде Қожахметова, медиа конвергенциясы – бұл технологиялық және әлеуметтік өзгерістердің тоғысында пайда болған күрделі әрі маңызды процесс деп көрсетеді. Ол медиа ұйымдарға мазмұнды тиімді өндіру, тарату және аудиторияны кең қамту мүмкіндіктерін ұсынады. Дегенмен, бұл процестің толық жүзеге асуы үшін ұйымдық құрылымдарды өзгерту, жаңа технологияларды енгізу және әлеуметтік өзгерістерге бейімделу қажет. Сонымен қатар, медиа конвергенциясы тек технологиялық даму ғана емес, мәдениет пен әлеуметтік өзара әрекеттестіктің жаңа формаларын қамтитын күрделі құбылыс екенін ескерген жөн. Бұл оны қазіргі журналистиканың және медиа индустрияның болашағы ретінде қарастыруға мүмкіндік береді (Қожахметова, 2021).

1.1-кесте – Бұл үш сипатты келесі кестеге салып, анықтамасымен ашып көре аламыз:

Медиаконвергенцияның дамуы	Анықтамасы	Зерттеу
эволюция, өзгеріс	белгілі бір жүйенің, құбылыстың немесе организмнің уақыт өте келе біртіндеп даму және күрделену процесі	Bell, 1976 Quand және Singer, 2009 Fortunati, et.al, 2009 Hutomo және Ritonga, 2022
көпарналық	ақпараттың, коммуникацияның немесе өзара әрекеттесудің бірнеше арна, құрал немесе әдіс арқылы жүзеге асырылуын білдіретін ұғым.	Хелемендик, 2013 Quand және Singer, 2009 Коэн & Элисия, 2002 Friedrichsen және Kamalipour, 2017
қиындықтар	белгілі бір мәселені шешуде немесе мақсатқа жетуде кездесетін кедергі, күрделілік немесе қолайсыз жағдай	Balbi, 2017 Фортуна, 2009

Медиа конвергенцияның бұқаралық ақпарат құралына әсерін нақты көрсеткен бірнеше зерттеу жұмыстары бар. Салтсиз бен Диксон (2008) Британдық медиа конвергенцияның журналистикаға, жаңалық өндірісінің құрылымы мен басқаруына әсерін зерттеді. BBC, Sky News, The Guardian және The Financial Times негізінде жүргізілген зерттеу жаңалықтар өндірісінің толық конвергенцияға өтпегенін және техникалық-ұйымдастырушылық өзгерістер қажет екенін көрсетті (Saltzis & Dickinson, 2008). 2002-2003 жылдары аталған ұйымдардың 20 журналисімен сұхбат жүргізіліп, мультимедиялық журналистиканың дамуы жұмыстың күрделенуі мен өнім сапасына әсер етуіне байланысты баяу жүріп жатқаны анықталды. Турман мен Луптон (2008) осы төрт медиа платформаның конвергентті өндірісін зерттеп, редакторлар жаңа технологияларды енгізуді қолдайтынын, алайда бұл процестің әр бөлімде әртүрлі нәтиже беретінін және веб-журналистиканың болашағы белгісіз болғандықтан, журналистер арасында алаңдаушылық тудыратынын анықтады (Thurman & Lupton, 2008).

Бірнеше жылға созылған конвергенция үдерісінен кейін барлық баспа БАҚ-та оң өзгерістер болды деуге негіз бар. Алайда ғалымдардың зерттеулері бұл пікірге толықтай қосылуға келмейтінін көрсетеді. Соның ішінде Тамелинг пен Броерсманың зерттеу жұмысында деконвергенция деген терминмен танысып, медиа конвергенция өзі баста қалағандай өзгерістердің барлығы ұтымды емес екенін көрсетеді. Медиа-компаниялар қазір көп білікті журналистерді артық көретініне күмән жоқ, ал жаңалықтар бөліміндегі кейбір лауазымдар бейімделуі немесе қысқартылуы керек. Канекидің айтуынша, қазір

кейбір ақпарат агенттіктерінің редакциялары біріктірілген, ал сол бөлімдерде теледидар, радио, онлайн және баспа басылымдары бар (Kanyeki, 2017).

Зерттеу жұмысына қарап, ғалым мына бір тұжырымдарға келгенін көреміз. Конвергенция үрдісі баспа және басқа да медиа салаларында бірқатар оң өзгерістер әкелді. Бұл өзгерістер ақпарат таратуда тиімділікті арттыруға және журналистика жұмысын жаңғыртуға ықпал етті. Тамелинг пен Броерсманың зерттеулерінде медиа конвергенция тек оң өзгерістер әкелмейтінін көрсететін «деконвергенция» термині енгізілген.

Бұл мақалада көрсетілген зерттеу мен баспа БАҚ-тың өмір сүруін жалғастыруға тапқан шешіміне қарай отырып, жаңа технологияның мүмкіндігін толық қолдану арқылы медиа алаңда қалуға болатынын көре аламыз. Журналистер де, баспагерлер де көрермендерге оқиғаның астарындағы шындықты айту мен пайда табу мен әртүрлі платформалардағы жаңалықтарға қаражат жинау арасындағы тепе-теңдікті сақтаудың жақсы әдісін табуы керек (Quinn, 2004).

Жалпы, аталған зерттеулер бұқаралық коммуникация құралдарының цифрлық дәуірдегі эволюциясын терең түсінуге ықпал етеді. Жаңалық агрегаторларының дамуы, әлеуметтік медиа қолдану тәжірибелері және «үлкен деректер» секілді құбылыстар ақпараттық ортаға инновациялар әкеліп қана қоймай, дәстүрлі журналистиканың құрылымдық және мазмұндық трансформациясын да талап етеді. Бұл зерттеулердің теориялық және практикалық нәтижелері жаңа медиа дәуіріндегі ақпарат тарату механизмдерін жетілдіруде және олардың қоғамға тигізетін әсерін бағалауда құнды.

Зерттеу проблемасы

Әдебиеттерді шолу барысында шетелдік ғалымдардың зерттеулері соңғы жылдардағы медиаконвергенция үрдістерін терең қамтып, нақты баспа БАҚ негізінде тың деректер ұсынғанын анықтадық. Алайда, қазақстандық зерттеулерді талдау кезінде, олардың жалпы сипатта жүргізілгенін және әлеуметтік желілер мен БАҚ-қа қатысты нақты мысалдардың, объектілердің жеткіліксіз екендігін байқадық. Сонымен қатар, кейбір БАҚ-тың дәстүрлі медиадан онлайн медиаға көшкенімен, аудиторияны қамту және онлайн форматтағы жұмыс үдерісі толыққанды реттелмегенін аңғаруға болады. Қазақстандық БАҚ-қа медиаконвергенцияның әсері әлі де толық зерттелмеген, себебі бұл БАҚ-тың бастан кешкен өзгерістері нақты әрі егжей-тегжейлі сипатталмаған.

Бұқаралық ақпарат құралдарының конвергенциясының жаһандық медиа ландшафтына тигізген ықпалына қарамастан, оның қазақстандық баспа БАҚ-қа әсері туралы білімде әлі де алшақтық бар. Осыған байланысты, зерттеу жұмысымызда «Азаттық» радиосының радио форматынан сайт форматына көшу үдерісін қарастыра отырып, медиаконвергенцияның бұқаралық ақпарат құралдарына әсерін нақты мысалдар негізінде талдайтын боламыз.

Зерттеу сұрақтары

RQ1 «Азаттық» радиосы техникалық челленджеге қаншалықты дайын болды?

RQ2 «Азаттық» радиосына медиаконвергенция қандай нәтиже алып келді?

Бүгінде радио хабар тарату да конвергенцияның ықпалын сезінуде. Шын мәнінде, радиостанцияның веб-сайты тек подкастинг қызметін атқарып қана қоймай, сонымен қатар радио хабарларын өзіне тән баспа нұсқасына айналдырады. Мұндай жағдайда сайт «радиогазет» қызметін атқарады, себебі сайтта бағдарламаларды тыңдап қана қоймай, олардың мәтіндік нұсқаларын оқуға да болады. Сонымен қатар, егер бағдарламадағы қандай да бір маңызды ақпарат қажет болса, оны басып шығаруға мүмкіндік бар.

Медиаконвергенция «Азаттық» радиосына әсер ету құбылысын қарастырмас бұрын, біз басқа елдерде осындай өзгеріс болған кейстер болғанына көз жеткізгіміз келді. Олардың медиа өзгеру форматы қалай жүргені және сайтқа

көшуі қандай өзгерістер алып келгенін барлағымыз келді. Осындай зерттеу жұмыстарының бірі Баранова, Е.А (2015) «Особенности развития сайтов российских разговорных радиостанций» еңбегі. Бұл еңбекте бірнеше радио станциялардың интернет желісі келуіне байланысты сайтқа көшуі және радиоға бейімделген журналистердің сайтқа мақала шығаруда кездестірген қиындықтарын көрсеткен екен.

«Эхо Москвы» радиостанциясының веб-сайты – echo.msk.ru – эфирде берілетін контенттің шамамен 90%-ын подкасттар, бейнетрансляциялар және мәтіндік расшифровкалар түрінде ұсынады. Алайда соңғы бірнеше жылда радиостанция сайтында түпнұсқа (радиоға қатысы жоқ) контент көлемі айтарлықтай артты. «Әлі бірнеше жыл бұрын эфирлік және эфирге қатысы жоқ контенттің арақатынасы 50/50 деңгейінде болатын. Қазіргі таңда сайттағы контенттің 70 пайызы – радиоға қатысы жоқ материалдар. Біз басқа сайттар мен ақпараттық агенттіктердің материалдарын жинақтаймыз. Сонымен қатар, бізде өз материалдарын жолдайтын блогерлердің үлкен тобы бар», – дейді echo.msk.ru сайтының бас редакторы Виталий Рувинский.

Зерттеу нәтижелері радио контентінің шектеулі форматы аудиторияның кеңейіп келе жатқан сұраныстарын толық қанағаттандыра алмайтынын көрсетті. Радионың тек сұхбаттар мен жаңалықтарға негізделген форматы аудиторияны сан алуан тақырыптармен қамтамасыз ету талаптарына жауап беру үшін жеткіліксіз болды. Осыған байланысты, веб-сайттың дамуы сандық медианың жаңа мүмкіндіктерін пайдалану және әртүрлі аудитория сегменттерін қамту мақсатында жүзеге асырылды. Блогерлерді тарту және басқа медиа ресурстардың материалдарын қайта жариялау арқылы «Эхо Москвы» платформасы дәстүрлі медиадан цифрлық экожүйеге табысты бейімделудің үлгісін көрсетті.

Қазіргі уақытта веб-сайт контентінің 70%-ы радиоға қатысы жоқ материалдардан тұратыны «Эхо Москвы» радиостанциясының цифрлық медиаға бағытталған стратегиясының сәтті жүзеге асқанын көрсетеді. Бұл көрсеткіш медиа конвергенцияның нақты көрінісі болып табылады, себебі ол дәстүрлі медианы жаңа медиамен біріктіріп, аудиторияға ақпаратты әртүрлі форматта ұсыну мүмкіндігін береді. Сонымен қатар, бұл стратегия платформаның аудиториясын кеңейтуге және оны тұтынушылар үшін тартымды етуге бағытталған табысты қадам ретінде бағаланады (Баранова, 2015).

Қазақстандағы медиа конвергенцияның интернетке көшу кезеңін нақты талдаған еңбектердің бірі Барлыбаеваның «The modern tendencies of new media in Kazakhstan» атты зерттеуі болды (Barlybayeva, 2023). Ол 2018-2019 жылдар аралығында қазақстандық веб-сайттардың трафигін, ақпараттық ресурстарға аудиторияның қолжетімділік арналарын және медиа тұтыну динамикасын контент-талдау әдісімен зерттеді. 190 веб-сайтты қамтыған зерттеу интернет қолданушылардың Google, Yandex, Facebook, Android секілді платформалар арқылы ақпаратқа қолжетімділігін саралады. Нәтижелер Қазақстанда тұрақты «медиа контентті тұтынушылар қоғамының» қалыптасқанын көрсетті.

Қазақстан Республикасының Байланыс және ақпарат министрлігінің мәліметтеріне сүйенсек, 2011 жылдың басында интернет пайдаланушылары 4,3 миллион адамды құраса, жылдың соңына қарай 6,7 миллионға жеткен. 2016 жылдың басында бұл көрсеткіш 12 миллионға өсіп, халықтың 70%-дан астамы интернетті қолданған (Barlybayeva, 2023).

Нәтижесінде қазақстандық газеттер мен журналдар жаңа медиа форматтарға көшіп, мульти-медиалық контент ұсынуға бейімделді. «Егемен Қазақстан», «Қазақ әдебиеті», «Айқын» сияқты басылымдар конвергентті платформаларға айналып, аудиториямен өзара әрекеттесудің жаңа тетіктерін енгізді (Kastay, et.al., 2021).

Алайда Барлыбаева тек интернет желісіне ауысу процесін сипаттайды, ал конвергенцияның басқару стратегияларына, редакциялық өзгерістерге немесе қаржылық аспектілерге ықпалы зерттеуде қарастырылмаған. Дегенмен, оның еңбегі қазақстандық БАҚ-тың онлайн ортаға бейімделуіндегі негізгі тенденцияларды эмпирикалық деректер негізінде талдаған маңызды зерттеу.

Зерттеу материалдары мен әдістері

Сапалық зерттеу әдісі – бұл әлеуметтік және гуманитарлық ғылымдарда қолданылатын, зерттеу нысанын терең түсінуге бағытталған әдіс. Бұл әдіс, әдетте, сөздер, бейнелер немесе басқа да сипаттамалық деректерді талдау арқылы жүзеге асырылады. Сапалық әдіс сандық деректердің шектеулерін толықтыруға және зерттеу тақырыбының мағынасын, контекстін түсінуге мүмкіндік береді. Мұнда бақылау, сұхбат, фокус-топтар және мәтіндік деректерді талдау сияқты тәсілдер кеңінен қолданылады.

Дегенмен, сапалық әдістің белгілі бір шектеулері де бар. Мысалы, алынған деректердің жалпыламалығы төмен және зерттеу процесі көп уақытты талап етуі мүмкін. Сонымен қатар, зерттеушінің субъективтілігі нәтижелерге әсер етуі ықтимал. Сондықтан сапалық зерттеулерде сенімділік пен валидтілікті қамтамасыз ету үшін әртүрлі әдістерді біріктіру (triangulation) жиі қолданылады.

Терендетілген сұхбат (IDI) әдісі өзінің айтарлықтай артықшылықтарымен қатар, зерттеушінің назарын талап ететін бірқатар шектеулер мен қиындықтарды да қамтиды. Total Quality Framework тұрғысынан қарағанда, бұл әдістің негізгі күші болып саналатын сұхбат алушы мен сұхбат беруші арасындағы қарым-қатынас кей жағдайларда әдістің тиімділігін төмендетуі мүмкін. Бұл қарым-қатынастың шектеулігіне әсер ететін екі маңызды фактор бар: сұхбат алушының ерекшеліктері мен әлеуметтік контекст.

Терендетілген сұхбат әдісіндегі тағы бір маңызды мәселе – қарым-қатынас аясындағы әлеуметтік контекст, әсіресе сұхбат беру үдерісіндегі билік динамикасы. Roller (2020) бұл жағдайды сұхбат алушының сұхбатты толық бақылауында ұстап, «біржақты диалогты» қалыптастыруы мүмкіндігімен сипаттайды. Мұндай жағдайда сұхбат алушының үстемдігі сұхбаттың сапасына кері әсерін тигізуі ықтимал (Obalanlege, A., 2017).

Осы әдістемелік негізге сүйене отырып, зерттеуіміздің мақсаты ретінде медиа конвергенциясының 2003 жылдан бері қалай өзгерістерге ұшырағанын, сондай-ақ оның ішкі ұжым мен аудиторияға ықпалын анықтау үшін терендетілген сұхбат жүргізу қарастырылды. Бұл зерттеу үшін «Азаттық» радиосының тілшілері респондент ретінде таңдалып алынды. Сұхбат барысында респонденттердің барлығына бірдей сұрақтар қойылды. Нақтырақ айтқанда, радиодан веб-сайтқа ауысу кезеңінде журналистердің жаңа кәсіби дағдыларды меңгеруі, қолданылған технологиялар, ақпараттық форматтың өзгеруі, аудиторияның бұл өзгерістерді қабылдауы, сондай-ақ мұндай шешімдердің тиімділігі туралы ақпарат алынды.

Екінші дүниежүзілік соғыс аяқталған уақыттан бастап, 45 жыл көлемінде, яғни Кеңес үкіметі құлаған уақытқа дейін тарихта «қырғиқабақ» соғыс жүргізілгені мәлім. Ағылшынша «Cold War» деп қолданылатын бұл соғыстың басты қаруы – баспасөз (газет, журнал, кітап) және радио болды. Осы соғыста Америка мен Ресей арасын-

да социализм мен капитализм көзқарастарының радио соғысы болған (Баймолда, 2009).

Бұл «Азаттық» радиосының қалыптасу тарихы туралы қазақ тілінде үлкен екі еңбек бар. Олар. Хасен Оралтайдың «Елімайлап өткен өмір» мен Досан Баймолданың «Азаттық» радиосының тарихы кітабы. Хасен Оралтай «Азаттық» радиосында жұмыс жасап, еңбегі кітап болып шықпас бұрын, газет-журналдарға бір-бір тараудан шығарып отырған Ал, Досан Баймолда да «Азаттық» радиосында аралығында жұмыс жасап, әлі күнге дейін журналист ретінде дербес ақпарат шығарады. 2024 жылдың күз айында Рахима Нүриденнің «Азаттық радиосынан сөйлеп тұрмыз» кітабы да радио тарихын сонау 1953 жылдан бастап баяндап, Хасен Оралтай қалдырған радионың жазбаша архивінен үзінді береді.

Алғашқы кезде «Азаттық» радиосының журналистері «BBC», «Америка дауысы» секілді басқа радио тілшілеріне қарағанда радиотехника саласының соңғы жетістіктерімен жақыннан таныса отырып, компьютердегі арнайы бағдарламалар көмегімен хабар дайындау, монтаждау, тікелей эфирге шығу секілді радионың барлық жұмысын атқаруда қиналмай, қиынсынбай, игеріп алады. Алайда, Қазақстаннан барған кей тілшілер үшін ағылшын тілінде лезде ақпарат таратуға ауысу қиындық туғызғанын да айта кеткен жөн.

Тыңдармандарды қызықтыру мақсатында жаңа форматтар мен мазмұнды жаңарту қажеттілігі баса айтылды. 1953-2012 жыл арасында «Азаттық» радиосы қысқа радио толқынында (бір екі жыл арасында ұзақ толқында) хабар таратып келген. Алайда 2003 жылы сайт пен радио қатар жұмыс бастайды. Сайт шығаруды қолға алуды көздеген радио басшылары бұл құбылысты қаражаттың қысқаруы және екінші бір тұсы, тыңдармандар, хабар алушылар санын көбейту мақсатында аштық дейді. Сайттың жұмысы 2003 жылы басталып, 2008 жылы web.vol 1 нұсқасында жаңарса, 2009 жылы web vol 2 нұсқасына өзгеріп, қазір біздің қолданып жүрген сайтымыздың алғашқы қаңқасы шығады. Ал радио өз жұмысын 2012 жылдың маусым айында тоқтатқан екен. Бұл жөнінде нақты деректі сол 2001-2012 жылы жұмыс істеген, Прагадан тікелей хабар таратқан тілші Сағат Батырхан растап отыр.

2009 жылдың сәуір айында Алматы қаласында «Азаттық» радиосының қазақ бөлімі жаңартылған www.azattyq интернет сайтына тағыстырды. Іс-шарада қазақ бөлімінің директоры Едіге Мағауин «Түркістан» газетіне берген

сұхбатында радионың техникалық шектеулері мен интернеттің артықшылықтарын атап өтті. 2009 жылдың сәуір айында Алматы қаласында, «Азаттық» радиосының қазақ бөлімінің azattyq сайтының жаңарған түрінің тұсаукесері өткен болатын. Сол уақытта қазақ бөлімінің директоры Едіге Мағауин сұхбатында *«Радио белгілі бір уақытта, белгілі бір жиілікте эфирге тарайды, ал интернеттің 24 сағат мүмкіндігі бар»* деп өзгеріске байланысты пікір білдірген болатын (Баймолда, 2009).

Оның айтуынша, радионың белгілі бір уақыт пен жиілікке тәуелділігі мүмкіндіктерді шектейді. Ал интернет арқылы ақпаратты тәулік бойы ұсынуға болады. Осы себепті радио басшылығы интернетке басымдық беру туралы шешім қабылдаған.

Азаттық радиосы Қазақстанда ақпаратты әртүрлі форматта тарататын алғашқы мультимедиялық веб-сайт ретінде ерекшеленеді. Мәтіндік ақпаратпен қатар, бейнематериалдар, фотосуреттер мен аудиослайдтар арқылы да деректер ұсынады. Бұл формат аудиторияға ақпаратты түрлі құралдар арқылы қабылдауға мүмкіндік береді, осылайша ақпараттың қолжетімділігі мен әсерлілігін арттырады.

Азаттық радиосының веб-сайты (azattyq) 2008 жылы іске қосылғаннан кейін үш ай ішінде-ақ Қазақстандағы беделді «Award.kz ұлттық интернет жүлдесі» байқауында екі басты сыйлықты жеңіп алды. Бұл оның сапалы мазмұны мен инновациялық тәсілінің жоғары бағаланғанын көрсетеді. Ал 2009 жылы Азаттық радиосы веб-сайты әлемдік интернет-журналистика саласындағы беделді марапаттардың бірі – халықаралық Online Journalism Awards сыйлығын иеленді. Бұл жүлде ағылшын тілінен басқа тілде жұмыс істейтін шағын веб-сайттар арасындағы үздік ретінде берілді. Азаттық радиосы осы жетістіктерімен әлемдік деңгейде жоғары орын алып, тәуелсіз журналистиканың маңызды үлгісін көрсетуде (Баймолда, 2009).

Нәтижелер мен талқылаулар

«Азаттық» радиосы жаңа заманға бейімделу барысында бір емес, екі медиа конвергенция реформасын сәтті жүзеге асырды. Алғашқы кезең 2003 жылы басталды, бұл кезде радио мен веб-сайт бірлесіп жұмыс істей бастады. 2008 жылы сайт толықтай іске қосылып, ақпаратты кең көлемде таратуға мүмкіндік берді, ал 2012 жылы радио толығымен тоқтатылып, сайт не-

гізгі ақпарат көзіне айналды. Айта кету керек, радионың тоқтатылуына қарамастан, аудитория саны азайған жоқ, керісінше, жаңа медианы игеру нәтижесінде тыңдаушылар мен оқырмандар саны артты. Осы кезеңнен бастап, «Азаттық» радиосы әлеуметтік желілерді белсенді түрде пайдалана бастады. 2012 жылдан бастап Instagram, YouTube және Facebook платформалары арқылы ақпарат тарату қолға алынды. Бұл тәсіл аудиторияның әртүрлі сегменттерін қамтуға мүмкіндік беріп, медиа контенттің қолжетімділігін арттырды.

«Азаттық» радиосының екінші медиа конвергенция кезеңі сандық платформаларды одан әрі жетілдірумен сипатталады. Әлеуметтік желілерге белсенді түрде енуі мен YouTube платформасында жұмыс істеуін кеңейту арқылы «Азаттық» жаңа аудитория жинай алды. Әлеуметтік желілер мен YouTube арналарында аз уақыт ішінде үлкен аудиторияның қалыптасуы бұл платформалардың әлеуетін тиімді пайдаланғанын дәлелдейді.

Мультимедиалық журналистиканың ерекшелігін сипаттағанда, оны тек инфографикасы бар мәтіндер жинағы ретінде түсінуге болмайды. Мультимедиалық журналист бір идеяны баяндау үшін бірнеше форматты таңдайды, осылайша біртұтас оқиға жасайды. Мәтіннің әр бөлігіне жеке медиа форматы таңдалған күннің өзінде, оқырман хабарламаның мәнін толық көріп, одан максималды ақпараттық әсер алады.

«Азаттық» радиосы конвергенция процесінде бірнеше стратегиялық қадамдар жасады. Біріншіден, медиа платформалар арасындағы мазмұнды біріктіру және біртұтас жүйе құру арқылы ақпараттық ағындарды оңтайландырды. Екіншіден, әлеуметтік желілерде белсенділік танытып, әртүрлі аудиториялық сегменттерді қамтуға мүмкіндік алды. Бұл тек ақпаратты тарату арналарын кеңейту ғана емес, сондай-ақ жаңа форматтарда жұмыс істеуге дайын екендігін көрсетеді. Мысалы, дәстүрлі радио форматындағы хабарлардан бөлек, цифрлық платформаларға арналған қысқа мазмұндар, инфографикалар, және бейнеконтент дайындау тәжірибесі қалыптасты. Бұл тәсіл медиа саласындағы жаңа тенденцияларға сай әрекет етуді қамтамасыз етіп, аудиторияның өзгеріп отыратын қажеттіліктерін қанағаттандырады (Баймолда, 2009)

Енді осы процессті іс жүзінде саралап, баға бере алу үшін зерттеу барысында «Азаттық» радиосының тілшілерімен тікелей терең сұхбат жүргізу көзделді. Зерттеуге алты респондент

қатысып, «Азаттық» радиосының конвергенция кезеңінде жұмыс жасаған уақыттағы тәжірибесімен бөлісті. Респонденттерден алдын ала сұхбат алу барысында, келісім хат жасалып, хат негізінде сұхбат берушінің аты-жөні жасырын қалуы туралы келісім жасалды. Алайда, бұл бізге «Азаттық» радиосының медиа конвергенциясына сипат алуға кедергі келтірмеді. Респонденттер жауабын бес негізгі тақырыпқа бөліп қарастыра отырып, бұл өзгерістерге нақты дәлел табуға тырыстық.

Сұхбат барысында «Азаттық» радиосының қызметкерлері, соның ішінде барлық респонденттер, радиостанцияның қысқа толқында хабар таратқанын атап өтті. Осыған байланысты, қысқа толқын ұғымын және неге дәстүрлі ұзақ толқын немесе FM желісі қолданылмағанын талдауға назар аударайық.

Алайда, «Азаттық» радиосының тәуелсіз, демократиялық принциптерге негізделген ашық әрі жедел ақпарат таратуы кеңестік кезеңде цензураға ұшырады. Радиохабарлар жиі бұғатталып, таратылымды тыңдау қиындық тудырды. Бұл жағдайды сұхбат берушілердің жауабынан анық байқауға болады. Олар *«АМ жиілігінде, яғни қысқа толқында хабар таратылды», «күнделікті кешкі уақытта бір сағат көлемінде қысқа толқында шықты», «бұғатталды», «тұншықтырылды»* деген мәліметтерді атап өтті.

Соған қарамастан, «Азаттық» радиосы ақпарат жеткізу жолдарын үздіксіз іздеп, өз миссиясын орындауды жалғастырды. Мысалы, респонденттердің бірі: *«Ауылда жүргенде, байланыс жақсырақ ұстайтын жерді іздеп, радио толқындарын ауыстыратынбыз. Кейде шулы дыбыстар арасынан «Азаттық» радиосының хабарларын тауып, тыңдап қалатынбыз»,* – деп еске алды.

Тағы бір респонденттің айтуынша, «Азаттық» радиосының хабарлары қарапайым халық арасында ғана емес, шенеуніктер мен билік өкілдері арасында да үлкен сұранысқа ие болды. Тіпті олар радиостанцияның хабарларын жасырын тыңдауға мәжбүр болған. Бұл жағдай «Азаттық» радиосының ақпараттық қызметінің қоғамда қаншалықты маңызды болғанын көрсетеді.

Сондай-ақ, «Азаттық» радиосы қазақ қызметінің директоры болған тілші Едіге Мағауин, «Азаттық» радиосының 70 жылдығына орай жазылған подкастта, осы қысқа толқында тарату мәселесі бойынша ашып айтып кетеді. *«Қазақстанға дәстүрлі толқын бойынша таратуға рұқсат алуға тырыстық. Бірақ бізге рұқсат*

берді дегенмен, көп жағдайда ақпаратымызды бұғаттап отыратын. Сол себепті, «Азаттық» үнемі қысқа толқын арқылы ақпарат таратуын тоқтатпауға тырысты» деген болатын берген сұхбатында.

«Азаттық» радиосының бұғатталуының бірқатар тарихи және саяси себептері бар. Бұл талдау ғалым Рахима Нүриден еңбектеріндегі «Азаттық» радиосына қатысты зерттеулерге шолу жасау, сол кезеңдегі тарихи оқиғаларға терең анализ және респонденттерден алынған деректер негізінде құрылды.

Бұл әдіс сол уақыттағы техникалық мүмкіндіктерді тиімді қолдануға жағдай жасап, оқиға орнынан тікелей эфир ұйымдастыруға жол ашты. Атап айтқанда, 2000-2012 жылдары Прагада жұмыс істеген радио тілшілерінің мәлімдеуінше, қысқа толқын технологиясы ақпаратты жедел әрі кең аудиторияға жеткізуге ықпал еткен.

Осылайша, «Азаттық» радиосы медиа конвергенция кезеңіне дейін-ақ инновациялық тәсілдерді енгізіп, тыңдармандарға оқиға орнынан шынайы әрі өзекті ақпаратты жеткізуге тырысты. Бұл тәжірибе ақпараттық таратудағы заманауи әдістердің негізін қалағанын көрсетеді.

Зерттеу барысында респонденттердің берген жауаптары негізінде «Азаттық» радиосының сайтқа ауысудағы басты мақсаты тыңдармандар санын арттыру және заманға сай ақпарат тарату әдістерін енгізу болғаны анықталды. Бұған дейін радио тыңдармандары толқын іздеп, радио желісін өз бетімен тауып тыңдайтын болса, сайтқа көшу арқылы радиостанция тыңдармандарға тікелей ақпарат жеткізу мүмкіндігін ұсынды. Бұл тәсіл заманауи медианың жаңа талаптарына бейімделуге бағытталған стратегиялық қадам болды.

Респонденттердің жауаптары осы өзгерістің маңыздылығын нақтылай түсті. Олардың пікірлеріне сүйенсек, радионың сайтқа көшуі туралы негізгі ойлар мынадай болды: *«осы уақытқа дейін оқырман бізге келсе, енді біз оларға баратындай жағдай жасадық», «газет пен радио тыңдау азайды, сондықтан жаңа формат қажет болды», «бейімделу міндетті болды», «тыңдармандарды көбейту үшін бұл қадам жасалды», «тыңдармандарға ықпал ету ауқымы кеңейді», «осылайша ықпал ету тез жүрді» және «біз оқырманға қадам жасадық».*

Респонденттердің жауаптарынан бірнеше маңызды тұжырым жасалды. Біріншіден, радионың сайтқа көшуінің басты себебі – тыңдармандарды іздеу емес, керісінше, ақпаратты

тыңдармандарға барынша қолжетімді ету. Бұл тәсіл аудиториямен байланысты нығайтып қана қоймай, оның сұраныстарына жедел жауап беру мүмкіндігін де арттырды. Екіншіден, бұл қадам радионың ақпарат тарату ауқымын кеңейтумен қатар, оның ықпал ету деңгейін арттыруға бағытталғанын көрсетті. Үшіншіден, жаңа форматқа көшу радионың заман талабына сай бейімделуінің айқын көрінісі болды.

Осылайша, радионың сайтқа көшуі тек техникалық өзгеріс емес, сонымен бірге аудиториямен қарым-қатынастың жаңа деңгейіне өту және ақпараттық ықпалын күшейту үшін жасалған маңызды стратегиялық шешім болғаны анықталды.

Медиа конвергенция процесі, оның ішінде радиодан сайтқа көшу, ақпарат тарату саласындағы маңызды қадамдардың бірі болды. Бұл процесс жалпы алғанда жүйелі түрде жүзеге асқанымен, оның барысында туындаған қиындықтар мен түйткілдер зерттеуді қажет етті. Осы зерттеу барысында респонденттердің жауаптарына негізделе отырып, радиодан сайтқа көшу оқырмандардың жағдайына қалай әсер еткені және бұл өзгерістің артықшылықтары мен кемшіліктері талданды.

Респонденттерге «Радиодан сайтқа көшу барысында оқырмандардың жағдайы қандай болды?» деген сұрақ қойылды. Алынған жауаптар бұл қадамның оң тұстарының көп болғанын көрсетті. Мысалы, *«Жақсы көзқараста болды», «бірден оқырмандар арасында беделі артты», «оқырмандар легі аз уақытта көп адамға толды», «екі тілде де оқырмандарды көбейте алдық», «комментарийлер көп болды», «бір мақала астында 300-ден аса пікір қалдырды», «қызу талқыланды»* деген жауаптар өзгерістің тиімділігін нақтылай түседі. Бұл жауаптардан сайтқа көшу арқылы аудиторияның жаңа деңгейге көтерілгенін, оқырмандармен интерактивті байланыстың күшейгенін көруге болады. Әлеуметтік медианың дамыған кезеңінде пікірталас алаңдарының пайда болуы «Азаттық» радиосының аудиториясы үшін үлкен жаңалық болды.

Сонымен қатар, бұл процесс, яғни комментарийлердің пайда болуы, оқырман енді байланысқа шығып, пікір қалдыра алуы культивация теориясының жаңа заманда жүзеге асқанын көрсетеді. Жаңа медиа дәуірінде аудитория пассивті ақпарат қабылдаушыдан контентті белсенді жасаушыға айналды. Деннис (2006) зерттеуі көрсеткендей, қолданушылар контент өндіру және оны тарату процестеріне тікелей қатыса отырып,

коммуникацияның субъективті аспектілерін күшейтті. Бұл контент тек БАҚ тарапынан ғана емес, аудиторияның өз ықпалымен де қалыптасатынын білдіреді. Осылайша, респонденттердің жауабына негіздейтін болсақ, *«біз енді коментарийлерге қарап қай тақырыптың күн тәртібінде екенін, қандай тақырыптарды қозғау қызық болатынын біле алатын деңгейге жеттік»*.

Дегенмен, бұл процесс барлық оқырмандар үшін бірдей қолайлы бола қойған жоқ. Респонденттер арасында радиодан сайтқа көшу нәтижесінде туындаған қиындықтарды атап өткендер де болды. Атап айтқанда: *«Зағип жандардан хат келе бастады», «не себепті радионы жабасыңдар деген сұрақ көп қойылды», «шалғай аймақтағы, интернетке қолжетімділік аз жақтардан редакцияға хат келді», «арнайы түзету мекемесінде отыратындар шағымданды», «зағип жандардан шағым келді»* деген жауаптар бұл өзгерістің кейбір топтарға тиімсіз болғанын көрсетеді. Радионың азшылық топтардың құқықтарын қозғап, азаматтық мәселелерді ашық әрі дербес көтеретіні белгілі. Сол себепті мұндай аудиторияның жоғалуы маңызды әлеуметтік топтардың ақпарат алу құқығын шектеуі мүмкін еді.

Бұл жағдайға қатысты «Азаттық» радиосы редакциясында белгілі журналист Едіге Мағауиннің: *«Бұл маңызды топ болғанымен, радионы ұстап тұрудың әрі қарай мәні жоқ»* деген мәлімдемесі белгілі. Бұл пікір белгілі бір дәрежеде редакцияның экономикалық және технологиялық талаптарды басшылыққа алғанын көрсетеді. Алайда, радиодан сайтқа көшу кезінде туындаған қиындықтар ақпаратқа тең қолжетімділікті қамтамасыз ету мәселесінің қаншалықты маңызды екенін де айқындады.

Қазіргі кезде «Азаттық» радиосы бұл мәселенің шешімін тапты деп айтуға негіз бар. Радио өзінің сайт платформасына бейімделумен қатар, видео, подкаст, әлеуметтік желілер сияқты бірнеше медиалық арналарды белсенді түрде қолданады. Бұл жаңа тәсілдер оқырмандардың алуан түрлі қажеттіліктерін қанағаттандыруға мүмкіндік береді. Атап айтқанда, зағип жандар мен шалғай аймақтағы тұрғындар үшін аудио контенттің қолжетімділігі артып, олардың ақпаратқа қол жеткізуі оңтайландырылды.

Респонденттермен жүргізілген сұхбаттар негізінде «Азаттық» радиосының медиа конвергенция процесінің екі негізгі кезеңде жүзеге асқаны анықталды. Бұл тұжырым радионың жұмыс жасау барысына жүргізілген талдаумен де

расталды. Бірінші кезең 2012 жылы басталды, бұл кезде радионың эфирлік қызметі тоқтатылып, ақпарат тек сайт арқылы таратылатын болды. Бұл медиа конвергенцияның алғашқы толқыны саналды. Екінші кезең 2016 жылы орын алды, ол кезде радио ақпарат тарату алаңдарын кеңейтіп, Facebook, YouTube, Instagram және Telegram секілді әлеуметтік желілерді белсенді түрде қолдана бастады. Бұл кезең әлеуметтік медиа платформалары арқылы жаңа аудиторияны қамтуға мүмкіндік берді.

Респонденттер бұл туралы: *«жаңалықтар легі сайтқа видео форматта шықты», «15 минуттық эфирлік видеолар дайындалды», «алғашқы трансформациясы интернетке өтуі», «2012 де технология берілді», «екінші трансформациясы әлеуметтік желі 2015-2016», «біріншісі радиодан сайтқа өту», «видео шығып отырды, көлемі 15мин эфир», «жаңалықтар легі сайтқа видео форматта шықты», «видеорепортаж сурет жасауға көшті»* деп атап өтті. Бұл трансформация ақпарат тарату тәсілдерін әртараптандырып, оқырмандарды сайт арқылы белсенді пікір қалдыруға ынталандырды.

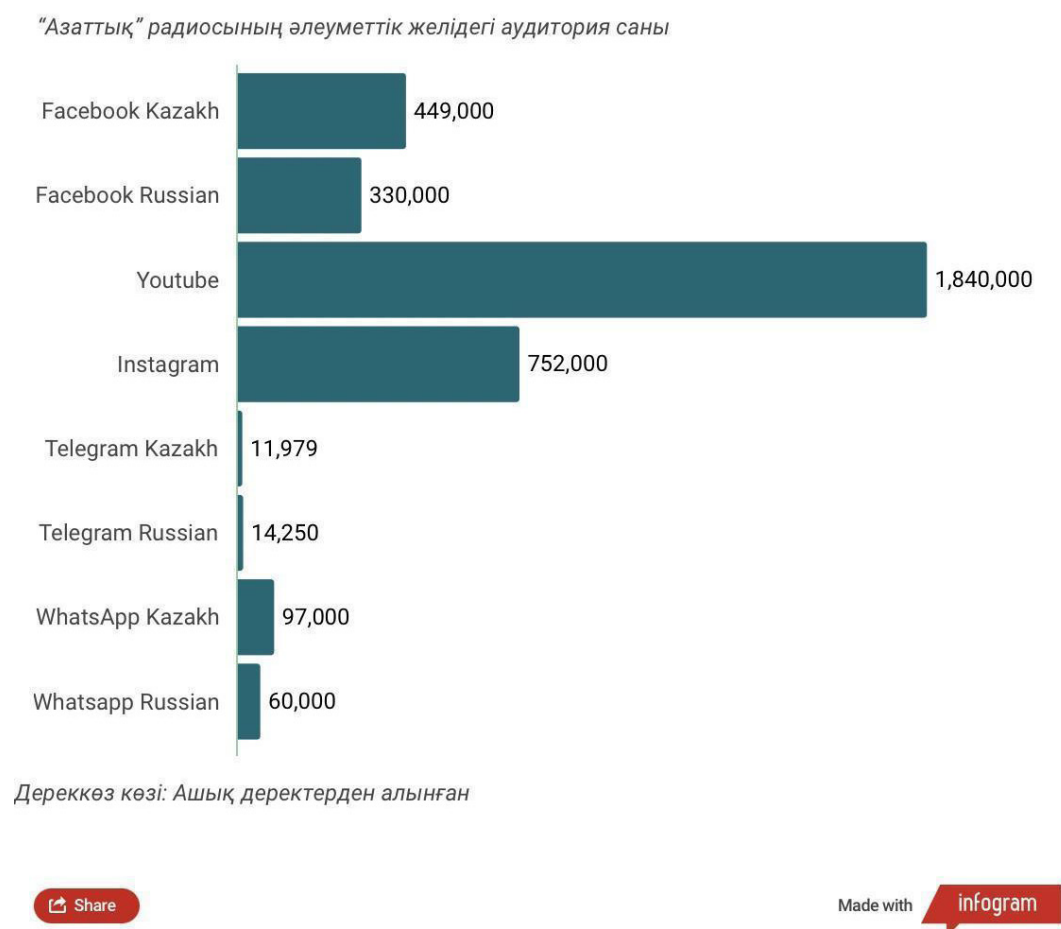
Әлеуметтік желілерде таралған контенттің негізгі мақсаты — аудиторияның назарын жылдам аудару және интерактивтілікке ынталандыру болды. Осы кезеңде қысқа видеолар, қызықты және ықшам ақпараттар көптеп ұсынылды. Мысалы, «YouTube-ке бейімделу», «лайк, пікір, бөлісу арқылы белсенділіктің анықталуы» сияқты процестер медиа платформалардың аудиториямен тығыз байланыс орнатуындағы жаңа тәсілдерді көрсетті.

Респонденттер әлеуметтік желіге бейімделу процесі туралы: *«заманның ағымына қарай бейімделу», «тек технологиялық тұрғыдан ғана емес, мазмұндық жаңаруға дайын болу», «ақпарат форматының тексерілуі», «дәл болуы, бейітарап болуы қалды», «көлемі қысқарды», «бейімделуге, жаңаруға азаттық қашанда дайын», «тек технологиялық тұрғыдан ғана өзгеруге дайынбыз», «видеорепортаж сурет жасауға көшті», «әлеуметтік желі пайда болды сондықтан коментарий жазбай кетті», «барлық БАҚ әлеуметтік желіге көшті»* деп атап өтті. Бұл пікірлер «Азаттық» радиосының әлеуметтік медиаға интеграцияланудағы икемділігін және тыңдармандармен қарым-қатынас тәсілдерін жетілдірудегі ұмтылысын дәлелдейді. Әлеуметтік желілерде тек технологиялық өзгерістер ғана емес, ақпарат мазмұнын ұсынудың жаңа стандарттары да қалыптасты.

Сұхбат нәтижелерін талдай отырып, «Азаттық» радиосының әртүрлі платформалардағы белсенділігін бағалау үшін әлеуметтік медиа көрсеткіштеріне назар аудардық. Респонденттердің айтуынша, YouTube ең белсенді алаңдардың бірі, мұнда аудиторияның қызығушылығына сай тақырыптарды қамту маңызды рөл атқарған. Әлеуметтік желілердегі тіркелген оқырмандар саны, лайк пен пікір саны, сондай-ақ видеолардың қаралымы осы платфор-

малардың аудиториямен өзара әрекеттесу қабілетін көрсетеді.

Кестеде (1.1) көрсетілген деректер арқылы біз әлеуметтік желілердің әрқайсысының аудиторияны қамту деңгейін, ақпарат тарату форматын және жалпы белсенділік көрсеткіштерін көре аламыз. Бұл мәліметтер «Азаттық» радиосының аудиториясымен қарым-қатынасын және олардың қажеттіліктеріне қалай бейімделгенін түсінуге мүмкіндік береді.



1.1-сурет – «Азаттық» радиосының әлеуметтік желідегі аудитория саны
Дереккөз көзі: Ашық деректерден алынған

Бұл кестедегі деректерге сүйене отырып, келесі бір тұжырым жасауға болады.

«Азаттық» радиосы аудиториясын қамту үшін YouTube, Instagram, Facebook, Telegram және WhatsApp сияқты әлеуметтік медиа платформаларын белсенді пайдаланады.

Ең ірі және танымал алаң – 1,84 млн жазушысы және 905 млн қаралымы бар YouTube,

ол мультимедиялық контенттің тиімділігін көрсетеді.

Instagram 752 мың оқырманға жетіп, жедел және визуалды ақпарат таратуда маңызды рөл атқарады.

Facebook-тың қазақ және орыс тілдеріндегі парақшалары (тиісінше 449 мың және 330 мың оқырман) пікірталас алаңы ретінде ерекшеленеді.

WhatsApp-та қазақ тілінде 97 мың, ал орыс тілінде 60 мың оқырман бар, бұл платформаның жедел хабар таратуда маңызды екенін дәлелдейді.

Бұл құбылысты түсіндіруде культивация теориясы арқылы көрсек болады. Жаңа технологиялардың келуімен бұл теорияның негізгі қағидалары өзгеріп, аудиторияның БАҚ-қа әсер ету механизмі жаңа қырынан көрінді. Луо Цзя (2005) атап өткендей, жаңа медиада «БАҚ аудиторияны қалыптастырады» және «аудитория БАҚ-ты қалыптастырады» деген өзара байланысты процестер қатар жүреді. Бұл түсінік дәстүрлі масс-медиа жүйесіндегі біржақты ықпалды жоққа шығарып, оның орнына екі жақты ықпал ету үлгісін алға тартады. Аудитория тек тұтынушы ғана емес, сонымен бірге белсенді қатысушыға айналып, өз пікірлері мен талаптары арқылы бұқаралық ақпарат құралдарының мазмұны мен бағытын өзгертеді.

Бұл құбылыс «екі жақты культивация» деп аталып, жаңа медианың интерактивті сипатын көрсетеді. Әлеуметтік желілердің дамуы нәтижесінде оқырмандар тек ақпарат қабылдаушы ғана емес, сонымен қатар ақпарат таратушы және мазмұнға әсер етуші рөл атқара бастады. Олардың әлеуметтік желілердегі белсенділігі БАҚ үшін маңызды болып қана қоймай, медианың аудитория қажеттіліктеріне бейімделуіне ықпал етеді. Осылайша, қазіргі ақпараттық кеңістікте аудитория мен БАҚ арасындағы шекара жойылып, екі жақтың бірін-бірі толықтырушы ретіндегі рөлі күшейе түсуде (Zhang.Y, 2018).

Жаңа медианың интерактивтілігі және оқырман белсенділігінің артуы дәстүрлі ақпарат тарату үлгілерінен ерекшеленеді. Бұл жағдай БАҚ-тың дәстүрлі рөлін өзгертумен қатар, аудиторияның да ақпараттық процестерге белсенді қатысатын жаңа деңгейін қалыптастырды. Осылайша, медиа конвергенцияның екі кезеңі – радиодан сайтқа көшу және әлеуметтік медиана бейімделу «Азаттық» радиосының ақпарат тарату стратегиясын заманауи талаптарға сай икемдеп, оның аудиториямен байланысын жаңа деңгейге көтергенін көрсетеді. Бұл тәжірибе жаңа медианың талаптарына бейімделудің қаншалықты маңызды екенін және технологиялық өзгерістердің ақпарат тарату саласына тигізетін ықпалын айқын аңғартады.

Цифрлық трансформация барысында жаңалық медиа саласы маңызды мәселеге тап болып отыр, ол – мамандар мен басқарушылардың кон-

цептуалды артта қалуы. Бұл артта қалушылық тек жаңа технологияларды қабылдау мен қолдануда ғана емес, сонымен бірге жаңалықтарды хабарлау тәсілдері мен коммуникация стратегияларын түсінуде де көрініс табады.

Респонденттердің барлығы дерлік «Азаттық» радиосының ұжымы үшін үнемі тренингтер өткізіп, жаңа технологияларды меңгеруге жағдай жасағанын атап өтті. Олар бұл процесті: «мақала жазамыз, одан бөлек эфирге материал дайындайтынбыз, бұл сол кезде емес, кейін түсіндік конвергенттік журналистиканың басы екен» деп сипаттайды. «Конвергенттік журналистика» ұғымы осы кезеңде тілшілердің бір мезетте бірнеше міндетті: мақалалар жазу, эфирлерге шығу, фото-видео түсіру және оны цифрлық форматта жариялауды меңгергенін көрсетеді. Респонденттердің бірі: *«үлкен медиа ұйым болғандықтан бірден қолыңа барлық құралды береді», «бәріне бірден үйрендік, бейімделдік», «мақала жазамыз, одан бөлек эфирге материал дайындайтынбыз», бұл сол кезде емес, кейін түсіндік конвергенттік журналистиканың басы екен», «эфирден таратылды, сайтқа мақала шықты», «конвергенттік журналистік айтқанда, біз фото, видеоға да түсірдік», «журналистерді оқыту үнемі болып тұрды»* деп, бұл процестің ұйымдасқан түрде және редакцияның қолдауымен жүзеге асқанын атап өтеді.

Сондай-ақ респонденттердің жауаптары медиа конвергенцияның екінші толқыны кезінде, яғни әлеуметтік желілерге бейімделу кезеңінде ерекше белсенділік танытылғанын көрсетеді. Бұл кезеңде *«диджитал топ құрылды», «жаңа медианың тілін білетін жастар командасы жұмысқа келді», «әлеуметтік желіге бейімделу толық жүрді», «сайтты сапалы, оқырман көбейту туралы үйрететін тренингтер жиі өтті»* деген пікірлер айтылды. Әлеуметтік желілермен жұмыс істеу үшін арнайы бөлімшелер ашылып, журналистерге жаңа технологиялар мен SMM құралдарын меңгеруге бағытталған тренингтер жүргізілді. Сонымен қатар, “журналистік шеберлік, батыс журналистиканың принциптері, радио мен сайт шеберлігі” сияқты семинарлар тұрақты түрде ұйымдастырылды.

Бұл қадамдар Obalanlege (2017) ұсынған теорияны іс жүзінде растайды. Оның айтуынша, қазіргі журналистер бейне, аудио, жазбаша контентті бір уақытта басқаруға және цифрлық форматқа бейімдеуге қабілетті болуы тиіс. «Азаттық» радиосы бұл талаптарды орындау үшін кадрларды қайта даярлауға ерекше көңіл бөлді,

нәтижесінде цифрлық медианың тілін меңгерген білікті мамандар командасы қалыптасты.

Алайда, бейімделу процесі барлық журналистер үшін бірдей жеңіл болмаған. Респонденттердің кейбіреулері: «тек жазба журналистері эфирге шыққанда тосылып қалады», «тележурналистер мақала жазудан қиналады», «радиоэфирге үйренгендер қиналды» деген жауаптарында қиындықтар туралы айтып өтті. Бұл мәселелер Balbi (2017) зерттеуінде сипатталған цифрлық медиа дәуірінің жаңа қиындықтарымен сәйкес келеді. Интернет пен смартфондар сияқты заманауи цифрлық коммуникация құралдарының дамуы журналистерге жаңа талаптар қойып, медиа ортада жаңа парадигмаларды қалыптастырды. Бұл өзгерістерге бейімделу ұзақ уақытты талап етіп, кейбір мамандардың жұмысын жалғастыруына кедергі болғаны анықталды.

«Азаттық» радиосының даму тарихы медиасфераның өзгерістерін бейнелейтін күрделі және көпқырлы үдеріс. Радионың қызметі мен құрылымдық өзгерістері, атап айтқанда, қысқа толқындағы хабар таратудан бастап, сайтқа, содан кейін әлеуметтік желілерге көшуі ақпарат тарату тәсілдерін үздіксіз жетілдіруге бағытталды. Бұл өзгерістер радионың аудиториямен өзара байланысын нығайтып, оны заманауи медиалық үрдістердің көшбасшысына айналдырды.

Ең көрнекі жетістіктердің бірі — 2022 жылғы «Қанды қаңтар» оқиғасы кезінде болған оқиғаларды баяндау. Респонденттердің мәліметінше, осы кезеңде YouTube платформасында жарияланған бейнероликтер небәрі екі ай ішінде шамамен 100 миллион қаралым жинады. Бұл көрсеткіш «Азаттық» радиосының аудиторияны ақпаратпен қамтуда қаншалықты жоғары тиімділікке қол жеткізгенін және оның медиалық ықпалының артуын көрсетті. Мұндай жоғары нәтижелер Қазақстан медиасы үшін теңдессіз тәжірибеге айналды.

Зерттеу жұмысы «Азаттық» радиосының медиа конвергенция процесін қалай өткергенін талдауға бағытталды. Бұл зерттеу аясында негізгі мақсат — медиа конвергенцияның радио жұмысына әсерін және оның жаңа технологияларға бейімделу механизмдерін анықтау. Зерттеу барысында терең сұхбат әдісі қолданылды, бұл әдіс арқылы 2003-2008 жылдар аралығында радиода жұмыс істеген журналистердің тәжірибелері мен пікірлері жинақталды. Сұхбат сұрақтары негізінен радиодан сайтқа ауысу кезеңі, жұмыс процесінің өзгерістері, технологиялық жаңашылдықтар және аудиторияның осы өзге-

рістерді қабылдауы сияқты аспектілерге бағытталды.

Алынған мәліметтерді жүйелеу үшін респонденттердің жауаптары кестеге түсірілді және қайталанған пікірлер негізінде медиаконвергенция процесінің ерекшеліктері сипатталды. Зерттеу барысында үш респондент «Азаттық» радиосында бір емес, екі ірі медиа конвергенция кезеңі болғанын атап өтті. Біріншісі — радиодан сайтқа ауысу, ал екіншісі — әлеуметтік желілерде ақпарат таратуға көшу. Бұл кезеңдер әртүрлі технологиялық және ұйымдастырушылық міндеттерді қамтыды.

Зерттеу барысында алынған деректер «Азаттық» радиосының әрбір медиаконвергенция кезеңіне дайындықпен кіргенін көрсетті. Радио формат пен платформаны өзгерткенмен, негізгі құндылықтары — бейтараптық, жеделдік және ашықтық — сақталған. Журналистерді жаңа технологияларды қолдануға үйрету және кәсіби дағдыларын дамыту жұмыстары үздіксіз жүргізілген.

Сонымен қатар, зерттеу нәтижесінде кейбір қиындықтар да анықталды. Жаңа технологияларды меңгеру барысында кейбір журналистер жаңалық этикасы мен заңнама талаптарын түсінуде қиындықтарға тап болған. Бұл мәселелер ақпараттық материалдардың сапасына және заң талаптарын орындауға теріс әсер етуі мүмкін. Мұндай жағдайлар цифрлық трансформация кезеңінде медианың тиімділігіне кедергі келтіретін негізгі факторлардың бірі болып табылады.

«Азаттық» радиосының тарихи дамуын талдау оның әр кезеңде ақпараттық кеңістіктегі беделін сақтап, аудиториясымен сенімді қарым-қатынас орнатқанын көрсетеді. Радионың негізгі ерекшелігі — демократиялық құндылықтарды, азаматтық құқықтарды және азшылық топтардың мүдделерін қорғауға бағытталған ақпараттық саясаты. Бұл ұстанымдар радиодан сайтқа, кейін әлеуметтік медиаға көшу кезеңдерінде де өзгеріссіз қалды.

Зерттеу барысында бірнеше елеулі қиындықтар мен шектеулер анықталды. Бірінші мәселе — әдебиетке шолу кезінде қолжетімді дереккөздерді таңдау болды. Медиа конвергенция терминінің қалыптасқанына біраз уақыт өткеніне қарамастан, оның мәні технологиялық үдерістер сияқты үнемі өзгеріп, дамып отырады. Осыған байланысты, зерттеуде ескі дереккөздерден гөрі, соңғы жылдары жүргізілген зерттеулерге басымдық беру қажет болды. Бұл міндеттің күрделілігі, әсіресе, медиаконвергенция саласында-

ғы жаңа, заманауи зерттеулерді табу және іріктеу қажеттілігімен артты.

Зерттеу әдістерін қолдану барысында да бірқатар шектеулер анықталды. Әсіресе, терең сұхбат жүргізу кезеңінде қиындықтар кездесті. «Азаттық» радиосында әр кезеңде жұмыс істеген журналистер саны көп болғанымен, нақты радиодан сайтқа көшу кезеңінде қызмет атқарған журналистердің басым бөлігі қазір Қазақстанда тұрмайды немесе олармен тұрақты байланыс орнату қиын. Респонденттерден кері байланыс алу ұзақ уақытты талап етті, кей жағдайларда мүлдем жауап алынбады. Бұл терең сұхбат жүргізу әдісіне тән негізгі шектеулердің бірі екенін көрсетті.

Сонымен қатар, респонденттердің барлығы бірдей терең сұхбатқа дайын болмады. Кейбіреулері бұл оқиғаларды ескілікте қалған жағдай ретінде қарастырып, еске алуға құлық танытпады. Ал басқалары «Азаттық» радиосына қатысты ақпаратты сырт адамдармен бөлісуге сақтықпен қарады. Бұл факторлар зерттеудің сапасына және терең сұхбаттардың мазмұндық байлығына әсер етті. Зерттеуді жүргізу барысында респонденттердің пікірлерін тарихи оқиғалармен байланыстырып, «Азаттық» радиосының жұмысына қатысты деректерді жинақтап, біртұтас талдау жүргізу қажет болды. Бұл процесте тарихи деректер мен респонденттердің айтқандарын өзара сәйкестендіру белгілі бір әдіснамалық қиындықтар туындатты.

Соңғы, бірақ маңызды шектеу – Қазақстандық БАҚ саласында дәл осындай егжей-тегжейлі зерттеудің бұған дейін болмауы. Зерттеу құрылымын жасау үшін шетелдік зерттеулерге сүйенуге тура келді. Бұл әдіс зерттеуді ұйымдастыруға мүмкіндік бергенімен, жергілікті ерекшеліктерді ескеруді қиындатты.

Соған карамастан, бұл зерттеу «Азаттық» радиосының медиаконвергенция үдерісін талдау арқылы қазақстандық БАҚ-тағы конвергенцияның ерекшеліктерін ашуға мүмкіндік берді. Журналистер мен аудиторияның жаңа технологияларды игеруге және қолдануға жоғары бейімделу деңгейін анықтау зерттеудің маңызды нәтижелерінің бірі болды. Бұл медиаконвергенцияның болашақта қалай дамитынын зерттеуге арналған келесі қадамдарды жоспарлауға негіз қалады. Осылайша, цифрлық дәуірдегі медиаконвергенция үрдісі дәстүрлі БАҚ-тың жаңа форматтарға бейімделуімен қатар, ақпараттық экожүйеде олардың рөлін қайта қарауға ықпал етеді. Азаттық радиосының тәжірибесі медиа-

конвергенцияның теориялық және практикалық аспектілерін түсінуге және цифрлық трансформация жағдайында дәстүрлі медиа саласының болашағын болжауға мүмкіндік береді.

Қорытынды

Зерттеу жұмысымыздың фокусын «Азаттық» радиосына қойып, оның технологиялық өзгерістерге бейімделу қабілетін, медиаконвергенцияның әсерінен болған трансформацияларын және осы процестің журналистика мамандығы мен аудиторияға ықпалын талдадық. Виктор Хелемендиктің (2013) мультимедиа мен конвергенция ерекшеліктерін зерттеуі қазіргі медиа платформаларының ақпаратты үздіксіз жаңартып, нақты уақыт режимінде жеткізетін артықшылықтарын ашып көрсетеді. Оның пікірінше, интернет-конвергенция пайдаланушыларға ақпаратты таңдау еркіндігін арттырып қана қоймай, аудиторияның контентті өз қажеттіліктеріне бейімдеуіне, пікір білдіруіне және медиа мазмұнды жасауға тікелей қатысуына мүмкіндік береді. Бұл аспектілер «Азаттық» радиосының медиаконвергенция динамикасында маңызды рөл атқарған.

Сонымен қатар, «Азаттық» радиосының сайтқа көшуі тек аудитория сұранысына ғана емес, қаржылық қажеттіліктерге де негізделді. Флинн (2001) атап өткендей, медиа индустриясы жаһанданған және цифрланған әлемнің сынқатерлеріне жауап бере алатын жаңа тәсілдерді қажет етті. Жетілген нарықтарда аудитория қызығушылығының төмендеуі, экономикалық дағдарыстың салдары және цифрлық бәсекелестіктің күшеюі БАҚ үшін жаңа бизнес модельдер іздеуді талап етті. «Азаттық» радиосы осы қиындықтарға бейімделу арқылы оқырман сұранысын жоғалтпау үшін белсенді түрде стратегиялар әзірледі. Бұл процестің мысалы ретінде, ВВС-дің қазақ тіліндегі қызметінің оқырман тапшылығына байланысты жабылуын ескеріп, «Азаттық» радиосы өзінің белсенділігін сақтау жолдарын таба білді.

«Азаттық» радиосының медиаконвергенция тәжірибесін зерттеу барысында оның заманауи медиа талаптарына қалай бейімделгенін көруге мүмкіндік алдық. Мәселен, конвергенцияның алғашқы кезеңінде радиодан сайтқа ауысу аудиторияның сұранысына сәйкес жаңа ақпарат таратудың платформаларын қолдануды талап етті. Кейінірек, әлеуметтік желілерге бейімделу ақпаратты көпарналық форматта ұсынуға және пайдаланушылардың белсенді қатысуына жол

ашты. Бұл медиаконвергенцияның тек редакциялық шешімдерге ғана емес, сонымен қатар аудиториямен қарым-қатынас моделіне де айтарлықтай ықпал еткенін көрсетеді.

Зерттеу нәтижесінде байқағанымыздай, «Азаттық» радиосының медиаконвергенция үдерісіндегі өсуі мен өзгеру динамикасы толық ашылғанымен, басқа БАҚ ұйымдарында бұл процестің нақты кезеңдері мен ішкі ұйымдастыру аспектілері туралы мәліметтер жеткіліксіз. Сондықтан, біз бір БАҚ өкілінің, яғни «Азаттық» радиосының, медиаконвергенция процесін тереңірек зерттеуді мақсат еттік. Оның ішінде редакция қызметкерлерімен сұхбат жүргізу, ішкі ұжымның жұмыс ерекшеліктерін талдау, сондай-ақ сыртқы өзгерістердің аудиторияға ықпалын бағалау арқылы медиаконвергенцияның нақты жүзеге асырылу процесін анықтауды көздедік.

Шетелдік зерттеу жұмыстарының нәтижелерін талдау барысында екі негізгі үрдіс анықталды: біріншіден, нақты екі БАҚ ұйымы аясында медиаконвергенция процесі егжей-тегжейлі қарастырылған; екіншіден, белгілі бір уақыт аралығында немесе нақты оқиғаларға байланысты медиаконвергенцияның ықпалы зерттелген. Мұндай тәсіл медиаконвергенцияның теориялық ұғым ретінде ғана емес, нақты тәжірибелік деңгейде қалай жүзеге асатынын көрсететінін аңғартады.

Бұл шетелдік тәжірибелердің негізінде Қазақстандағы зерттеулердің бағыттарын қайта қарау қажеттігі туындайды. Атап айтқанда, қазақстандық зерттеулерде нақты бір БАҚ ұйымын таңдап, оның медиаконвергенция үдерісін толық уақыт аралығында терең талдау және осы үдерістің кезеңдерін жүйелі түрде көрсету

маңызды. Мұндай тәсіл конвергенттік журналистиканың тәжірибелік негіздерін ашуға және оның Қазақстандағы даму перспективаларын айқындауға мүмкіндік береді деп есептейміз.

Белгілі бір БАҚ ұйымының медиаконвергенция үдерісін зерттеу барысында терең сұхбат жүргізу және тарихи хронология тізбегін құрастыру тиімді әдістер ретінде танылып, олардың практикалық маңыздылығы дәлелденді. Медиаконвергенция процесінің толқындарын бастан өткерген кезеңде жұмыс істеген журналистермен сұхбат жүргізу арқылы ішкі ұжымдағы өзгерістер мен медиа ұйым ішіндегі үдерістердің нақты қалай жүзеге асқанын жан-жақты талдауға мүмкіндік туады. Бұл әдіс редакциядағы құрылымдық, ұйымдастырушылық және мазмұндық трансформацияларды терең түсінуге ықпал етеді.

Болашақ зерттеулерде бұл әдісті сандық зерттеу құралдарымен толықтыру қажеттігі туындайды. Мысалы, сауалнамалар жүргізу арқылы журналистер мен аудиторияның медиаконвергенцияға қатысты көзқарастарын, тәжірибелерін және қатысу деңгейлерін талдау маңызды деректер алуға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, әлеуметтік желілердегі белсенділікті статистикалық тұрғыдан зерттеу медиаконвергенцияның әсерін сандық деректер арқылы бағалауды қамтамасыз етеді. Осылайша, сапалық және сандық әдістерді үйлестіре отырып, медиаконвергенция процесіне кешенді баға берудің әдістемелік негіздері кеңейе түседі деген қорытындыға келдік.

Бұл тәсілдер медиаконвергенцияның ішкі және сыртқы механизмдерін тереңірек ашуға, сондай-ақ оның БАҚ ұйымының жалпы стратегиясы мен аудиториямен қарым-қатынасындағы рөлін айқындауға мүмкіндік береді.

Әдебиеттер

- Баймолда, Д. (2009). *«Азаттық» радиосы: (тарихы мен тәжірибесі): оқу құралы*. Алматы: Қазақ университеті. (160 б).
- Balbi, G. (2017). Deconstructing “Media Convergence”: A Cultural History of the Buzzword, 1980s–2010s. In: Sparviero, S., Peil, C., Balbi, G. (eds) *Media Convergence and Deconvergence. Global Transformations in Media and Communication Research – A Palgrave and IAMCR Series*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-51289-1_2
- Баранова, Е. А. (2019). *Медиаконвергенция как системообразующий фактор трансформации института СМИ* (Докторская диссертация, Российский университет дружбы народов).
- Barlybaeva, S. (2023). Transformation of mass media in the modern period in Kazakhstan. *Herald of Journalism*, 69(3), 67–73. <https://doi.org/10.26577/HJ.2023.v69.i3.06>
- Белановский, С. А. (2019). *Глубокое интервью и фокус-группы*. Москва: Аналитика. (377 с.)
- Bell, D. (2018). The coming of post-industrial society. In *Social stratification* (pp. 1066-1077). Routledge.
- Bulatova, M., Berdenova, S., Kungurova, O., & Shtukina, E. (2020). Convergence as a factor in the formation of innovative journalism in Kazakhstan. *Media Watch*, 11(3), 525–536. DOI: 10.15655/mw/2020/27072020
- Bulatova, M., & Beisenkulov, A. (2018). Contemporary journalism in central Asia: Media practice and prospects in the Republic of Kazakhstan. *Media Watch*, 9(3), 347-360. DOI: 10.15655/mw_2018_v9i3_49483

- Dennis, M. (2019). Media convergence and the evolving media landscape: Implications for journalism. *Journalism Studies*, 20(5), 675–690. DOI: [10.1362/146934708X337663](https://doi.org/10.1362/146934708X337663)
- Friedrichsen, M., Kamalipour, Y. R., & Kamalipour, Y. (2017). *Digital transformation in journalism and news media*. New York: Springer. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-27786-8>
- Fortunati, L., Sarrica, M., O'Sullivan, J., Balcytiene, A., Harro-Loit, H., Macgregor, P., ... & De Luca, F. (2009). The influence of the internet on European journalism. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 928-963. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01476.x>
- García Avilés, J. A., Meier, K., Kaltenbrunner, A., Carvajal, M., & Kraus, D. (2009). Newsroom integration in Austria, Spain and Germany: Models of media convergence. *Journalism practice*, 3(3), 285-303. DOI: [10.1080/17512780902798638](https://doi.org/10.1080/17512780902798638)
- Gerbner, G. (1980). *The "Mainstreaming" of America: Violence Profile Nr 11*. Annenberg School of Communications.
- Gerbner, G., Gross L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, G. (1994). Cultivation analysis: new directions of television influence. Analysis of media effects.
- Хасан Оралтай. (2005). *Елім-айлап өткен өмір*. Алматы: Білім. (624 б)
- Хелемендик, В. (2013). Мультимедиа, онлайн-новости и мультиканальность: Возможности непрерывного обновления информации и ее доставки в режиме реального времени. В Конвергенция на интернет-платформе: свобода выбора информации и участие пользователей в создании медиаконтента (с. 113).
- Kastay, D., & Akynbekova, A. B. (2022). Multimedia journalism in Kazakhstan: Challenges and opportunities. *Central Asian Journal of Communication*, 12(3), 45–60. DOI: <https://doi.org/10.26577/HJ.2022.v63.i1.03>
- Kathrin, M. (2000). Nonlinear media influence in the era of new media: The complexity of media-audience interaction. *Media and Society Review*, 15(4), 78–95.
- Kanyeki, J. W. (2017). Overcoming Convergence in East Africa's Media Houses: The Case of the Standard Media Group. *Digital Transformation in Journalism and News Media: Media Management, Media Convergence and Globalization*, 69-85.
- Kolodzy, J. (2013). *Practicing convergence journalism: An introduction to cross-media storytelling*. Routledge.
- Кожаметова, Л. Т. (2021). Влияние современных информационно-коммуникационных технологий на развитие СМИ. *Вестник Североказахстанского Университета им. М. Козыбаева*, (2 (43)), 126-134.
- Luo, J. (2005). Dual cultivation: "Media shapes the audience" and "The audience shapes media". *Journal of Media Influence Studies*, 18(3), 45–60.
- Li, C., Ali, M. N. S., Rizal, A. R. B. A., & Xu, J. (2025). A bibliometric analysis of media convergence in the twenty-first century: Current status, hotspots, and trends. *Studies in Media and Communication*, 13(1), 313-331. <https://doi.org/10.11114/smc.v13i1.7236>
- Morgan, M., & Shanahan, J. (2010). The state of cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 675–690. DOI: <https://doi.org/10.1080/08838151003735018>
- Nugraha, A., Darmawan, A., & Steviano, I. (2021). Digital transformation Televisi Edukasi for flexibility learning students: With YouTube Televisi Edukasi. In *Education Technology in the New Normal: Now and Beyond* (pp. 123–128). Routledge.
- Hutomo, M. S., & Ritonga, R. (2022). The fight for life: The convergence of the print press in the digital media industry. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 3(2), 80–85. DOI: <https://doi.org/10.25008/jpi.v3i2.83>
- Нүриден, Р. Ш., & Илиясұлы, А. (2023). «Азаттық» радиосынан сөйлеп тұрмыз!: Азаттық радиосының 70 жылдығы мен Хасан Оралтайдың туғанына 90 жыл толуына арналды. Г. Қ. Нұрғалиева (Ред.), Д. А. Дәуренбекова (Құраст.). Астана: Балауса.
- Obalanlege, A. (2017). Journalism Practice and New Media: An Exploratory Analysis of Journalism Culture and Practice in Nigeria. *Digital Transformation in Journalism and News Media: Media Management, Media Convergence and Globalization*, 351-365.
- Quandt, T., & Singer, J. B. (2009). Convergence and cross-platform content production. In *The handbook of journalism studies* (pp. 150-164). Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203877685>
- Quinn, S. (2005). *Convergent journalism: The fundamentals of multimedia reporting*. New York: Peter Lang Publishing.
- Saltzis, K., & Dickinson, R. (2008, May). Inside the changing newsroom: journalists' responses to media convergence. In *Aslib proceedings* (Vol. 60, No. 3, pp. 216-228). Emerald Group Publishing Limited. DOI: [10.1108/00012530810879097](https://doi.org/10.1108/00012530810879097)
- Thurman, N., & Lupton, B. (2008). Convergence calls: Multimedia storytelling at British news websites. *Convergence*, 14(4), 439-455. DOI: [10.1177/1354856508094662](https://doi.org/10.1177/1354856508094662)
- Zhang, Y. (2009). Media convergence in China and Denmark: A comparative study of political, economic, and technological influences. *Journal of Global Media Studies*, 12(4), 45–67.

References

- Baymolda, D. (2009). "Azattyq" radiosy: (tarikhy men tazhibesy): okhu kuraly ["Azattyq" Radio: history and experience]. // *Almaty: Kazakh Universiteti* (p. 160).
- Balbi, G. (2017). Deconstructing "Media Convergence": A Cultural History of the Buzzword, 1980s–2010s. In: Sparviero, S., Peil, C., Balbi, G. (eds) *Media Convergence and Deconvergence. Global Transformations in Media and Communication Research – A Palgrave and IAMCR Series*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-51289-1_2
- Baranova E. A., (2019). Mediakonvergentsia kak systemoobrazuyshi factor transformacii instituta SMI [Media convergence as a system-forming factor in the transformation of the media institution]. // (Doktorskaya dissertaciya, Rossiyskiy universitet druzhbi narodov)

- Belanovsky, S. A. (2019) [In-depth interview and focus groups]. // Glubokoe interview i focus-gruppi. Moskva: Analytika (p. 377)
- Bell, D. (2018). The coming of post-industrial society. In *Social stratification* (pp. 1066-1077). Routledge.
- Bulatova, M., Berdenova, S., Kungurova, O., & Shtukina, E. (2020). Convergence as a factor in the formation of innovative journalism in Kazakhstan. *Media Watch*, 11(3), 525–536. DOI: 10.15655/mw/2020/27072020
- Bulatova, M., & Beisenkulov, A. (2018). Contemporary journalism in central Asia: Media practice and prospects in the Republic of Kazakhstan. *Media Watch*, 9(3), 347-360. DOI: 10.15655/mw_2018_v9i3_49483
- Friedrichsen, M., Kamalipour, Y. R., & Kamalipour, Y. (2017). *Digital transformation in journalism and news media*. New York: Springer. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-27786-8>
- Fortunati, L., Sarrica, M., O’Sullivan, J., Balcytiene, A., Harro-Loit, H., Macgregor, P., ... & De Luca, F. (2009). The influence of the internet on European journalism. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(4), 928-963. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01476.x>
- Gerbner, G. (1980). *The “Mainstreaming” of America: Violence Profile Nr 11*. Annenberg School of Communications.
- Gerbner, G., Gross L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, G. (1994). Cultivation analysis: new directions of television influence. Analysis of media effects García Avilés, J. A., Meier, K., Kaltenbrunner, A., Carvajal, M., & Kraus, D. (2009). Newsroom integration in Austria, Spain and Germany: Models of media convergence. *Journalism practice*, 3(3), 285-303. DOI: 10.1080/17512780902798638
- Hasan Oraltay. (2005). Elim-ailap otken omir [The life spent with sorrow about the motherland]. // Almaty: Bilim. (p. 624)
- Helemendik, V. (2013). Multimedia, online-novosti i multikanalnost: Vozmozhnosti neprerivnogo obnovleniya informaci i ee dostavki v rezhime realnogo vremeni [Multimedia, online-news, and multichannel: The ability to continuously update information and deliver it in real time]. // V Convergencia na internet-platfome: svoboda vibora informaci i ushastie polzovateley v sozdanii mediacontenta (p. 113).
- Kastay, D., & Akynbekova, A. B. (2022). Multimedia journalism in Kazakhstan: Challenges and opportunities. *Central Asian Journal of Communication*, 12(3), 45–60. DOI: <https://doi.org/10.26577/HJ.2022.v63.i1.03>
- Kathrin, M. (2000). Nonlinear media influence in the era of new media: The complexity of media-audience interaction. *Media and Society Review*, 15(4), 78–95.
- Kanyeki, J. W. (2017). Overcoming Convergence in East Africa’s Media Houses: The Case of the Standard Media Group. *Digital Transformation in Journalism and News Media: Media Management, Media Convergence and Globalization*, 69-85.
- Kolodzy, J. (2013). Practicing convergence journalism: An introduction to cross-media storytelling. Routledge.
- Kozhakhmetova L.T. Impact of modern information and communication technologies on media development. *Vestnik of M. Kozybayev North Kazakhstan University*. 2019;(2 (43)):126-134.
- Luo, J. (2005). Dual cultivation: “Media shapes the audience” and “The audience shapes media”. *Journal of Media Influence Studies*, 18(3), 45–60.
- Li, C., Ali, M. N. S., Rizal, A. R. B. A., & Xu, J. (2025). A bibliometric analysis of media convergence in the twenty-first century: Current status, hotspots, and trends. *Studies in Media and Communication*, 13(1), 313-331. <https://doi.org/10.11114/smc.v13i1.7236>
- Morgan, M., & Shanahan, J. (2010). The state of cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 675–690. DOI: <https://doi.org/10.1080/08838151003735018>
- Nugraha, A., Darmawan, A., & Steviano, I. (2021). Digital transformation Televisi Edukasi for flexibility learning students: With YouTube Televisi Edukasi. In *Education Technology in the New Normal: Now and Beyond* (pp. 123–128). Routledge.
- Hutomo, M. S., & Ritonga, R. (2022). The fight for life: The convergence of the print press in the digital media industry. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 3(2), 80–85. DOI: <https://doi.org/10.25008/jpi.v3i2.83>
- Nuriden P. Sh., & Iliyasyly, A. (2023). “Azattyq” radiosinan soylep turmiz! Azattyq radiosinin 70 zhildigi men Hasan Oraltaydin 90 zhildigina arnaldi. G. K. Nurgaliyeva (red.), D. A. Daurenbekova (kurast) [We are reporting on Radio Azattyq]. // Astana: Balausa.
- Obalanlege, A. (2017). Journalism Practice and New Media: An Exploratory Analysis of Journalism Culture and Practice in Nigeria. *Digital Transformation in Journalism and News Media: Media Management, Media Convergence and Globalization*, 351-365.
- Quandt, T., & Singer, J. B. (2009). Convergence and cross-platform content production. In *The handbook of journalism studies* (pp. 150-164). Routledge. DOI <https://doi.org/10.4324/9780203877685>
- Quinn, S. (2005). *Convergent journalism: The fundamentals of multimedia reporting*. New York: Peter Lang Publishing.
- Saltzis, K., & Dickinson, R. (2008, May). Inside the changing newsroom: journalists’ responses to media convergence. In *Aslib proceedings* (Vol. 60, No. 3, pp. 216-228). Emerald Group Publishing Limited. DOI: 10.1108/00012530810879097
- Thurman, N., & Lupton, B. (2008). Convergence calls: Multimedia storytelling at British news websites. *Convergence*, 14(4), 439-455. DOI: 10.1177/1354856508094662
- Zhang, Y. (2009). Media convergence in China and Denmark: A comparative study of political, economic, and technological influences. *Journal of Global Media Studies*, 12(4), 45–67.

Авторлар туралы мәлімет:

Кап Есенгүл (корреспондент-автор) – ф.ғ.к, SDU University (Алматы, Қазақстан, эл. пошта: yessengul.kap@sdu.edu.kz);

Жасарал Назерке – журналистика магистрі, SDU University (Алматы, Қазақстан, эл. пошта: nazerke.zhass99@gmail.com).

Information about authors:

Kap Yessengul, (correspondent author) – candidate of Philological science, SDU University (Almaty, Kazakhstan, e-mail: yessengul.kap@sdu.edu.kz);

Zhassaral Nazerke – master of Journalism, SDU University (Almaty, Kazakhstan, e-mail: nazerke.zhass99@gmail.com).

Келін түсті: 2 наурыз 2025 жыл

Қабылданды: 3 мамыр 2025 жыл