

Қалиаждарова Ш.
**Қазақстан телеарналарының
ғаламторға кірігуі: даму
болашағы**

Мақалада телехабар тарату пішіндері қарастырылады. Отандық телеарналарға сандық жүйенің енуі телевизияның ғаламторлық таралымға көшуіне ықпал етті. Қазақстандық арналардың осы саладағы даму жолдары мен бағыттарына сараптама жасалады.

Түйін сөздер: ғаламторлық таралым, конвергенция, портал, аудиовизуалды контент.

Kaliazhdarova Sh.
**Internetization of Kazakhstan
television: prospects of
development**

The article discusses forms of broadcasting. Entering and developing of digital systems contributed to the transition and entry of domestic television into Internet TV channels. Essay presents the analysis of the direction and ways of development of Kazakhstan channels in this sector.

Key words: internet-broadcasting, convergence, portal, audiovisual content.

Қалиаждарова Ш.
**Интернетизация
Казахстанского телевидения:
перспективы развития**

В статье рассматриваются формы современного телевидения. Внедрение цифровых систем в телевидение способствовало переходу отечественных телеканалов в интернет. В статье представлен анализ направления и пути развития казахстанских каналов в этой сфере.

Ключевые слова: интернет-вещание, конвергенция, портал, аудиовизуальный контент.

**ҚАЗАҚСТАН
ТЕЛЕАРНАЛАРЫНЫҢ
ҒАЛАМТОРҒА КІРІГҮІ:
ДАМУ БОЛАШАҒЫ**

Қазіргі күні еліміздегі телеарналар құрылымында хабар таратудың бірнеше түрі қалыптасып отыр. Оның біріншісі, телеарналардың ғаламтордағы нұсқасы. Яғни уақытылы өзіне қажетті тележобаны жіберіп алған аудиторияны қамту үшін жасалып отырған тиімді әдіс. Екіншісі, vod-тұтынушының сұранысы бойынша қажет етілген контент алу мүмкіндігін қамтамасыз етуші бейнежүйесі. Сондай-ақ ол контентті аудиторияға жеткізудің бүкіл жолдарын жүзеге асыра алатын телебағдарламалардың дамытылған мұрағаты болып та табылады. Ал, келесі түрі ағымдағы хабар тарату және интернет-дүкен. Олар арқылы қажетті бейнеізді табуға, керек ақпаратыңызды сол порталға жазылу арқылы алуыңызға болады. Соңғы уақытта теленарыққа тек интернет арқылы хабар тарататын арналардың келуі телеарналары құрылымына өзгерістер әкелді.

Ғаламтор арқылы хабар таратудың дәстүрлі телеарнадан басты ерекшелігі – өзіңіз қалаған уақытта кез келген жерден кіріп ақпарат алуға мүмкіндік зор. Ғаламтордың табиғатына сай интернет арналар барлығы ғаламдық мәртебеге ие болады. Ал дәстүрлі арналарда мұндай жағдай шектеулі. Өйткені, оны пайдалану үшін спутниктік немесе кабельдік жүйеге қосылу керек. Сол себепті интерактивті телевизияда технологиялық және жағырапиялық жағынан тосқауылдар бар.

Ғаламтор арқылы хабар таратуда мультимедиалық мүмкіндіктің бәрін пайдалануға болады. Бұқаралық ақпарат құралдарының барлық түрінің ғаламторға тоғысып конвергенциялануы интернет-сайт-интернет арналардың пайда болуына әкелді. Ғаламторда бейнеақпараттың сан миллионына қол жеткізуге болады. Сондай-ақ, қолында арнайы құрылғылары бар кез келген адам бейнеақпаратты өзі түсіріп тарата алады. Ал телевизия көрерменнен аса бір белсенділікті талап етпейді. Желілік телевизияда аудиторияның өзі жобаны дайындау процесіне қатыса алады.

Желі мұрағатындағы ақпараттардың шексіздігі де ғаламтор аудиториясының көптігіне әсер етіп отыр. Ғаламтордан қандай да бір бейне қажет болса, бірнеше жылғы бейнематериалды тауып бере алады. Дәстүрлі телевизия жасай алмаған дүниені осы ғаламтор арқылы табуға болатыны айғақ. Мысалы, желіні

пайдаланушы ақпаратты оның күні, жылы, авторы және тақырыбы, сондай-ақ басқа да кілт сөздер арқылы іздеп табуына мүмкіндігі бар.

Ғаламтор тек ақпарат құралы ретінде ғана емес, сонымен қоса ақпараттық қызмет көрсететін қосымша ретінде де жұмыс жасай алады. Мысалға, интернет арқылы хабар таратып қоймай, корпоративтік ғаламтор дүкенін, музыкалық әуендер мұрағатын, форум және бейнечат секілді қызметтік қосымшаларын қоя алады.

Көптеген сайттар тіркеу формасын өздерінің нақты аудиториясын анықтау үшін қолданады. Сол себепті олар әрбір пайдаланушысының сұраныма қарай бағытталып отыр. Тұтынушыларынан келіп түскен ақпараттары негізінде олар сайт элементтерін ғана емес, таралым сеткасын да өзгерте алады. Сонымен қатар, жарнамалық блогтарын да толықтырып отырады [1].

Ғаламтор арқылы хабар таратуда өндірістік шығын да аз. Дәстүрлі телеарналармен салыстырғанда студия қажет емес, қымбат аппаратуралар, спутник арнаға қосылудың қажеті жоқ. Интернет-әркімнің өз мүмкіндігін көрсетін ашық орта. Ондағы өндірістік шығынның аздығы тәуелсіз, жекеменшік, коммерциялық емес арналардың құрылуына мүмкіндік береді.

Бүгінде еліміздегі телеарналардың бәрінде әртүрлі принциптер мен мақсаттарға құрылған ғаламторлық ресурстары бар. Сондай-ақ қазір қазақстандық арналардың басым бөлігі сандық жүйеге көшуде. Мұның өзі телетаралымның дәстүрлі жүйесі мен интернеттің бір-біріне түпкілікті кірігуіне ықпал ететін үлкен мүмкіндік.

Ақпарат және коммуникация министрлігінің мәліметтеріне сүйенсек, 2018 жылға қарай халықтың 95 пайызы сандық телевизиямен қамтылады. Бүгінде қазақстандықтардың 77 пайызы сандық телевизияны қарайды. Сондай-ақ, елде ұялы және ғаламтор байланысы дамып келеді. Бүкіләлемдік экономикалық форумның ғаламдық рейтингінде Қазақстан адам басына шаққандағы абоненттер саны бойынша жетінші орында. Жүйелі ғаламторы бар абоненттер бойынша 58-тармақта болса, мобильді интернетті қолданатын тұтынушылар бойынша 44-орында тұр. Демек, ғаламторлық телевизияға сұраныстың жоғарылайтыны анық.

Телеарнаның ғаламторлық сайтын жасау – оның күнделікті көрсететін хабарларын берумен шектелмейді. Ол аудиториясына ғаламтор арқылы ақпараттық және ойын-сауықтық қызмет көрсететін жаңа мультимедиялық ресурс болып табылады. Онда ең маңызды рөлді контент – яғни оның мазмұны атқарады. Осы ретте еліміздегі

ең ірі медиақұрылым «Қазақстан» ұлттық телерадио корпорациясының интернеттегі ресми «www.kaztrk.kz» порталын негізге ала отырып, сараптама жасайық.

«www.kaztrk.kz» порталы – интернеттің қазақстандық сегменттегі бірыңғай беті. Портал республикалық телерадио корпорацияның құрамына кіретін бірқатар радио-телеарналардың сайттарын қамтиды. Олар: Ұлттық арнаның, «Балапан», «Kazsport» телеарнасының, Қазақ радиосының, «Шалқар» ұлттық арнасының, «Астана» және «Classic» радиосының, сондай-ақ аймақтық телеарналардың 12 сайты. Бұдан басқа жекелеген жобалардың да арнайы сайттары бар. Бүгінде порталдың Android, IOS-қа арналған мобильдік қосымшалары жұмыс істейді.

Порталдағы ұлттық арна сайты ең алдымен елімізде болған басты жаңалықтар мен күнделікті эфирдегі жобаларындағы маңызды деген ақпараттарды берумен аудитория назарын аударып отыр. «Басты жаңалықтар» айдарында алдағы болатын хабарларына анонс жасап, көрермендер назарын аударуға тырысады. Сайт мәліметтерді тоғыз тармаққа бөліп қарастырады: Басты бет, Жаңалық, Спорт, Телеарналар, Аймақтар, Радио, Видео, Жоба, Интернет-редакция.

Ғалым Д.Тереховтің зерттеулеріне сүйенсек, сайтты мазмұндық жағынан толықтыру үшін төмендегі бағыттарға баса назар аудару қажет:

- Телеконтент кімге арналады, оны не үшін жасап отырғандығын дұрыс бағыттау;
- Желідегі жалпы үрдістерге сәйкес келу. Яғни, безендірілуі, оның қолданудың қарапайымдылығы мен тиімділігі, сонымен қатар мақсатты аудиториясын анықтау;

– Қоғамда сәнге айналған ағымдармен қатар жүру. Бұл дегеніміз әлеуметтік желілер арқылы да аудиториясының назарына іліну [2].

«Қазақстан» арнасы сайтты контент жағын толықтыруға база назар аударып отыр. Сайттың басты беті алда болатын маңызды жаңалықтар жарнамасымен толықтырылады. Сонымен қатар, елімізде болған ең негізгі деген ақпараттарға андатпа беріледі (Мысалы: Орал қаласында Құрманғазы мен Динаға ескерткіш орнатылды, Семейде пойыз жолаушыларына тегін кітаптар таратылды, т.б.). «Басты жаңалықтар» айдарымен арнада көрсетілген жобалар барысында қандай маңызды оқиғалар, қызықты жайттар болғандығы туралы қысқаша ақпараттар берілсе, «Соңғы жаңалықтар» айдарынан хабар барысында көрсетілген қызықты бейнелер, пайдалы кеңестер, адам аса мән бере бермейтін қызықты мәліметтерді көруге болады.

Телесайт безендірілуімен және оны пайдалану кезінде қарапайымдылығымен аудиториясына әсер етуі керек. Бұл жағдайға да сайтқа ерекше көңіл бөлген. Көрерменді қай жоба, қай арна қызықтырса, желіде оны табу оңай жолға қойылған. «Әлеуметтік желілер» агенттігі ақпараттарына назар салсақ, тұтынушы үшін интернет-сайт – телекомпания контентіне қол жеткізудің тағы бір құралы болып табылады. Қазіргі жағдайда телеарналар хабар таратушы мұнара қызметін атқармайды, оны мазмұндық жағынан толықтыру үшін үлкен бір ұжымдық топ жұмыс жасайды. Сол себепті, тұтынушы олар дайындаған өнімді спутник арқылы ма, қарапайым антенна немесе YouTube арқылы көре ме, ол жағы маңызды емес» [3]. Ал осы саланы зерттеуші А. Гармантин «Ғаламтор әрбір пайдаланушысына қажетті сұранысын беруге мүмкіндік беріп отыр. Тұтынушы қандай бағдарламаны, қай кезде көргісі келетіндігін өзі таңдайды. Сондай-ақ, ол экраннан алыстамай-ақ қосымша мәліметтер ала отырып, эфирде болып жатқан бағдарламаға араласып, пікір білдіруіне және өзі секілді көрермендермен байланыс жасауына жағдай жасап отыр» [4]. Осы мақсатта қазір телеарналар әлеуметтік желілерді тиімді пайдалануда. «Facebook», «instagram», «vkontakte», «twitter» секілді желілердегі аудиторияның ақпарат құралдарында көтерілген мәселелерге байланысты жазған пікірлері де маңызды. Әлеуметтік желіде ақпарат алмасудың тағы бір тиімді тәсілі – жеке хабарламалар алмасу мүмкіндігі. Журналистердің өзі де «Facebook», «Вконтакте», «Твиттер» әлеуметтік желілерінде жеке парақшаларын ашып, жарияланған материалды аудиторияның талқылауына салып отырады. Әлеуметтік желілерде арнайы топ құруға, қоғамдық және жеке топтарға хабарлама жасауға болады. Бұл жерде әлеуметтік желілер журналиске қоғамдық пікірді қалыптастыратын жеке адамдармен виртуалды байланыс орнату мүмкіндігін береді. Жаңа медианың бұл түрі бұқаралық ақпарат құралдарынан әлеуметтік желі пайдаланушыларына өзгеше және таңқаларлық хабарларды ұсынатындығымен ерекшеленеді. Өйткені мұнда БАҚ-тың басты жаңалықтары мен тақырыптарының қаншалықты маңыздылығы да аудитория тарапынан кеңінен талқыланады [5].

Әлеуметтік желілердегі байланысты да «Қазақстан» арнасы жолға қойған. Эфирден болатын хабарларына анонс беру, жобадағы қызықты сәттер мен хабарда көтерілетін тақырып, келетін кейіпкерлерді алдын ала осы желілерде жарнамалау арқылы көрермен наза-

рына ілініп отыр. Кері байланыс – телевизия үшін маңызды фактор. Аудитория пікірі – жобаның мазмұнына өзгерістер енгізуге және солар берген аргументтер негізінде жобаға нысан табу, кейіпкер шақыруға мүмкіндік береді.

Ұлттық арна әлеуметтік желілер ішінде «Facebook»-ке ерекше мән беріп отыр. Осы желіге жазылған оқырман қатары 143 мыңнан артылады. Бұл желіде арна көбінесе бағдарламалар мен сериалдар мазмұнына қысқаша аңдатпа береді. Сонымен қатар, оқырмандары үшін қызықты деген бейнематериалдарына қысқаша тоқталып, сілтеме жасайды. Мысалы: Тұрсынғали Еділов: Қанат Ислам жекпе-жекке дайын (ВИДЕО), Еркін Шакирулы (Yerkin Shakiruly) Kanat Islam Berik Sultan <https://kaztrk.kz/kz/a/13087>, Әнші Салтанат Бақаева «Түнгі студияда» қонақта, <https://kaztrk.kz/kz/a/13141>.

Арнаның «twitter» желісіндегі оқырмандарының саны 25 мың. Алайда бұл жердегі контенттің басым бөлігі facebook-тағыларының көшірмесі болып келеді. Телеарнаның аймақтық таралымын ескерсек, желідегі оқырмандар саны бұл ақпарат құралы үшін аздық ететіні сөзсіз. Ал телеэфир материалдарын ғаламторға ыңғайлап салудың өзі – үлкен жауапкершілікті талап етеді. Өйткені, медиаөнім сайт талабына бейімделіп ыңғайланып берілуі тиіс. Тележоба туралы нақты мәліметтер беріле отырып, оның бейнелік нұсқасымен бірге сол жобаның толық мәтіні де қамтылады.

Сайт телеэфирдің қосымшасы ретінде де қызмет атқаруы мүмкін. Мұнда ол тележобаларды нақты аудиториясына жеткізу мақсатында жұмыс жасайды. Кей ретте сайт негізгі телеэфир өнімдерін пайдалана отырып, мультимедиалық материалдарды жариялаушы жеке ақпарат құралы ретінде де жұмыс жасай алады.

Телесайтта медиаөнімді жариялаудың тағы бір ерекшелігі – хабардың мерзімділігі (бағдарламаның аптаның бір күнінде, белгілі бір уақытта эфирден берілуі). Тележобалар – арнаның тұрақты шығарылымдары. Сол себепті жобаның қай кезде, қай уақытта шығатынын әр желі арқылы жарнамалай отырып, онлайн көрермендер қатарын арттыруға да болады.

Ғаламтор үшін материалдарды тақырыптар мен кейіпкерлерді топтастырып берген ыңғайлы. Мұндай «жиынтық» эфирден өткен түрлі бағдарламалар, репортаждар мен сұхбаттардан тұрады. Нәтижесінде сайтта арнайы ақпараттық жиынтық пайда болады. Материалдарды тақырыпқа немесе хабар желісіне қарай топтастыра беру – дәстүрлі телевизияға жат болғанымен,

ғаламтор аудиториясы үшін тиімді әдіс. Сондай-ақ, «қазір эфирде» немесе «онлайн» (телевизия эфирі) және «мұрағат» (архив) эфирден өтіп кеткен хабарлар топтамасын көрсету тұтынушы үшін аса қолайлы. Бұдан сайтқа ақпараттарды топтастырып берудің ерекше әдісі бар екендігін байқаймыз.

Телеарна сайты арқылы онлайн жағдайда хабарда көргеннен кейін көрерменнің бірден редакцияға хат жазып, пікірін білдіруге мүмкіндік жасалған. Әлеуметтік желілерден басқа, тікелей қоңырау шалу арқылы, viber немесе whatsApp байланыс нөмірлеріне хабарлама жазуларына болады. Соның негізінде онлайндық жүйеде қанша көрермен хабарды көргендігін және желілерде тастаған хабарламаларының саны анықталады. Бұл өз кезегінде жобаның рейтингісі мен болашақтағы сапасын арттыруға септігін тигізетіні анық. Ал аудитория сұранысын қанағаттандыру – ақпарат құралының басты міндеті.

Интернет-орта дәстүрлі телевизиядан контент берудегі стилімен ерекшеленеді. Ғаламтор нақты тұтынушысына бағытталған материалдарды ұсынуды талап етеді. Сол себепті, телесайт, телеэфир секілді ақпараттық, әлеуметтік, мәдени және музыкалық хабарлар беруге тырысады. Сайт-телекомпания үшін ақпарат таратушы тағы бір құрал ретінде жұмыс жасайды. Бірақ, ол мультимедиялық эфир болып есептеледі [6].

Қазақстан арнасы сайтының тағы бір ерекшелігі – онда фоторепортаждың болуы. Басқа арналардың интернеттік нұсқасынан ерекшеліп тұрғаны да осы фотоақпараттардың берілуі. Мәдина Сәдуақасованың «Жұлдызым» атты концертінен, «Ұлттық арнаның таңмен таласа оянатын ұжымы» репортажы, «Түнгі студия» бағдарламасына кинорежиссер Ақан Сатаевтың келуі туралы фоторепортаждар сайт мазмұнын толықтыра түседі. Сонымен қатар, бұл суреттерді тұтынушы әлеуметтік желілер арқылы өз оқырмандарымен де бөлісе алады. Бұл ең алдымен телеарнаның, ондағы жобалардың жарнамасының жан-жаққа таралуына ықпал етеді.

Көрермен үшін эфирдеі жұмыс процесін көру, қадағалау қызықты. Алайда телеарнаға барып мұндай жағдайды бақылау, шығармашылық процеске араласу тұтынушыға бұйыра бермейді. Аудиторияның осы сұранысын арттыру мақсатында ұлттық арна ұжымы «Арнаның бетке ұстар» айдарымен эфирде болған қызықты жайттар, эфирге дайындық кезеңдері, тікелей

эфирге бірер минут қалғандағы сәттерден қысқа бейнеақпараттар да салады. Бұл да сайтқа тән контенттік ерекшелік.

Телеэфирдің ғаламторлық нұсқасында ескерілетін тағы бір жағдай – ол тележобалар хронометражы. Қазір еліміздегі телеарналардың басым бөлігі бағдарламаларды толық нұсқасымен салады. Алайда, интернет аудитория үшін 15-30 минуттық хабарды көру қызықсыз. Сол себепті, телевизиялық нұсқаның ең маңызды деген жерлері алынып, қысқартылып салынады. Ал толық нұсқасы «Жобалар» немесе «Мұрағат» бөлімдерінен табылатындығы көрсетіледі. Көрермен осы қысқа нұсқасынан ақпараттар ала отырып, оны толығырақ көргісі келсе, аталмыш бөлімдерде тұрған жобаны толық хронометражымен көре алады.

Көрермен тарту мақсатында әр телеарна өзіне ғана тән ерекшелікпен көрінгілері келеді. Мәселен, www.kaztrk.kz сайтында «Қазақстан» қызметкерлерінің жеке блогтары тұратын «Менің блогым» («My blog») бағаны ашылды. Осы баған туралы аталмыш арна сайтында: «Мақсат – корпорациядағы теле және радиожүргізушілердің басын бір жерге біріктіру, қызметін насихаттау, екі мыңнан астам еңбек ететін корпорация қызметкерлерінің бір-бірімен байланысын арттыру, порталды бұған дейін тәжірибеде болмаған корпорациялық байланыс орнаған платформаға айналдыру» деп жазады [7]. Онда әр блог иесі өзін қызықтырған тақырыпта жазба салып, әлеуметтік желілер арқылы оқырмандарымен бөлісіп отырады. Эфир арқылы көрермен көзайымына айналған бейнелермен көзбе көз қауыша алмайтын көрермен үшін мұндай бағанның орны ерекше. Себебі, сол жан туралы ақпарат, оның жазбаларымен жақын таныса отырып, жеке дара байланыс жасауына да мүмкіндік жасалған.

Қазір телеарналар аудитория үшін ғаламторлық желісіз өз арналарының сайттарына кіруге ақысыз қосымшаларын ұсынуда. iTunes – жиынтыққа қосудың және жүйелеудің әлем бойынша қарапайым түрі болып саналады. Осы бағдарлама арқылы арналардың қосымшаларын тегін көруге болады. Мұндай қосымшаларын «Қазақстан», «Астана», «24kz», «Хабар» арналары тиімді пайдаланып отыр. Бұл көрерменнің қай жерде, қай уақытта болмасын ғаламторсыз арна сайтына кіріп, телеөнімдерді көруіне жол ашады.

Қай телеарна болмасын интернет арқылы хабар таратудың қажеттігін түсініп отыр. Сол себепті, телесайттарын жан-жақты дамы-

туға тырысуда. Бұл телевизияның жаңа бір деңгейде дамуына ықпал етіп отыр. Қазіргі таңдағы аудиобейнелі контентті жеткізудегі пішіндік өзгерістер, оның ғаламтордағы қолжетімділігі, сондай-ақ оның тұтынушысымен байланыстағы жаңа пішіндері сайттағы материалдарының мазмұндық, эстетикалық, архитектуроналық, тілі мен стильдік

ерекшелігіне қатты әсер етуде. БАҚ нарығы көрсетіп отырғандай, телеөнімді таратушы мен оны тұтынушы арасындағы байланыс үлкен өзгеріске ұшырады. Бағдарламалардың жаңа парадигмасы пайда болып, онда хабар таратушы үстемдігі екінші орынға түсіп, керісінше аудитория дербестігі және олардың арна қызметін еркін түрде пайдалану деңгейі өсті.

Әдебиеттер

- 1 Телевидение: XXI век / Латенкова В. // Вестник «электронных и печатных СМИ» Академия медиаиндустрии. – №21. – 2015. – 125-130 б.
- 2 Уланова М.А. Интернет-журналистика: практическое руководство. – М.: Аспект Пресс, 2014. – С. 44-48.
- 3 Ключи к эфиру: К 2. Основы мастерства: Опыт, практические советы / под ред. Шевелева. – М.: Аспект Пресс, 2014. – С. 180-185.
- 4 Жаңа медианың дамуы / А. Ниязгулова, А. Акпанбетова // ҚазҰУ хабаршысы. Журналистика сериясы. – №1 (39). – 171-174 б.
- 5 Актуальные аспекты интернетизации современного телевидения / В. Латенкова // <http://www.dissercat.com/content/aktualnye-aspekty-internetizatsii-sovremennogo-televideniya>.
- 6 Амзин А. Новостная интернет-журналистика. – М.: Аспект Пресс, 201. – С. 93-96.
- 7 www.kaztrk.kz

References

- 1 Televidenie: XXI vek / Latenkova V. // Vestnik «jelektronnyh i pechatnyh SMI» Akademija mediaindustrii. – №21. – 2015. – 125-130 b.
- 2 Ulanova M.A. Internet-zhurnalistika: prakticheskoe rukovodstvo. – M.: Aspekt Press, 2014. – S. 44-48.
- 3 Kljuchi k jefiru: K 2. Osnovy masterstva: Opyt, prakticheskie sovety / pod red. Sheveleva. – M.: Aspekt Press, 2014. – S. 180-185.
- 4 Zhаnа medianуң damuy / A. Nijazgulova, A. Akpanbetova // ҚазҰУ habarshysy. Zhurnalistika serijasy. – №1 (39). – 171-174 b.
- 5 Aktual'nye aspekty internetizacii sovremennogo televideniya / V. Latenkova // <http://www.dissercat.com/content/aktualnye-aspekty-internetizatsii-sovremennogo-televideniya>.
- 6 Amzin A. Novostnaja internet-zhurnalistika. – M.: Aspekt Press, 201. – S. 93-96.
- 7 www.kaztrk.kz