

## **БАҚ-ТЫҢ ЖАҢА ФОРМАСЫ - ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕВИДЕНИЕ**

**Әлкен Аружан Жасұланқызы**

alken.aruzhan@mail.ru

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ Журналистика және саясаттану  
факультетінің 3 курс студенті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан  
Ғылыми жетекшісі – аға оқытушы Алғалиева Г.С.

Бүгінгі күнді бүкіләлемдік желісіз елестету мүмкін емес. «Интернет» және «телевидение» жаһандық дамудағы бұқаралық коммуникацияның алар орны техника жетістігімен және жаһандық желісінің қуаттылығымен айқындалады. «Интернет» және «телевидение» жеке дара атқарар қызметі өз алдына бір төбе. Алайда «интернет-телевидение» деп, бір жүйеге енгізілген бұл бағыт тек сөз жүзінде ғана емес, іс жүзінде қаншалықты жаңашылдыққа ұмтылатындығында. Мұны БАҚ-тың жаңа формасы ретінде қарастыра аламыз ба? Қалыпты телеарналардан айырмашылығы қандай?

Интернеттің жаңа моделін негізге ала отырып, қазіргі уақытта медиаиндустрия елеулі өзгерістерге және реформалауға ұшырады. Шын мәнінде, бұқаралық ақпарат құралдарының конвергенциясы - бұл конвергенция процесінде интернет басым болатын интернет-технологиялар және өнеркәсіп арқылы басқарылатын революция. Интернет дәуірінде телевизиялық БАҚ пен интернет көптеген аспектілерде терең интеграцияға қол жеткізді. Интернет - күнделікті өмірдегі коммуникацияның, жарнама таратудың аспектілерін өзгертіп, теледидар қызметіне түбегейлі әсер етті. Олардың бірі Liebowitz and Center (2012), теледидардағы бағдарламалардың түрлерімен бәсекелес ойын-сауық нысаны ретінде интернетті ауыстыру. Ал, екіншісі интернет-қарақшылықтың фильмдер мен телевизиялық бағдарламалар нарығына әсері (Liebowitz 2014). Интернетке тікелей тәуелсіз үшінші ықпал – портативті видеоплеерлер қабілетіне байланысты, мәселен смартфон түрінде, ағынды және сақталған бейнені бағдарламалау, портативті видеоплеерлердің қабілетіне байланысты жоғары деңгейдегі ұтқырлық [1].

Теледидар нарықтарында технологиялық режимдегі ауытқушылықтарды күшейткен - кабельдік және спутниктік таратуды енгізу болды. Бұл технологиялар радиохабар тарату кезіндегі қолжетімділіктен әлдеқайда көп арналарды қамтамасыз етті. Көптеген кабельдік арналар осы синхрондылықты шектеу мақсатында шығарылымдарын түрлі уақытқа бөлді. «TiVo» сияқты бағдарламаны жазу құрылғылары, « бағдарламаны бір рет жазып, оны екінші рет ойнату» әдісі бойынша синхрондылықтың шектелуін еңсеруге тырысты. Соңғы жылдары көптеген кабельдік жүйелер көрермендерге кабельдік бағдарламалардың шағын жиынтығын көруге мүмкіндік беретін «асинхронды» қызмет түрін ұсынды. Интернет сервистері синхрондылықты шектеуді толығымен жойып, осы ескі технологиялардың кез келгенімен салыстырғанда көру параметрлерінің жиынтығын едәуір жақсарта алады. Бұл өзгеріс әрбір тұтынушының өз иелігіндегі музыканың әлемдік қорының болуына септігін тигізеді. Бұл әдіс Голдштейннің (1995) «музыканың ғаламдық автоматы» жайлы идеясымен тығыз байланысты[2]. Бұл тұжырымдама, бейне бағдарламалауға және сандық ойын-сауықтық бағдарламалардың барлығына бірдей қолданылуы мүмкін. Кабельді және спутниктік

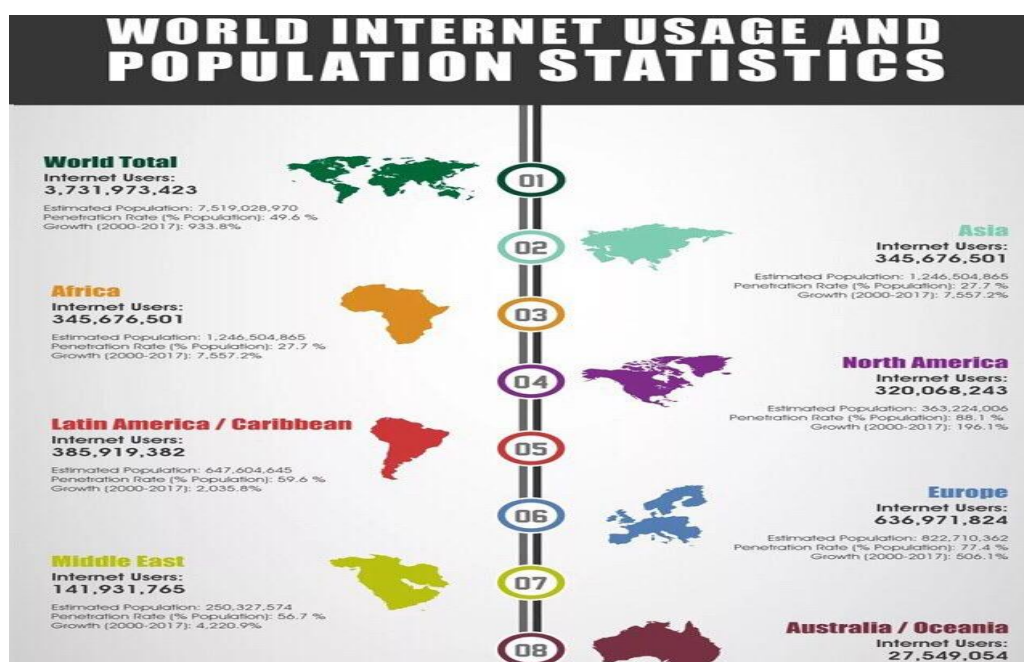
бағдарламалау эфирдегіден әлдеқайда қолжетімді бағдарламаларды қамтиды. Интернет арқылы хабар берілгенге дейін кабельдік және спутниктік теледидарсыз көрермендер эфирлік телевизиялық хабар таратудың дәстүрлі сигналдарының аздаған санымен шектелді. Кеңінен таратылатын телеарналарды пайдалану айтарлықтай артып келеді, сондықтан пайдаланушылар саны (масштабталу) және трафикті басқару қажеттілігі (өткізу қабілеті) желі параметрлерін жобалау және анықтау үшін кәдуілгі проблемаға айналды. Кеңінен таратылатын хабарлар және тікелей арналар контентті тарату сценарийлерін өткізу қабілетіне үлкен сұраныс тұрғысынан тұрақты негізде жұмыс істеуге қатаң талаптар қояды. Пайдаланушылардың сапасы мен санына қатысты күтілімдерді қанағаттандыру үшін неғұрлым тиімді қосымшалар енгізу, сонымен қатар, интернет-провайдерлер мен желілік операторлар инфрақұрылымының неғұрлым бай болуын ескере отырып, қызметтерінің деңгейін қамтамасыз етуге қажеттілік туындайды.

Интернет-телевидение - телевизиялық контенттің ғаламтор арқылы таралуымен жүзеге асырылатын процесс, үнемі жаңашылдыққа ұмтылып, дамып отыратын желі. Әлемнің түкпір-түкпіріндегі тәуелсіз студиялардың, топтардың және адамдардың жасап шығарған көп қырлы әрі жан-жақты видео-материалдарының тұтас әлемі іспетті. Бұл желіде көптеген ірі және орта видео операторлар өз авторлық контентін ұсынып отыратыны жасырын емес. Ең алдымен, басты мәселеге тоқталсақ...

Жалпы интернет- телевидение – көрермендердің қалыпты телеарналардан көретін бағдарламаларына қарағанда, өте кең әрі ауқымды медиа-өнімдерді, хабарламаларды, көрсетілімдерді ұсынуға ерекше қабілетті. Сондай-ақ, әр пайдаланушыға көрсетілімдерді ашық форматта ұсына алады. Көрермендерге ашық платформалы, эфирге ұсынылатын каналдардан басқа шын мәнінде шектелмеген авторлық және тәуелсіз интернет каналдарына да кепілдік береді. Әрдайым жаңашылдыққа негізделіп отыратын интернет тв – қазіргі таңда көрермендері үшін ыңғайлы, барлық талаптарға сай, кез-келген қоғамдық игіліктерді жүзеге асыра алатын функцияларға ие. Айта кетсек, хабарды таратушы - интернет-провайдермен кабельдік операторға мүлдем тәуелсіз, бірден көрермендер мен тікелей канал байланысына шығады. Интернет-телевидениенің кез-келген техникалық шешімі, пайдаланушының хабарды алып отырған құралына көп жағдайда тәуелсіз болатыны рас. Көптеген сервистер веб-порталдардың ішінде поштамен, текстік және графикалық редакторлармен, күнделіктермен қалай интеграцияға түссе, интернет-телевидение де пайдаланушылар өмірімен дәл сондай веб-интеграцияға түсетіні жасырын емес. Ақпарат заманының жылдамдығына ілескен технологиялардың күн сайын дамуы - қоғам өміріне де өз құзырын жүргізіп, байырғылықты ысырып тастауға мәжбүрледі деуіміз артық болмас. Нәтижесі, жаһандық бәсекелестіктің заманындағы толассыз ақпараттарға қанығу болмақ. Интернет-телевидениенің хабарларына кейбір қалыпты телеарналардағыдай шекаралық шектеу жоқ, барынша жаһандық аудиторияға есептелген, алайда, хабар контентті тарататын құқыққа қайшы болмауы тиіс екенін ескерген жөн. Интернет-телевидениенің моделінің бағытына келер болсақ, ол жалпылама аудиторияға емес, мақсатты аудиторияның қызығушылына жақын, көптеген каналдарға бағытталып отырады. Осының нәтижесінде интернет-хабарламаның сегменттелуі жүзеге асады. Нәтижесінде жеке мамандандырылған каналдардың пайда болуына әкеп соғады. Мәселен, адвокаттарға арналған және өнер иелеріне арналған арналарды алсақ та болғаны. Түрлі рубрикаларға негізделген өз өнерлерін жіберіп отырады. Челси футбол клубы өздерінің ауқымды хабарлама жүйесіне кіру қызметін ұсынады. Интернет- трансляциялардан басқа каналға жазылушылар клуб жаңалықтарынан хабардар болып, тіпті e-mail арқылы сүйікті командасының ойыншыларымен хат алмаса алады дегендей мысалдарды айтуға болады. Демек, хабар таратушының құзырындағы конвергенция, шектеусіз ақпарат архивы, қосымша сервистер мен хабарламалардың персоналдылығы, аз шығынды технологиялық тізбе және интерактивтік бағыттарды интернет-телевидение моделі арқылы көз алдымызға осылайша елестете аламыз.

Интернет-теледидар интернет инфрақұрылымының дамуымен қатар шарықтауда. ADSL-қосылымының технологиясын тарату барысында сапалы өнімдерге қол жеткізілуде. Алайда,

интернет-теледидарда да бірқатар проблемалар жоқ емес. Негізгі проблеманың бірі - бейне және дыбыс сапасы. Хабар таратушылар бейнені желіде трансляцияға бейімдеуге және сапасына теріс әсер етпес үшін компрессациялауға тиіс. Интернеттегі бейне сапасына әсер ететін негізгі факторлар пайдаланушылардың желіге қосылу жылдамдығы мен трафик бағасы болып табылады. Интернет-тв дамуына желіге лимитсіз қосылу бағасын біртіндеп ырықтандыру түрткі болып отыр. Бұдан басқа, бейнематериалдарда авторлық және сабақтас құқықтарға қатысты бірқатар проблемалар бар. Дәстүрлі телеарналардың көпшілігі, соның ішінде ВВС, өз бағдарламаларын ғаламторда ел аумағы арқылы таратуды шектейді, себебі трансшекаралық хабар таратуға құқығы жоқ. Сәйкесінше, YouTube ережелері сайтқа авторлық құқық туралы АҚШ заңында жазылға бейнелерді жүктеуге тыйым салады. Компания қызметкерлері қарақшылық контенттерді жиі жойып отырады. Осыған қарамастан, сервиске авторлық құқықпен қорғалған көптеген бейнелерді жүктеу жалғасуда. Компания қызметкерлері оған құқық иеленушілер немесе сервис пайдаланушылары тарапынан шағым түскен соң ғана назар аудар алады. Алайда, кейде пайдаланушылардың шағымдарында заңды бейнероликтер «қарақшылық» деп танылады. Интернет-технологиялардың даму жылдамдығы әдетте олар туралы теориялық түсініктердің эволюциясынан озады. Алайда, кейбір тенденциялар анық көрсетіледі. 2008 жылы eMarketer болжамы бойынша, желіде теледидар арналары сияқты, көптеген әуесқойлар сияқты нарықтың кәсіби ойыншыларынан «бейне контентті» ұсыну айтарлықтай артқан. Google, Microsoft және телеарналар сияқты онлайн бейне нарығының ірі ойыншылары осы саладағы жарнамамен айналысатын шағын компанияларды сатып ала отырып, өздерінің сервистері мен бейнеконтентін де қолдаған. Әлемде YouTube желісі «маңызды саяси құрал» болады деп күтілуде. YouTube желіде ең көп трафик тартады және америкалық интернет пайдаланушылардың ең сүйікті әлеуметтік медиа тізімінде үнемі бірінші орынға ие әрі президенттік сайлау компаниясы кезінде маңызды рөл атқарады. Видео-технологиялар сондай-ақ виртуалды әлемдерде де тарайды. 7,5 миллионнан астам аккаунты бар Second Life - ең танымал үш өлшемді әлемнің бірінде Reuters ресми өкілдігі ашылған. «Интернет - виртуалды-теледидардың жаңа формаларының пайда болуын дәл осы әлемдерде күту қисынды» дейді американдық ғалымдар[3].





Жалпы, интернет-теледидарла бұрынғы уақыттарда пайда болған, және осындай қызметтерді ұсынатын ресейлік провайдерлердің тізімі жүздеген түрлі компаниялар мен веб-сайттарға есептелген. Оларды үш топқа бөлуге болады.

- ✚ Шағын компаниялар пайдаланушыларды контенттің түпнұсқалығы, хабар тарату торын құруға өз көзқарасы арқылы тартуға тырысады. Кейде бейресми музыкаға арналған арналардың тұтас желісін кездестіруге болады. Тұрақты онлайн-хабар тарату мен жаңа, бірегей сюжеттерді күтуге тура келмейді. Әдетте бағдарлама бірнеше ондаған жаңа роликтерден тұрады, арасында авторлық бағдарламалар да бар. Тікелей онлайн-хабар тарату негізінде болмаған жағдайлар сирек емес: сайтта пайдаланушыға оны қызықтыратын бейнеклиптерді таңдау және жүктеу ұсынылады.
- ✚ Екінші топқа кеңжолқты қатынау арқылы танымал спутниктік және федералдық арналарды көру үшін ұсынатын ірі интернет-провайдерлерді жатқызуға болады. Әдетте бұл Triple Play технологиясы деп аталады, оған интернетке кеңжолқты қатынау (TCP/IP), IP-теледидар (IPTV) және интернет-телефония (VoIP) кіреді. Сонымен қатар, Интернет-провайдердің көмегімен спутниктік және федералды арналарды көруге қатысты, бұл қызметті таңдау көбінесе қаржылық тұрғыдан да (қосылу құны, абоненттік төлем құны), функционалды жағынан да тиімді. Егер жерсеріктік тәрелкеден және ресиверден жасалған, жиынтық техника тұрғысынан көп жылдар ішінде іс жүзінде өзгермесе, онда компьютерлер мен бағдарламалық қамтамасыз ету мүмкіндіктері алға қарай қадам баспақ. Қосымша жабдықты сатып алудың қажеті жоқ, ал теледидар арналарын компьютер мен теледидар экранында көруге болады. Теледидар бағдарламаларын Компьютердің қатты дискісінде немесе CD және DVD-дискілерде қажетті бейне пішімін таңдау арқылы оңай сақтауға болады.
- ✚ Ақырында, ең беделді топқа өзінің толыққанды телеарналарын жасайтын компанияларды жатқызуға болады. Мұнда «Rambler Media» компаниясының «Rambler» арнасын нөлден құрған еңбегін атап өткен жөн. Уақыт өте келе арна иелері оны басқаруды бейінді құрылымның қолына беріп, арнаның активтерін "Проф-Медиа" медиа-холдингіне сатқан. Алайда, осы ірі жобаның қаржылық және статистикалық көрсеткіштері федералды және Мәскеу арналарының көпшілігімен салыстырғанда өте қарапайым. Мысалы, өткен жылы Rambler TV-ны көрермендердің тек 0,47% -ы қараған және бірінші жартыжылдықтағы кіріс \$2.15 млн. құраған.

Қазіргі таңда ұсынылатын интернет-тв провайдерлері кабельдік және спутниктік бәсекелестерінің жанында әлдеқайда қызықты. Бірақ бейне сигнал берудің ыңғайлы пішімін ұсынғаннан және абоненттің ақшасын үнемдеуден басқа ештеңе де артық емес.

Интернетке кеңжолқты қатынау ТВ-хабарларды қарап шығудан гөрі пайдалы сервистерді көбірек ұсынуға қабілетті. Мәселен, Ресейде интернет-хабар таратудың перспективалық технологиялары дамуда және J ' son & Partners беделді агенттігінің пікірі бойынша, таяудағы үш жылда қосымша қызметтер ғана қалады және өзінің негізгі бәсекелестерін ешқандай жолмен ығыстыра алмайды. Себебі, ең қызықты әрі нақты технологиясы енгізілетін IPTV – Video on Demand, немесе "сұранысы жоғары бейнеролик".

Тұтынушылардың барлығы жай ғана абонент сайтқа (немесе теледидар/медиа-орталық мәзіріне) кіріп, ұнаған фильмді немесе репортажды таңдап, кез келген ыңғайлы уақытта қарап шығуды көздейді. Контенттің әрбір бірлігі үшін (фильм, хабар шығару, сериал, теле -репортаж) оның шотынан белгілі бір сома алынады. Бірақ мұнда өте жағымсыз техникалық және саяси шектеулер күшіне енеді. Кез келген провайдер 10, 20, 30 түрлі ағындарды жылдам беруді ұйымдастыра алады. Бірақ олардың саны жүзден асып кетсе, қиындықтарға тап болары анық. Фильмдер базасындағы кейбір шектеулер бар. Алайда Батыста, атап айтқанда, АҚШ-та проблема жабдықтың қуатын арттыру жолымен ішінара шешіледі. Әрине, күніне мыңдаған фильмдер пайда болмайды, дегенмен жүздеген ең ірі операторлардың базасында ол фильмдерді табуға болады. Video on Demand (VoD) ірі ресейлік оператор-"Комстар-Директ" компаниясы ("СтримТВ" сауда маркасы) - бұл технологияның толық көлемінде емес, VoD арқылы хабар таратуды бастады. Стрим ТВ қызметінің мәні әр апта сайын абоненттерге 40-қа жуық фильм ұсынылады. Келесі аптада тізім ішінара жаңартылып отырады. «VoD» өзінің мүмкіндіктері бойынша "виртуалды бейнені жалға беру" аналогымен шектелмейді. Жоғарыда айтылғандай, жеке репортаждар, деректі фильмдер, музыкалық клиптер, эксклюзивті телетрансляциялар аса танымал болар еді. Егер IPTV барлық артықшылықтарын бір сөзбен белгілесе, ондағы екі тарапты «интерактивтілікті» байқауға болады. Барлығы YouTube сервисінің серпілісі туралы ойластырылған, жүздеген мың пайдаланушы шағын кәсіпқойлар командасына қарағанда қызықты бейне контентті ұсынады. Кейде кездейсоқ түсірілген ролик авторлық репортаждардан гөрі қызықты көрінеді. Дегенмен, келіп түсетін мазмұнды модерациялау мәселесі маңызды рөл атқарады. Егер YouTube-те салынған жаңа фильмнің фрагменті немесе заңнаманың негізгі ережелерін бұзатын ролик болса, билік пен халық массалары тарапынан наразылықтар туғызбауы мүмкін, онда мұндай жазбаларды тікелей эфирде табу арна мен провайдердің беделіне айтарлықтай әсер етеді. Негізгі мәселе, көрермендерге ұсынылатын видеороликтердің саны мен сапасы арасындағы тепе-теңдікті сақтау керек.

Басқаша айтқанда, YouTube-сервис IP-теледидарды дамытудың бір әдісі. Оны құру үшін абоненттер тек қана сигнал қабылдап қана қоймай, сонымен қатар өз материалдарын желіге жүктеп алу үшін кейбір теледидар-приставкаларын шығару қажет. Бұл префикс ретінде қарапайым компьютер немесе ноутбук болуы мүмкін, бірақ жаппай пайдаланушы үшін мұндай шешім қолайлы емес. Сонымен қатар, Triple Play тұжырымдамасы пайдаланушыларға үш қызмет түрін ұсынады:

- ✚ Интернетке кеңжолқты қатынау;
- ✚ IP-теледидар;
- ✚ IP-телефония;

Өз аналогтық форматта олар бұрыннан ескірген және абоненттерге қазіргі заманғы қызметтердің барлық спектрін ұсына алмайды. Бұл қажетті сервистер пакеті бір жолғы және құны үшін жеткілікті консервативті абоненттер арасында да танымал болады. Ең алдымен, Triple Play-ді енгізудің табысы кеңжолқты қатынауының өткізу қабілетіне байланысты. Теориялық жағынан кемінде - 6 Мбит / с[4]. Video on Demand фильмді қалыпты көру үшін шамамен 4 Мбит/с талап етеді, бұл MPEG2 форматын пайдаланумен байланысты, бірақ MPEG4-ке (және тиісті жабдықтың апгрейдімен) көшумен байланысты болмақ. Мұндай жылдамдық тек Ethernet және ADSL арналарын қамтамасыз ете алады. ADSL-дің басым бөлігі нарық қолындағы ірі провайдерлер, оларды күшіне енгізу және дамытудағы перспективалы IP-сервистердің рөлі зор. Ғалымдардың болжауынша, жоғары айқындығы (HDTV) теледидар форматының кең таралуымен, ADSL өткізу қабілеті болашақ



стандарттарын ескерсек, жеткіліксіз болуы мүмкін. Ethernet-желілерін пайдалану кезінде мұндай мәселеге болмайтыны анық. Қазіргі 100 Мбит/с-желілерді 1 Гбит / с дейін (және мұндай мысалдар аз емес) жаңғыртуға болады, және 1 Гбит / с - бұл технология үшін шек емес[4.1]. Бірақ нарықтың айтарлықтай үлкен бөлігі шағын үй желілерінің қолында, егер IP-технологияларды енгізе алатын болса, онда масштабта күтуге тура келмейді. Сондықтан болашақта ірі Ethernet-провайдерлер шағын конторкаларды жойып, клиенттерге IP-қызметтердің кейбір бөлігін ұсынады. Егер Ethernet-сегментацияланған нарық және барлық желілер шағын жеке компаниялар арасында бөлінсе, онда ірі операторлар ұсынатын ADSL-арналардың жақын болашағы неғұрлым бұлтты. Мәскеу уақыты үшін Triple Play жақын арада пайда болады: интернет пен телефонияның ірі операторларын біріктірген "жүйе" ҚҚҚ осы қызметтердің барлығын ұсынып отыр. Толық сәйкестік үшін тек бірыңғай интерфейс пен байланыс қызметтерін қоспағанда, барлығын төлеу үшін қолайлы абоненттің шоты ғана жетіспейді.

IPTV әлемінде және ілеспе сервистер өте баяу дамиды, бірақ жұлқи көтерумен, әдетте, бұл қызықты тарифтерді ұсынатын және белсенді жарнамалық саясатты жүргізетін жаңа ірі провайдерлер жұмысының басталуымен байланысты. Әлемде IPTV пайдаланушылардың статистикасы келесідей:

- ✚ Chunghwa Telecom (Тайвань) - 40 000 жазылушы
- ✚ Fastweb (Италия) - 161 000 жазылушы
- ✚ France Telecom (Франция) - 100 000 + жазылушы
- ✚ Free (Франция) - 200 000+ жазылушы
- ✚ KDDI (Жапония) - 80 000 жазылушы
- ✚ PCCW (Гонконг) - 416 000 жазылушы
- ✚ Telefonica (Испания) - 40 000 жазылушы
- ✚ TeliaSonera (Швеция) - 117 000 жазылушы [5].

АҚШ-та қосылған абоненттердің саны шамамен миллионнан аз. Дегенмен бұл сандар өткен жылдың соңындағы жағдайды көрсеткенімен жақын арада өзекті болмасы анық. Gartner пікірінше, үш жыл ішінде IPTV қызметіне жазылушылар саны 48 миллион адамға дейін өседі, бірақ нақты болжам жасау қиын. Оның себебі - IPTV танымалдылығының ұсынылатын қызметтердің сапасы мен санына тәуелділігі. Жаңа сервистердің белсенді енгізілуіне байланысты сандар айтарлықтай өзгеруі ықтимал. IPTV әдеттегі теледидарды ығыстыра ма? Еуропа мен АҚШ-та сарапшылар соңғы сандармен таңқалдыруда. Біздің елде әзірге аналогтық теледидардан IPTV пайдасына бас тартқан бірнеше мың адам ғана табылып, болашақта жағдай тез өзгеріп кетуі екіталай. IPTV соңғы уақытта интернеттен бас тартқан пайдаланушыларды тартады. IPTV дамуын жылдамдататын факторлар бар, мәселен, Ресейде. Осы технологиялармен жұмыс істеу үшін қарапайым және түсінікті интерфейсін болмауы өте маңызды мәселе болып табылады. Егер қарапайым теледидарды басқару пультімен егде жастағы адам да түсінсе, онда түрлі IP-сервистердің мәзірінің қуаты арқылы ДК-нің тәжірибелі пайдаланушысының ғана күшіне енеді. Әрине, компьютерлік сауаттылыққа оқытылған адамдардың саны біртіндеп өсуде, бірақ проблеманы біздің отандастарымыздың көпшілігіне түсінікті, тірі интерфейсін пайда болуы ғана шешеді. Бұл Windows Media Center болуы мүмкін. Жақында Microsoft компаниясы осы операциялық жүйе мен оның базасында өнімдерді жылжыту бойынша белсенді бағдарламаны бастаған. Жүйемен жұмыс істеу принципін түсіндіретін толық брошюралар шығарылған. Microsoft Media Remote пульті оңай емес, бірақ оның көмегімен операциялық жүйеге салынған барлық функцияларды пайдалануға болады. Бұл жағдайда аппараттық бөліктен ешқандай проблема жоқ: заманауи компьютер 100% барлық IPTV мүмкіндіктері үшін жарамды, провайдер тіпті өз интерфейсін ойлаудың қажеті жоқ – барлығы Windows Media Center-де бар, тек қана шығыс деректерін өз жүйесінің форматына өңдеу қажет. Бірақ, мұндай жүйе теледидарға ең озық префикстен айтарлықтай қымбат болмақ.

Қорыта келгенде, интернет-телевидениенің қалыпты телеарналардан айырмашылығы жер мен көктей десек артық болмас. Қазіргі замандағы мультимедия арналары ақпараттардың кең көлемде таралуын қамтамасыз ету мақсатында айтулы жетістіктерге жеткендігі өз алдына бір төбе. Интернет – телевидение – ол ақпараттың еркін айырбасы орын алатын ұлттық, өңірлік және жергілікті желілерді біріктіретін жүйе. Бүгінгі таңда БАҚ құралдарының электрондық нұсқаларының технологиялық мүмкіндіктері интерактивтіліктің жоғарырақ деңгейіне өтуге жағдай туғызатындықтан, одан жалпылама, топтық аудиториямен, тұлғаланған адресатпен ақпараттық өзара әрекеттесу элементіне айналған БАҚ дамуының аспектілерін көреміз. Көпшілік жағдайда желілік журналистика, негізінен, басқа БАҚ пен ортақ элементтерге сүйенеді. Интернеттің пайда болуына байланысты журналистер өздерінің кәсіби шеберліктерін жетілдіріп, көтерудің жаңа құрылысына, азат құралына ие болды. Желілік телевизияны БАҚ-тың жаңашыл формасы ретінде қарастыруға ерте болғанымен, кеш бола қоймасы анық. Дегенмен, қарапайым телеканалдарды көшіріп алмай, шынайылыққа бет бұрсақ – отандық желідегі арналарымыздың ғұмыры ұзақ болмақ.

#### **Қолданылған әдебиеттер тізімі**

1. [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=WOS&search\\_mode=GeneralSearch&qid=1&SID=F43KBSkuzHeoGQVLniw&page=10&doc=100](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&qid=1&SID=F43KBSkuzHeoGQVLniw&page=10&doc=100) (27.02.2019)
2. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2000. С. 84. (02.03.2019)
3. Егоров В. Телевидение между прошлым и будущим. М., 1999 ( 04.03.2019)
4. Иноземцев В. Перспективы постиндустриальной теории в меняющемся мире. В кн.: Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под. ред. В.Л. Иноземцев. М.: Academia, 1999. С. 38-41. (04.03.2019)
5. [https://apps.webofknowledge.com/full\\_record.do?product=WOS&search\\_mode=GeneralSearch&qid=1&SID=F43KBSkuzHeoGQVLniw&page=3&doc=30](https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&qid=1&SID=F43KBSkuzHeoGQVLniw&page=3&doc=30) (27.02.2019)