

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н.ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ САЯСАТТАНУ ФАКУЛЬТЕТІ
ТЕЛЕРАДИО ЖӘНЕ ҚОҒАММЕН БАЙЛАНЫС КАФЕДРАСЫ



**«Жаһандану кезеңіндегі заманауи телерадиожурналистиканың
даму тенденциялары» атты қазақ телевизиясының 65 жылдық
мерейтойына арналған халықаралық ғылыми-тәжірибелік
конференция
МАТЕРИАЛДАРЫ**

**МАТЕРИАЛЫ
международной научно-практической конференции «Тенденция
развития современной телерадиожурналистики в эпоху
глобализации» посвященной 65-летнему юбилею казахстанского
телевидения**

«Жаһандану кезеңіндегі заманауи телерадиожурналистиканың даму тенденциялары» атты қазақ телевизиясының 65 жылдық мерейтойына арналған халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция жұмысының

МАТЕРИАЛДАРЫ

Астана, Қазақстан, 14 наурыз, 2023

МАТЕРИАЛЫ

Международной научно-практической конференции
«Тенденция развития современной телерадиожурналистики в эпоху глобализации»
посвященной 65-летию юбилею казахстанского телевидения

Астана, 14 наурыз, 2023

MATERIALS

International Scientific and Practical Conference
The 65th anniversary of the Kazakh Television on the topic
"The trend of development of modern TV and radio
journalism in the era of globalization"

Astana, Kazakhstan, 14 March, 2023

**ӘӨЖ 070(082)
КБЖ 76.03я431
Ж29**

Ғылыми редакторлар:

С.М. Дүйсенғазы - филол.ғ.к., доцент

А. Пернебекова - аға оқытушы

Жауапты редактор:

Р.А. Шакуова – аға оқытушы

«Жаһандану кезеңіндегі заманауи телерадиожурналистиканың даму тенденциялары» атты қазақ телевизиясының 65 жылдық мерейтойына арналған халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция жұмысының материалдары. 14 наурыз, 2023. – Астана: Еуразия ұлттық университеті, 2023.

Жинаққа «Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Журналистика және саясаттану факультеті Телерадио және қоғаммен байланыс кафедрасы Ж.Баласағұн атындағы Қырғыз ұлттық университетімен бірлесіп қазақ телевизиясының 65 жылдық мерейтойына арналған «Жаһандану кезеңіндегі заманауи телерадиожурналистиканың даму тенденциялары» атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция қатысушыларының материалдары топтастырылды.

Жинаққа енгізілген материалдарға автордың өзі жауапты.

2023 жыл.

ӘӨЖ 070(082)
КБЖ 76.03я431
Ж29

ISBN 978-601-337-853-4

ЕСЕНБЕКОВА ҰЛБОСЫН МЕЙІРБЕКҚЫЗЫ

*Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ,
Телерадио және қоғаммен байланыс
кафедрасының профессоры м.а.,
ф.ғ.к, қауымдастырылған профессор*

ЦИФРЛЫҚ ДӘУІРДЕГІ ТЕЛЕВИЗИЯ: ЖАҢА КЕЗЕНДЕГІ ҚЫЗМЕТІ МЕН АУДИТОРИЯ ТАЛҒАМЫНЫҢ ЭВОЛЮЦИЯСЫ

Қайырлы күн, құрметті конференцияға қатысушылар!

Құрметті әріптестер!

Цифрлық дәуірдегі бұқаралық коммуникация құралдары бұрын адамның қиялы жетпейтін трансформацияны бастан кешіруде. Біз өмір сүріп отырған ақпараттық қоғам мен жоғары технологиялар дәуірінде ұлттың тілін, мәдениеті мен рухани болмыс-бітімін сақтау, оны жаңа жағдайға бейімдеу күрделі проблемаға айналды.

XX-ғасыр мен XXI-ғасырдың тоғысында басталған технологиялық серпіліс жылдан жылға күшейіп, жойқын ақпараттық тасқынға айналды. Оған қарсы болар тосқауыл да жоқ, одан жасырынып та қала алмайсың. Ақпараттық дауылда жұтылып кетпес үшін жаңа технологиялық ортаға бейімделіп, өркениет көшінен қалмай, дамудың сапалы баспалдағына көтерілу керек. Басқаша таңдау жоқ.

Екінші жағынан, технологиялық ғасыр мемлекеттің ақпараттық кеңістігін ұлттық мүддеге жұмыс істейтіндей етіп қайта жанартуға жол ашады. Осындай жоғары мақсатқа бастайтын төте жол – ақпарат құралдарының жаңашыл жұмысы.

Цифрлық кеңістіктегі отандық медиа қатал бәсекелік ортада қызмет етуге көшті. Өлемдегі бірде-бір көшбасшы ақпарат құралы **ұзақ мерзімді даму тұжырымы мен стратегиялық жоспарсыз** алапат бәсекеге төзе алмас еді. Жеңістің басты құпиясы да осында!

Қазақ телевизиясы да мемлекет пен қоғаммен бірге дамып келеді. Қоғамдық сананың өзгерісімен қатар тәуелсіздікті жариялау, мемлекеттік құрылыстың эволюциясы ұлттық телевизияға да көп әсер етті. Бұл жерде Қазақ телевизиясы дегенде тұтастай жалпыұлттық ақпарат кеңістігінде жұмыс істеп жатқан қазақстандық телеарналар деп түсінген жөн. Қазақ елінің эфирінде 1958 жылы басталған хабар тарату – барлық отандық телеарналарға ортақ мереке. Өйткені, ең алғаш телесигнал тарату күні барлық телевизия саласының мамандары мен тележурналистерге ортақ айтулы мейрам болуы тиіс. Қазақ телевизиясының мерейтойы – елдегі барлық телеарналардың мейрамы.

Қазақ телевизиясының **қара шаңырағының иесі** – бүгінгі «Қазақстан» ұлттық арнасы болса, қалған телеарналар қара шаңырақтан **еншісін алып**, көрерменге қызмет етіп келеді. Ұлттық телеарна да өзінің өмір сүрген дәуірімен бірге эволюциялық қозғалыстың барлық сатыларынан өтті.

XX-ғасырдың 90-шы жылдары Қазақ телевизиясы үшін ұтымды да, қиын кезең болғанын білеміз. Тәуелсіздікті жариялағаннан кейін ешкімге қарайламай өзімізге

қажетті саясат жүргізіп, қазақтың соңғы ғасырда үзіліп қалған, бөлшектеніп кеткен мәдени қоры мен рухани құндылықтарын түгендеуге жол ашылды. Бірақ осы тұста бірнеше проблемалар шықты:

Біріншіден, телевизияның мемлекет пен қоғамның дамуындағы орны анықталып үлгермеді. Бұл – ұлттық, мемлекеттік саясат қалыптасып үлгермеген транзиттік кезеңдерге тән ортақ сипат еді.

Екіншіден, отандық телеарналардың техникалық мүмкіндіктері шектеліп, ескірген жабдықтармен жұмыс істеді. Алға жылжу, өркендеу қиындады.

Үшіншіден, тәуелсіздіктің алғашқы жылдарындағы шиеленіске толы экономикалық жағдай әсер етті. Қиындыққа қарамастан «Қазақстан» мен «Хабар» телеарналары қайта құрылымдалып, жаңаша бейне, жаңаша мазмұндағы телебағдарламалар эфирге шыға бастады. Көрермен бұл арналардың потенциалы мен мүмкіндіктерін тез бағалады.

Бұдан кейінгі жылдары КТК, 31 канал және басқа да жекеменшік арналар отандық теледидар нарығының өрісін кеңейтті. Кейіннен жекеменшік телеарналардың біреуі жабылып жатса, енді біреулері жаңадан тіркеліп жатты. Бұл да бәсекелік ортаның ережесі: күштілер ақпарат бәйгесіне қосылса, әлсіздер жабылып жатады.

Бүгінгі отандық телевизия да өз көрерменімен, қоғаммен бірге жаңа жағдайда өмір сүруге бейімделуде. Ұлттық арна деген мәртебесі бар «Қазақстан», «Хабар», «Хабар 24» телеарналарының елдің ақпараттық саясатындағы орны мен рухани, мәдени дамуындағы рөлін басқалармен салыстыруға болмайды. Олардың ақпараттық ғасырдағы идеологиялық миссиясы да ерекше.

Адамзат баласы енген цифрлық дәуірдің және төртінші өнеркәсіптік революцияның коммуникация саласын қаншалықты өзгертетінін талдап көрелік. XX-ғасырдың басында коммуникацияның жаңа түрі радио жылдам дами бастайды. Дәл осы кезеңде медианың әсерін зерттеген Пауль Лазарсфельд, Гарольд Лассуэлл сияқты әлеуметтанушы ғалымдар оның шектеусіз мықты мүмкіндіктерін байқаған.

Америкалық Джордж Гербнер мен канадалық Маршалл Маклюэн де телевизия мен ақпараттық технологияның қарқынды дамуына байланысты ғылыми тұжырымдар жасайды.

«Бұқаралық коммуникация» ұғымын 1909 жылы ғылыми айналымға қосқан америкалық әлеуметтанушы Чарльз Кули болса, бұқаралық коммуникацияны зерттеуді жаңа белеске көтерген Пауль Феликс Лазарсфельд еді. ПФЛ деп аталып кеткен бұл америкалық әлеуметтанушы бұқаралық медианы жеке құбылыс ретінде қарап зерттеген және қоғамдық ғылымдардың тұжырымдарын дәлелдеуде математикалық аппаратты қолданған.

Қазақ ұлты мыңжылдықтар бойы жинаған мәдени, рухани байлығын ақпараттық ғасырда жоғалтып алмай, жаңаша заманға бейімдеп үлгеруі қажет. «Мәңгілік Ел» идеясынан туындайтын шешуші мемлекеттік саясаттағы телевизияның орны мен рөлі де қомақты, басқалардан ерекше болуы тиіс.

Телевизияның алтын ғасыры деп XX-ғасырдың соңы мен XXI-ғасырдың басын атауға болады. Бүгінгі телекомпания интерактивті кешен. Әлемде болып жатқан ең маңызды оқиғалардан бастап Олимпиадалық ойындар мен футболдан әлем чемпионаттары телеэкран алдына миллиард көрермен жинайды. 2018 жылы **1 млрд. жанкүйер** Ресейдің 11 қаласында өткен футболдан әлем чемпионатын тікелей эфирден тамашалады. Бұндай көрсеткіштермен ешқандай бұқаралық медиа құралдары мақтана алмайды. Осындай фактілер теле-эфирдің миллиардтаған **жанды аудиторияны** біріктіретін ғажайып құрал екенін дәлелдейді. Әлеуметтік желілердің аудиториясы

телеарнаға қарағанда бірнеше есе көп болғанымен, интернет бүкіл отбасын экран алдына жинай алмайды. Ал, телеарна отбасын біріктіретін, тәрбиелейтін феномен.

Бүгінгі АҚШ немесе Ресей президенттері үшін бүкіл халықты 30 минут телеэкран алдына жинап, мемлекеттің саясатын түсіндіру баға жетпес саяси маркетинг. Өйткені, ақпарат заманында адамдардың уақыты ең қымбат ресурс.

Цифрлық технологиялық құралдардың саны мен сапасы өсіп, телеарналар интернет желісін игеріп жатқанына қарамастан, теле-қабылдағыштың алдына жиналып дәстүрлі контентті бірге көру қазақ қоғамында әлі де сақталып келеді. Бұл қасиет тек телевизияда бар. Британдық BBC хабар таратушы корпорациясының ұраны: «Хабарлау. Бағыттау. Көңіл көтеру» екенін білеміз. «Бағыттау» деген ұғымның астарында – адамгершілік пен мемлекеттік саясат мәселелері, әлеуметтік-педагогикалық ықпалдың тұрғанын ұмытпау қажет. Насихат қашанда саясатқа қызмет етіп, екінші қатарда тұрады.

Қазіргі телевизия өнімдері жеңіл, ойын-сауықтық контентке сүйеніп, рейтинг жинаумен айналысып жүргендей әсер қалдырады. Салмақты жанрлар бойынша жасалатын теле-өнімдерде де кәсібиліктің төмендігі байқалады. Жаһандану кезінде болашағын ойлаған халық жаңа заманға бейімделудің тәсілдерін игеріп қана қоймай, өзінің ұлттық ерекшеліктерін сақтап, мемлекеттігін нығайту мен қоғамды ортақ мүддеге ұйыстыру қағидасын ұстануы тиіс.

Цифрлық дәуірдің жаңа телевизиясы мен радиосын жасауға бет бұрған қоғамның алдында бір-бірімен байланысты бірнеше мәселелерді шешу қажеттігі туындайды. Туындаған проблемаларды тұтынушы ерекшелігі, экономикалық үрдістер мен технологиялық жаңарулар деп 3 топқа бөліп қараған ыңғайлы:

Бірінші. Аудиторияның ерекшелігі. Қазіргі аудитория мол ақпараттық массивтердің ортасында өмір сүруде. Ақпарат тасқыны көп, олар үзіліссіз, толассыз қоршап алған. Адамдар «ақпаратқа тұншығу» сезімін бастарынан кешіруде.

Екінші. Экономикалық үрдістер. Инфо-коммуникациялық технологиялардың таралуы халықаралық сипат алды.

Үшінші. Технологиялық жаңарулар. Технологиялардың дамылсыз жаңаруы ақпараттық-коммуникациялық секторға ерекше серпіліс берді. Дүниенің түкпір-түкпірінде болып жатқан оқиғаларды кросс-платформалық технологиялардың көмегімен бірнеше секундта көріп, білеміз. Бұл – ғажайып эволюция!

Әлемге танылған BBC, CNN мен EuroNews сияқты телеарналардың әрқайсысының жұмыс стилі мен редакциялық саясаты әртүрлі. Бір ғана EuroNews телеарнасының қызметіндегі ерекшеліктерге тоқталайық. EuroNews 14 тілде хабар таратады. Жаңалықтар берудегі орыс, француз бен италиялық редакциялардың стильдері де әртүрлі. Бұл кездейсоқтық емес. Ғылыми зерттелген, мұқият талданып түзілген тұжырымдардың негізінде бекітілген редакциялық саясат. Бірнеше тілде хабар таратуда халықтың темпераментін, өмір сүру салтын ескерудің маңызы үлкен. EuroNews-тегі француз редакциясы өз ақпаратын әдеби тілмен өрнектесе, орыстар қысқа сюжетке көп ақпаратты сығымдайды, итальян журналисі сюжетін драма етіп көрсетеді.

Бүгінде **бұқаралық коммуникацияда екі тенденция айқын байқалады: бірінші**, дәстүрлі баспасөз, телеарналар мен радио станциялар өз өнімдерін интернеттегі сайттары арқылы қайталап, таратады. Бұл дәстүрлі коммуникацияға үйренген көрермендер мен оқырмандар үшін ыңғайлы. **Екінші тенденция бойынша**, жастар аудиториясы желілік медиаларды таңдайды. Бұндай медиалар интернеттің мүмкіндіктерін қолданып қызмет көрсетеді, тәуліктің 24 сағаты,

аптаның 7 күнінде үзіліссіз ақпарат таратады. Жастар қолданатын барлық құрылғылар арқылы (смартфон, планшет, ноутбук, компьютер) қолжетімді.

Осылайша, телерадио аудиториясы соңғы 10 жылда үлкен өзгерістерге ұшырады. Жаңа дәуір адамдар арасындағы коммуникацияның парадигмасын да түрлендіріп жіберді. Мысалы, Лондон, Токио, Сеул мен Мәскеу сияқты әлемнің ірі мегаполистерінде кабельдік микро телерадио арналар жұмыс істей бастады. Олар көрермен үшін ең жақын және тұрмысқа қажетті ақпарат тарататын болғандықтан үлкен сұранысқа ие болуда. Микро телеарналардың жұмысы халықты өзін-өзі басқару үлгісін көзге елестетеді.

Тұрғындар үйлерінде отырып басқару пультын басып жергілікті биліктің шешімдеріне пікір білдіреді, шешім қабылдауға қатысады, ұсынылған идеяларға «қолдаймын, қолдамаймын» деп таңдау жасайды.

Үзіліссіз коммуникацияның нәтижесінде жаңа әлемнің кірпіші қаланып жатқанына көпшілік ойланбайды да. Осындай жаңа коммуникациялық формалардың ықпалымен user-generated, яғни, контент жасаушылардың саны көбейген қоғамда америкалық зерттеуші Клэй Ширки айтқан «когнитивтік молшылық» пайда болады.

Технологиялық сипаттағы қиындықтарды шешу оңай болғанымен **Қазақ телевизиясының мазмұнына қатысты проблеманы шешу** оңай емес. Бұл ұзақ жол. Мен қысқаша бір проблемаға тоқталғым келеді. Кейде: «Ұлттық музыка мен дәстүрлі өнерге, рухани құндылықтарға, әдебиетке арналған хабарларды халық көрмейді. Халыққа жеңіл әуен, ойын-сауық, той-думан керек» деген пікірлер естіліп қалады. Бұл пікірлермен мол тәжірибе жинаған телевизия маманы ретінде де, ғалым ретінде де келісе алмаймын. **Бұндай пікірді телевизияның қызметін түсінбейтін, телевизиядан алыс кәсіп иелері айтуы мүмкін.** Бір мысал келтірейін. ВВС телеарнасының мәдениет пен танымдық мазмұндағы «Адамның өрлеуі» хабарларын жүргізген математик профессор Джейкоб Броновски, «Өркениет» сериалын жүргізген британдық жазушы, Британ мұражайының тәлімгері Кеннет Кларк жұмыстары бүкіл әлемге таралды. Бұлар танымалдығы жағынан ғылыми-ағартушылық жобалардың ішіндегі үздігі деп танылған.

Біз де цифрлық технологияларды қолданып, ұлтымыздың керемет дәстүрлерін насихаттайтын, ұлттық өнеріміздің эталондық үлгілерін жастарға да, аға буынға да қызықты етіп ұсынатын барлық құралдар бар. Тек жақсы идея мен оны іске асыратын шығармашыл, ұлтжанды бірегей команда керек. Бұл жерде қосымша қаражат та, қосымша материалдық ресурстар да керек емес. Бүгінгі қазақ қоғамының талабы – көрерменге ой салып, ой-санасына ұлттық бояулармен әсер ететін ұлттық телевизия.

Ал цифрлық дәуірдің телевизиясы дегеніміз – өзінің стратегиялық мақсатын анық айқындаған, аудиториясын терең зерттеген, оның ерекшеліктерін барынша ескеретін, технологиялық жаңашылдықтарды қолданатын, контентті әр алуан жанр мен форматта ұсынатын шығармашылық ұжым.

Қазіргі телевизиялық аудитория Ұлыбритания немесе Қазақстанда болсын, Германия мен Жапонияда болсын интеллектуалды деңгейі өскен, талапшыл әрі өзіне не керектігін жақсы біледі. 2022-жылдың жазында АҚШ үкіметіне жақын деп саналатын CNN (Cable News Network) «Біз CNN» деп аталатын көп платформалы науқанын бастады. Мақсаты – күн сайын өзгеріп жатқан цифрлық әлемге бейімделу, оның әр алуандығын ескеру. Бұл науқан – CNN-нің ақпарат кеңістігіндегі өзінің ықпалын күшейтуге, көрерменнің жаңа талаптарына сай жұмыс істеуге бағытталған күресі.

Құрметті конференцияға қатысушылар! Бүгінгі конференция маңызды мәселені күн тәртібіне шығарды. Цифрлық дәуірдегі телевизияның қызметі мен аудиторияның өзгеруі жан-жақты ғылыми зерттеулерді керек етеді.

Ұлттық мүддеге жұмыс істейтін телевизия құру үшін – медиа ортаның дамуын болжайтын, ғылыми тұжырымдар жасап, ұсыныстар беретін мықты ғылыми тұғыр қалануы тиіс. Медиа-технологиялар мен ақпараттық ортаны зерттейтін ғылыми орталықтар құрып, ғалымдардың қолданбалы ізденістерін ұлттық теле-нарықта қолдануға болады. **Бүгінгі қоғамның талабы** – көрерменге ой салып, санасына ұлттық бояулармен әсер ететін ұлттық телевизия. Ұлттың, қоғамның гуманитарлық сұраныстарына сәйкес, әртүрлі социумның қызығушылығын туғызатын, ұлттық мүдденің жанашыры болатын телевизия жасауға болады. Ол үшін отаншылдық рухтағы кәсіби мамандар мен жаңа идеяларды тоқтаусыз генерациялайтын шығармашыл топтың біріккен ұжымдық қызметі қажет.

Ұлттың үздік телевизиясын ғылыми зерттеулерге арқа сүйеген, ғылыми негізде жұмыс істейтін, цифрлық әлеуеті мен мәдениеті жоғары қоғам ғана жасай алады. Бізде бұндай әлеует қалыптасып келеді. Тек сәттілік болсын деп тілейік! Назарларыңызға рақмет!