

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н.ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЖУРНАЛИСТИКА ЖӘНЕ САЯСАТТАНУ ФАКУЛЬТЕТІ
ТЕЛERAДИО 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

КЕМЕЛБЕК РАШИД ҚАЛДЫБЕКҰЛЫ

*Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ
Журналистика және саясаттану
факультеті*

Жетекшісі: Қошанова Күлнәш Әжібекқызы
Аға оқытушы

ДӘСТҮРЛІ ЖӘНЕ ЖАҢА МЕДИА

Қазіргі қоғамдағы ең ауқымды тақырыптардың бірі – дәстүрлі медианың орнына жаңа медианың келуі. Өзіміз білетін дәстүрлі медиа салалары: газет, радио және телевизия күні бүгінде әртүрлі өзгерістерге ұшырап, жаңа форматтарға бет бұрды. Заман тенденцияларының өзгеруі мен батыс елдерінің жаңа зерттеулерінің келуі, ақпарат тарату басты орында тұратын «медиа» деген түсінікке жаңа формалар әкелді. Тек медиа ғана емес, журналистиканың негізгі жанрларына жататын көптеген атаулар, қазіргі таңда басқаша сипатқа ие. Технология мен әлеуметтік желілердің дамуының нәтижесінде пайда болған «жаңа медиа» ұғымы бүгінде ауызекі тілдегі сөздің біріне айналды. Неге десеңіз, оқырмандардың қажеттіліктерін қанағаттандыруда басымдыққа ие жаңа медиа берген дүниелер көп ғалымдардың зерттеуінде жаңаша бағытпен, қалың көпшіліктің көңілінен шығады. Бүгінгі «медиа» түсінігінің маңызды бөлігіне айналған «дәстүрлі және жаңа медиа» ұғымдары бір-біріне бәсекелес пе?

Ең алдымен бір жағдаятты ескеру қажет. Дәстүрлі және жаңа медиа туралы қозғалып жүрген мәселелер тек Қазақстанда ғана емес, халықаралық деңгейде де жиі айтылып жүр. Дәл қазіргі уақытта осы екі ұғымды байланыстыра отырып, журналистиканы дамыту үшін негізгі бірнеше сұрақты қарастыруға болады;

1. Алдағы уақытта дәстүрлі медиа мен жаңа медианың ара қатынасы қалай болады?
2. Дәстүрлі медиа жаңа медианың жетегінде кетпей ме?
3. Жаңа медианың дәстүрлі медиадан басымдылығы қандай?
4. Жаңа медианың қоғамға тигізетін әсері қаншалықты оң?

Бүгінгі таңда кездесетін пікірлерде дәстүрлі және жаңа медиа бірін-бірі толықтырады деген ойлар өте көп кездеседі. Өйткені, газет және журналдардың осыдан 10 жыл бұрын әлеуметтік желілерде өз парақшаларын ашуы күні бүгінгі дейін жалғасуда. Тіпті олардың бір бөлігі өздерінің алғашқы формаларынан бас тартып, толыққанды түрде электрондық жүйеге ауысқан. Әлеуметтік желі мүмкіндігі өте үлкен шексіз кеңістік. Ол қоғамның дамуына және әлемдік коммуникацияның қандай бір нәрсеге тәуелді болмай (тілге, орналасу аймағына) жаңа баспалдақтарға көтерілуіне керекті таптырмас құралға айналды. Ондағы платформалардың дамуы, жаңа коммуникацияның дүниеге келуіне қажетті оңтайлы ортаның бірі ретінде саналады.

Дәл осы факторлар дәстүрлі медианың көп бөлігінің жұмысының тоқтауына себеп болады [В.В. Пашинская, 2018].

Ары қарай қарастыратын тағы бір негізгі мәселердің бірі – блогерлер жасап жатқан контенттердің үлкен сұранысқа ие болуы. Жұрт арасында соңғы кезде «кәсіби журналистерді блогерлер алмастыра алады», - деген пікір өріп жүр. Алайда, журналист пен блогер екеуі екі түрлі әлемге тиесілі адамдар.

Иә, технологияның алға жылжуы, блогерлікті өмірге әкелді. Дегенмен, шынайы ақпарат тарату жолында жоғарғы деңгейде тек кәсіби журналист қана жұмыс жасай алады. Себебі, блогер – өз контентін жасау арқылы белгілі бір әлеуметтік желілерде пайда табушы ғана. Ал, журналист ақпарат таратудың қыр-сырын жетік білетін маман. Сондықтан, блогерлер журналистке яғни, дәстүрлі медиаға бір ғана жағдайда бәсекелес болуы мүмкін. Ол аудитория назарын өздеріне қарату тұсында. Бүгінгі таңда журналистке қойылатын талаптарда жеткілікті. Солардың ең негізгісі – конвергентті болуы. Конвергенция- деген сөз өз алдына бірнеше мағынаны беруі мүмкін;

Біріншіден, конвергенция – бірнеше технологиялардың бір-біріне тоғыстырылуы. Медианың конвергенттернуі дәстүрлі медианың цифрлық форматқа көшуіне алып баратын негізгі іс-әрекеттің бірі. Цифрлық формат өз кезегінде материалға БАҚ-тағы қандай да бір индустрияның басымдылығына қарамастан, кез келген платформада танымал болуына септігін тигізеді. Сондай-ақ, ол жаңа өзгерістер мен дамуларға ұшыраған басқа да платформалардың жұмыс жасауына себеп болады.

Екіншіден, конвергенция – ең алдымен әртүрлі медиа салалардың бір-бірімен бірігуі. Бұл жағдайда нақты не туралы сөз қозғалып жатқанын түсіну өте қиын. Мысалы, интернеттегі радио, кішкентай дискілердегі білім кітаптары, электрондық форматтағы жарнама хабарламалары, компьютердің дамуының арқасында қолданысқа енген жаңашылдықтар.

БАҚ – ақпарат таратудың негізгі өкілі болғандықтан, ондағы салалардың арасында туатын бәсекелестік ақпарат сапасының нашарлауына алып келеді. Дегенмен, соған қарамастан бірінен-бірі озамыз деген салалар коммуникацияның мүлде басқаша формаларын ашты. Сәйкесінше, сол формалардың кезеңдерге қарай кездесетін сан түрлі нәтижелері бар. Ақпараттық даму кезеңі инфотейнмент (теле немесе радиохабар тарату арқылы аудиторияны ойын-сауықтық бағдарламалар және ақпаратпен қамтамасыз ету), интернеттің даму кезеңі эдютейнмет (әртүрлі бағыттағы платформалар біріккен цифрлық контент), ал, арналардың заманауи бағытқа өзгеруі инфорториал секілді жаңа терминдердің пайда болуына негіз болды [А.Н. Тепляшина, 2015].

Қоғамдық коммуникациядағы өзгерістер туралы еңбек жазған бірнеше орыс зерттеушілерін ата өтуге болады. Олар: Д.П. Гавра, Л.Н. Федотова, Ф.И. Шарков, М.М. Назаров. «Медиаланшафдтты» зерттеушілер жаңа медианың коммуникациядағы рөлін, оның ерекшеліктерін, оларды ұйымдастыру және дамыту мәселелерін қарастырады. Орыс зерттеушілері өз еңбектерінде жаңа медианы медиаформадағы жаңа құбылыс деп қана қарастырады. Сондықтан, ол жайлы жазылған зерттеулердің сирек кездеседі.

Дегенмен, жаңа медиа туралы қалам қозғаған шетелдік интернет-индустрияның белсенді өкілдері жетерлік, медиа зерттеушілері емес. Олардың ішінен Тим Орейли, Рихард Мюнх, Роберт Скобл мен Шела Израэльдi ерекше атап өткен жөн [3-5]. Бұл авторлар интернет-ортаны экономикалық, әлеуметтік және идеологиялық тұрғыда зерттеп, жаңа медианың пайда болуының негізін қалаған тұлғалар десек те болады. Соңғы жылдардағы тәжірибелерге сүйенсек, оқырмандармен дәстүрлі түрде пікір алмасу (хаттар, редакцияға жолданатын қоңыраулар, оқырмадармен кездесу) өте пайдалы. Алайда, оперативтілік тұрғысынан осалдау. Оқырманмен кері байланысқа көп уақытын бөлетін баспа, қоғамда өз дәрежесін түсіріп алады. Осы жерден бір нәрсені айқын көруге болады. Дәстүрлі медиа қоғам ырғағына ілесуі үшін жаңа әдістерді пайдалануы қажет. Қандай да бір дәрежеде жаңа медиа дәстүрлі медианың (әсіресе баспа өнімдері) алға қарай жылжуына көмек етуі де мүмкін. Ол үшін баспа саласының қоғамдағы дәрежесін білу жеткілікті. Қай тұрғыдан көмек ете алады десеңіз, баспаның әлеуметтік желілерде белсенді болуы, оқырмандармен тез пікір алмасуға және ақпараттардың өтімді болуына зор мүмкіндік береді. Себебі, қазіргі таңда жастардың түгелі дерлік әлеуметтік желіні өздеріне сенімді дос еткендер...

«Very Memorable Design» компаниясының негізін салушы және «Anime.com» сайтының директоры Майкл Пинто: «Коммуникацияның жаңа формаларының пайда болуын ертерек болжауға болар еді, себебі, ол аяқ асты пайда болған жоқ», - деп есептейді. Ол, өз пікірін әлемдегі технологиялық өзгерістер, телефон байланысының дамуы, интернеттегі әртүрлі ақпарат алмасу құралдарының пайда болуымен түсіндіреді. Болашақта интернет адамның ажырамас бөлшегіне айналуы мүмкін. «Онлайнға шығу» деген сөзді «онлайн болу» деген ұғым алмастырады. Әлеуметтік желідегі платформалар жастарға тек ақпарат алмасуды ғана емес, басқа көптеген теріс мағыналы заттарды үйретеді. Оны жоққа шығара алмаймыз. Алайда, ақпарат алмасу тұрғысынан оның мүмкіншілігі дәстүрлі медиаға қарағанда басым екендігі айқын. Әлемде болып жатқан жаңалықтар; газет, радио және телевидениеден бұрын; Instagram, Facebook, Twitter секілді әлеуметтік желілерде, одан қалса Google платформасында жедел түрде шығады.

Тоқсан ауыз сөздің тобықтай түйіні, жаңа медианы дәстүрлі медианың бәсекелесі деп толыққанды айта алмаймыз. Өйткені, бүгінгі басылымдардың көп түрлері ақпараттарын оқырманға өтімді ету мақсатында электрондық форматта, әртүрлі әлеуметтік желілерде жұмыс жасауда. Радиолар болса, интернетте өз сайттарын ашып онлайн жүйеге көшкен. Онлайн жүйеге көшу – радионы кез келген уақытта тыңдауға болады деген сөз. Демек, жаңа медиа дәстүрлі медианың алға жылжуына мүмкіндік жасап отыр. Десе де, екі ұғым бір-бірімен кей тұста бәсекелес болуы да ықтимал. Facebook платформасын жасап шығарушы Марк Цукерберг 2017 жылы, оның басты мақсаты әлемдік деңгейде оңай ақпарат алмасуға болатын үлкен инфраструктура құру екендігін айтты. Бұндай ойларды дәстүрлі медиа мен журналисттерге тасталған бәсекелестік нышаны деп қарастырған жөн. Өзгеден үйрене отырып, өзгеге үйрететін, пәлсапасы жоғары деңгейдегі жаңашыл, тренд пен бренд ұғымымен жұмыс жасау, бүгінгі медиа саласының жаңа толқыны. Жаңа медиа саласының жас буындары өткен

дәстүрлі-тарихи мәліметтер мен ғылыми тұжырымдамаларды пайдалана отырып, аталмыш саланы игеретін болса, отандық медиа саласының болашағы берік, тарихы ғұмырлы болмақ...

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі

1. Пашинская В.В. 2018. Электронная коммуникация как возможность формирования нового типа общества. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35687134> (Өтінім берілген күн: 10.03.2023).
2. Тепляшина А.Н. 2018. Новые медиа и традиционные СМИ: конкуренция как тренд. DOI: <https://10.17223/26188422/3/2> (Өтінім берілген күн: 10.03.2023).
3. Lorica B., O.R. Team. 2008. Virtual Worlds: A Business Guide. URL: <https://readrate.com/rus/books/virtual-worlds-a-business-guide-a-business-guide> (Өтінім берілген күн: 10.03.2023).
4. Scoble R., Israel Sh. Naked. 2016. Conversations: How blogs are changing the way busenesses talk with customers. URL: https://www.goodreads.com/book/show/15021.Naked_Conversations (Өтінім берілген күн: 10.03.2023).
5. Мюнх Р. 2015. Взаимопроникновения экономики и морали. URL: http://www.adhdportal.com/book_880.html (Өтінім берілген күн: 10.03.2023).