



ХҒТАР 19.01.11
Ғылыми мақала

<https://doi.org/10.32523/2616-7174-2024-147-2-122-138>

Қазақ телевизиясының технологиялық жаңару кезеңдерінің ерекшеліктері

Ұ.М. Есенбекова¹, Қ.Ө. Сақ¹, Н.М. Рахымбаев¹

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қазақстан, Астана

(E-mail: ultmudde@mail.ru, kaisak1964@yandex.kz, nursultan-smi@mail.ru)

Аңдатпа. Мақалада қазақ телевизиясының технологиялық жаңару кезеңдері қарастырылып, технологиялық жетістіктердің хабар тарату саласына әсері мен эволюциясы сипатталады. Тарихи контекст пен нақты кезеңдерді талдау арқылы зерттеу – бұқаралық коммуникация саласындағы инновацияның негізгі кезеңдерін көрсетеді.

Зерттеуде үш негізгі кезең қарастырылған: телевизиялық технологияның кеңестік дәуірдегі алғашқы енгізілуі, тәуелсіздік жылдарында ұлттық телевизияның дамуы және цифрлық хабар таратуға көшу, цифрлық трансформация стратегиялары арқылы жүргізілген соңғы жетістіктер. Әрбір кезең Қазақстандағы кең ауқымды әлеуметтік-экономикалық және саяси өзгерістерді көрсететін бірегей қиындықтар мен жетістіктермен сипатталады.

Қазақ телевизиясының мазмұнының жаңаруы, әлеуеті мен бағдарламаларының сапасының өсуі де техникалық прогреспен және қоғамның әлеуметтік сұранысымен сәйкес келеді. Кеңестік кезеңдегі отандық телевизиядағы қиындықтар мен тәуелсіздіктен кейінгі қоғам мен журналистерге берілген сөз бостандығы сол кездегі телебағдарламалардан көрінеді. Осының бәрі мақалада технологиялық жаңарудың әрбір кезеңіне байланысты бірегей қиындықтар мен жетістіктер түрінде қарастырылды. Жаңару кезеңдеріне әсер ететін әлеуметтік-экономикалық және саяси факторлар, олардың қазақ телевизиясының болашағына ықпалы талқыланды.

Қорытынды тұжырымдар қазақ телевизиясындағы технологиялық прогрестің динамикалық сипатын анықтайды, үнемі өзгеріп отыратын медиа-ортада саланың өзектілігі мен бәсекеге қабілеттілігін сақтау үшін үздіксіз инновациялардың маңыздылығын көрсетеді.

Түйін сөздер: телевизия, даму кезеңдері, ұлттық телевизия, технологиялық жаңару, медиа-контент, трансформация.

Кіріспе

Қазақ телевизиясы өзінің даму кезеңдерінде жаһандық технологиялық жетістіктер мен әлеуметтік өзгерістерді көрсететін елеулі өзгерістерге ұшырады. Қазақ телевизиясының дамуын бірнеше кезеңдерге бөлуге болады, олардың әрқайсысы телебағдарлама өндірісін, тарату және тұтыну тәсілін қалыптастырған бірегей технологиялық жаңартулармен сипатталады. Жаңару кезеңдері технологияның эволюциясын көрсетіп қана қоймай, қазақстандық медиа-ландшафтың аудиториясының өсіп келе жатқан сұраныстарына жауап беретін бейімделу сипатын көрсетеді.

1958 жылдан бастау алған Қазақ телевизиясының алғашқы қадамдарды ақ-қара бейнедегі хабар таратудың енгізілуімен есте қалды, бұл ақпарат пен ойын-сауық хабарларын таратуға мүмкіндік берді. Бұл кезеңде телевизиялық инфрақұрылымның негізі салынып, болашақ инновациялық жетілудің негізі қаланды. Технология дамыған сайын, 1980 жылдардағы түрлі-түсті теледидарға көшу ақпаратты тұтыну тәжірибесін жақсартып, жанды және тартымды бағдарламалар жасауда айтарлықтай серпіліс болды. XX-шығасырдың соңы мен XXI-ші ғасырдың басындағы цифрлық коммуникациялардың пайда болуы қазақ телевизиясының түбегейлі өзгеріс кезеңі болып саналады. Аналогтық хабар таратудан цифрлық хабар таратуға көшу аудио-бейне сигналдардың сапасын арттырып қана қоймай, телевизиялық қызмет көрсету аясын кеңейтті. Бұл кезеңде спутниктік және кабельдік телевизияның таралуы өсті, көрермендерге әртүрлі телеарналар мен бағдарламалар ұсынылып, сол арқылы аудиторияның ең жоғары талғамы қанағаттандырылды.

Соңғы жылдары интернет пен мобильді технологиялардың дамуы конвергенцияның жаңа дәуірін бастады, онда дәстүрлі телевизия цифрлық платформалармен үздіксіз біріктірілген. Бұндай конвергенция контенттің қолжетімділігін өзгертіп, көрермендерге ақпаратты кросс-медиа формасында әртүрлі құрылғылар арқылы өздеріне ыңғайлы форматта тұтынуға мүмкіндік берді. Ағынды қызметтердің, әлеуметтік медианың және интерактивті платформалардың пайда болуы контент жасау мен таратуды одан әрі демократияландырып, өндірушілер мен тұтынушылардың мүмкіндіктерін кеңейтті.

Қазақ телевизиясының технологиялық жаңару кезеңдері жаңашылдық пен бейімделудің кең тенденциясын көрсетеді. Осы кезеңдерді түсіну Қазақстандағы медиа индустрияның серпінді сипатын және оның үздіксіз дамып келе жатқан технологиялық ландшафта өзекті болып қалуға бағытталған әлеуетін түсіну үшін өте маңызды. Бұл мақалада қазақ телевизиясының даму кезеңдері сипатталып, осы жаңару кезеңдерінің ерекшеліктері мен ықпалы қарастырылады.

Библиографиялық шолу

Теледидар индустриясы өзінің алғашқы қадамдарын жасаған сәттен бастап бірнеше маңызды технологиялық жаңаруларды бастан өткерді. Әрбір кезең телевизиялық хабарлардың жасалу, таратылу және тұтыну тәсілін өзгертіп отырды. Бұл мақаланы дайындауда талданған әдебиеттерге шолу сондай технологиялық жаңарулардың

нәтижелерін, сәтті және сәтсіз тәжірибелерін зерттеген ғылыми еңбектерден құралған. Әртүрлі жылдары жазылған еңбектерде шетелдік ғалымдар әлемдегі ақпараттық және коммуникациялық трансформациялардың телевизия саласына ықпалын жан-жақты талданған.

Алғашқы телевизиялық құралдардың жасалуы мен аналогтық стандарттар дәуірі ХХ ғасырдың басында аналогтық технологиямен сипатталды. Фарнсворт (1927) және Зворыкин (1929) ондаған жылдар бойы стандартқа айналған электрондық теледидар жүйелерін жасаудың пионерлері болды. Бұл мәселені зерттеген Flood Page (2015) және Abramson-ның (2003) айтуынша, ерте теледидар монохроматикалық дисплеймен және шағын ғана сигнал тарату ауқымымен шектелген. Бұндай шектеулерге қарамастан, аналогтық дәуір ойын-сауықпен ақпарат таратудың негізгі құралы ретінде телевизияның негізін қалады (Abramson, 2003; Flood Page, 2015).

Түсті хабар таратуға көшу 1950-1960 жылдары басталды. Бұл кезеңде ақ-қара бейнеден түрлі-түсті хабар таратуға көшу алғашқы ірі технологиялық серпіліс болды. RCA NTSC түс жүйесін 1953 жылы енгізу маңызды сәт болды (Barnouw, 1990).

Бұл ауысу көрермендерге жанды және шынайы бейнелерді көрсетіп қана қоймай, телевизия мен студиялық хабар тарату инфрақұрылымын жаңартуға түрткі болды. Осы кезеңдердегі телевизия аудиториясын зерттеген Spigel (1992) түрлі-түсті хабар тарату телекөрермендердің санын өсіріп, телевизия өндірісін жаңа деңгейге көтергенін айтады (Barnouw, 1990; Spigel, 1992).

Ал 1970-1980 жылдар аралығында кабельдік және спутниктік телеиндустрияны қарқынды өсе бастады. Телеарналар көпшілік көрермен үшін қолжетімді болды, олардың санын күрт арттырды және сигнал сапасын жақсартты. Lotz (2007) өзінің ғылыми зерттеуінде атап өткендей, кабельдік технология тауашалық бағдарламалауға да, көрермендерге үлкен таңдауға да зор мүмкіндіктер берді, бұл мамандандырылған арналардың еркін дамуына жол ашты. Flichy (1995) атап көрсеткендей, спутниктік телевизия бұл ауқымды ғаламдық деңгейде кеңейтіп, контентті үлкен қашықтыққа және шалғай аймақтарға жіберуге мүмкіндік берді (Lotz, 2007; Flichy, 1995).

Цифрлық түрлендіру және жоғары анықтық технологияларының енгізілуі 1990 жылдардың соңы мен 2000 жылдардың басында телехабар таратудағы цифрлық революцияның басталғанын көрсетті. Бұның нақты мысалдарын Evens (2014) және Jahanmir, Cavadas (2018) жұмыстарында жасалған тұжырымдардан көреміз. Цифрлық технологиялар жоғары сападағы бейне мен дыбысты, хабар тарату спектрін тиімдірек пайдалануды және электрондық бағдарлама нұсқаулығы (EPG) сияқты интерактивті қызметтер ұсынды. Galperin (2004) мен Kohli, Melville (2017) айтқан тұжырымдарға сәйкес, цифрлық телевизияға (DTV) көшу видеоның бұрын-соңды болмаған анықтығы мен тұнықтығын қамтамасыз ететін телевизияның (HDTV) дамуына ықпал етті (Evens, 2014; Jahanmir, Cavadas, 2018; Galperin, 2004; Kohli, Melville 2017).

Ағынды және интернет-телевизияның өркендеуі 2010 жылдардан байқалды. Коммуникациялық технологиялардың дамуы мен интернетке негізделген ағындық қызметтердің өсуімен телехабар тарату парадигмасы да түбегейлі өзгерді. Netflix, Hulu және Amazon Prime сияқты платформалар сұраныс, тапсырыс бойынша қарауды

ұсына отырып, дәстүрлі хабар тарату және кабельдік үлгілерді бұзып, контентті тұтыну форматын өзгертті. Дженнер (2018), Burroughs (2019) және Aliloupor (2015) өз еңбектерінде атап өткендей, бұл кезеңде «көп көру» мәдениеті пайда болды және түпнұсқа контент жасау үшін бәсекелестік күшейді. Интернет-телевизия географиялық шектеулерді жойып, жаһандық қолжетімділікке және әртүрлі аудиторияны қамтуға мүмкіндік берді (Jenner, 2018; Burroughs, 2019; Aliloupor, 2015).

Қазіргі телеиндустриядағы ағымдағы трендтер ең соңғы технологиялық жетістіктермен байланысты. Өте жоғары ажыратымдылық пен бейне сапасын ұсынатын 4K және 8K ультра жоғары тұнықтық (UHD) телевизия нарығының дамуын басқаша сапаға ауыстырды. DeFino (2019) зерттеулері бұл технологиялар визуалды дәлдіктің жаңа стандарттарын белгілейтінін көрсетеді, дегенмен технологиялық жаңару әлі де жалғасуда. Gaustad (2021) пен Krikke (2004) зерттеулерінде айтылғандай, жасанды интеллект (ЖИ) мен толықтырылған шындықты (AR), виртуалды (VR) шындықты телевизиялық өндіріске интеграциялау интерактивті және дербестендірілген көру тәжірибесін жасауда (DeFino, 2019; Gaustad, 2021; Krikke, 2004).

Теледидардағы технологиялық жаңару кезеңдерінің әрқайсысы трансформациялық өзгерістер әкеліп, ақпарат тарату мен тұтыну, көңіл көтеру және аудиторияны көбейту мүмкіндіктерін арттырды. Алғашқы трансляция аналогтарынан бастап қазіргі цифрлық және интернет-теледидар дәуіріне дейін бұл жетістіктер телевизия индустриясын үнемі өзгертіп отырды. ЖИ, AR және жоғары тұнықтық форматтарындағы болашақ технологиялар аудиторияның телевизия мазмұнымен өзара әрекеттесу тәсілін одан әрі өзгертуге негіз болмақшы.

Нәтижелер мен талқылау

Бұл зерттеу мақаласында қазақ телевизиясының даму кезеңдері шартты түрде үш кезеңге бөліп қарастырылған. Бірінші кезең, телевизиялық технологиялардың кеңестік дәуірде қолданыла бастауы (1958-1991 жылдар). Екінші кезең, тәуелсіздік жылдарында ұлттық телевизияның дамуы (1991-2012). Үшінші кезең, цифрлық хабар таратуға көшу, цифрлық стратегиялар арқылы қол жеткізілген жетістіктер (2012-бүгінге дейін). Осындай әрбір кезең Қазақстандағы кең ауқымды әлеуметтік-экономикалық және саяси өзгерістерді көрсететін бірегей қиындықтар мен жетістіктермен сипатталады.

Телевизияның кеңестік дәуірдегі дамуының арқасында Қазақстанда телевизиялық технологиялар енгізіліп, негізгі хабар тарату инфрақұрылымдары жасалды. 1958-1991 жылдары болашақ ұлттық телевизияның дамуы мен ақпараттық кеңестіктің қалыптасуы, өсуіне негіз қалады. Бұқаралық коммуникация саласын мемлекеттік басқару жүйесі де уақыт өте бірнеше сатылардан өтті. XX-ғасырдың 20-жылдары Қазақ Автономиялық Кеңестік Социалистік Республикасының Пошта және телеграф Халықтық комиссариаты құрылды. Осы жерде айта кеткен жөн, осы Халықтық комиссариаттың шешімімен 1921 жылдың 29-қыркүйегінде Қазақ радиосы станциясы жұмысын бастаған. Ресми бекітілген шешімді республиканың Халық комиссариаты қабылдаған. 1933 жылы Пошта және телеграф Халықтық комиссариаты Қазақ Автономиялық Кеңестік Социалистік

Республикасының Радиоландыру (радиофикация) Комитеті болып өзгертіледі. Ал 1957 жылдың 29-маусымдағы Республиканың Министрлер Кеңесінің қаулысымен Радио және телевизия жөніндегі Комитеті құрылды. 8 айдан кейін Қазақ телевизиясы өмірге келді. Қазақ телевизиясының туған күні деп 1958 жылдың 8-наурызын атайды. Бұл күні қазіргі Бейбітшілік пен Сәтпаев көшелерінің қиылысында орналасқан Алматы телеорталығынан тұңғыш рет сынамалық телехабар эфирге таратылды.

Алашқы телеқабылдағыштар КВН-49 деп аталды. Бұндай атау телеқабылдағыштың алғашқы моделін жасаушылар В.Кенигсон, Н.Варшавский және И.Николаевскийдің фамилияларының алғашқы әріптерінен құралған. Телеқабылдағыштар адамдар үшін таңғажайып дүние еді, құрылымы қарапайым, экраны бар жоғы 18 сантиметрлік шағын болатын. Телесигнал Алматының аумағында таратылатындықтан алғашқы көрермендер қала тұрғындары болды. Бір отбасы телеқабылдағыш сатып алса көршілері, достары мен жақын туыстары қонаққа келіп бірге тамашалайтын.

1958 жылдан бастап Өскемен мен Қарағанды қалаларында телеорталықтар ашылды. 1967 жылға дейін республика көлемінде 12 телевизиялық орталық құрылды. Бастапқы құрылған жылдары телевизия мен радио саласы Бүкілодақтық Мемлекеттік телерадио комитетінің аймақтық құрылымы түрінде Қазақ Кеңестік Социалистік Республикасы Министрлер Кеңесіне қарасты Мемлекеттік телерадио Комитетіне қарады. 1978 жылы Министрлер Кеңесі жанындағы Радио және телевизия жөніндегі Комитетінің атауы Қазақ КСР-інің Телевизия мен радио тарату жөніндегі Мемлекеттік комитет болып өзгертілді. Сол жылдары Көктөбедегі 372 метрлік телемұнара (ресми аталуы Радио-таратушы телевизиялық станция) 1984 жылы іске қосылды. Бұған дейін телевизиялық бағдарламалар 180-метрлік металл құрастырылымынан жасалған Алматы телеорталығының мұнарасынан таратылатын. Шағын мұнараның қуаты мен биіктігі Алматы қаласының аумағында ғана хабар таратуға жететін.

Жаңа радио-таратушы телевизиялық станция 5 телеарнаны таратуға мүмкіндік берді: бірінші Одақтық «Орталық телеарна», екінші Одақтық «Орбита телеарнасы», бірінші республикалық «Қазақ телевизиясы», екінші республикалық «Алатау» телеарнасы мен «Фрунзе телевизиясы». Телевизиялық және радио сигнал тарату ауқымы 4 есеге өсті (Yessenbekova, 2024).

Көктөбе мұнарасының іске қосылуымен қатар Тимирязева мен Бейбітшілік көшелерінің қиылысында салынған екінші «Аппараттық-студиялық кешен» (АСК- 2) қолданысқа берілді. АСК-2-і үшін түрлі-түсті телевизияға арналған сол кезеңдегі жаңа буынды жабдықтар: әрқайсысы 600 шаршы метрлік 2 үлкен студиялық кешен,

2 аппараттық-студиялық блок, 2 аппараттық-бағдарламалық және 6 аппараттық бейнежазу кешені, біріктірілген теле-кино торабы, автономды 2 теле-кино проекциялық құрылғылар мен басқа да техникалық құралдар сатып алынды.

1958-1988 жылдары телевизия мен радио желілерді құру бойынша ауқымды жобалар іске асырылды, миллиондаған кеңестік рубльмен саналатын қаражат бөлінді, адами және материалдық ресурстар жұмылдырылды. 30 жыл көлемінде 1036 телевизиялық сигнал таратушы станция, оның ішінде 78 ерекше қуатты станциялар, 1400 таратушы станциялар іске қосылды. Телевизия сигналдарын аймақтарға тарататын 16 мың

шақырымнан асатын радио-релелік және кабельді желілер тартылды, қабылдау құрылғылары бойынша 8 «Орбита» станциясы, 525 «Москва» және 293 «Экран» станциялары желіге қосылды. Тұрғындар үшін телевизиялық қабылдағыштардың (телевизор) бағасы қолжетімді болып, олардың саны 1988 жылға қарай 5 млн. данаға жетті. Түрлі-түсті телевизорларға сұраныс көбейді.

Бұл кезеңде Қазақ КСР-і Мемлекеттік телерадио Комитетінің жүйесінде 10 облыс орталықтарында және 3 қалада студиялар телеарналар хабар таратып, эфирге шығып отырды. Алайда әлі де 8 облыстың тұрғындарына теле-сигналдар жеткізуде техникалық мүмкіндіктер жоқ еді. Қазақ жеріне телевизия келген 1958 жылдан бері 30 жыл өтсе бұл проблеманы шешімі Мәскеуде жатты. Кеңес Одағының Мемлекеттік телерадио Комитетінде 1986 жылы қабылданған жоспарда Қазақстанның 8 облысында типтік теле-станциялар салу 2001-2005 жылдар деп жазылғандығы таң қалдырады.

Бүгінде компьютер, интернет пен мобильді байланыс коммуникациялары қарыштап дамыған дәуірде Қазақстанның Шымкент, Жамбыл, Қызыл-Орда, Гурьев (Атырау), Талды-Қорған, Арқалық, Қостанай мен Көкшетау аймақтары телевизиясыз отыру мүмкін бе? Бұл да кеңестік орталықтандырылған басқару мен жоспарлау жүйесінің техникалық прогресті болжауының мешеулігін көрсететін айқын факт. Әрине, ұлтымыздың біртуар қайраткер басшысы Дінмұхамед Қонаев басқарған Қазақ КСР-інің билігі, аймақтық облыс басшылығындағы жаңашыл басшылар Мәскеудегі шенеуніктерге дәлелдеп, көздерін жеткізіп аз уақыттың ішінде республика аумағында телевизия бағдарламалары таратыла бастады.

Сол заманда ерлікке тең істер мынандай азаматтардың қолымен жасалған еді:

– Байжанов Сәбит Мұқанұлы, мәскеулік басшыларды уәждерімен көндіріп, Жамбыл гидромелиорация-құрылыс институтының екі қабатты ғимаратын алып берген Жамбыл облыстық партия комитетінің Бірінші хатшысы;

– Құлыбаев Асқар Алтынбекұлы, облыстық ішкі істер басқармасына қарасты керемет демалыс үйінің ғимаратын телевизия орталығына алып берген Гурьев (Атырау) облыстық партия комитетінің Бірінші хатшысы;

– Үкин Кенжебек Үкіұлы, саяси ағарту үйінің кешенін облыстық телестудияға бергізген Торғай облыстық партия комитетінің Бірінші хатшысы;

– Сағдиев Мақтай Рамазанұлы саяси ағарту үйінде облыстық телестудия ашқан Көкшетау облыстық партия комитетінің Бірінші хатшысы;

– Шаухаманов Сейілбек Шаухаманұлы, саяси ағарту үйін облыстық телестудияға бергізген Қызылорда облыстық партия комитетінің Бірінші хатшысы.

Бұндай ауқымды да, қажырлы жұмыстардың жүргізілгеніне қарамастан республиканың шалғай аудандарында тұратын 2 млн. адам Қазақ телевизиясын көре алмады. Проблеманы шешуге Кеңестер Одағының Байланыс министрлігінің келісімімен Қазақ КСР-дің Байланыс министрлігі спутниктік хабар таратуды қолданды. Ғарышқа шығарылған «Горизонт» спутнигінің 14/2 Гигагерц жиіліктегі бос арнасында сигнал тарататын кешенді республика министрлігі 1990 жылы Алматы облысының Жамбыл ауданы Фабричный ауылында салып, қолданысқа енгізді. Кешен іске қосылғаннан кейінгі 3-4 жылда Қазақ телевизиясының бағдарламаларын көруге республика тұрғындарының 95%-ының қолдары жетті.

1984 жылы ашылған «Алатау» телеарнасының шығу тарихы да халықаралық саясат пен республиканың ақпараттық қауіпсіздігімен байланысты. 1983-жылы Алматы облысының Ұйғыр ауданы мен Талдықорған облысының Панфилов аудандарына көршілес Қытай елінің ұйғыр тіліндегі хабарлары таратыла бастайды. Кеңестік мемлекетте өмір сүретін, кеңес азаматтары – ұйғыр ұлтының өкілдері телевизия антенналарын Шыңжан-Ұйғыр автономиялық ауданының Іле-Қазақ облысына қарайтын Құлжа қаласына бұрып өз ана тілдеріндегі хабарларды үлкен қызығушылықпен көре бастайды. Осылайша, Қытайдың Шыңжан-Ұйғыр автономиялық ауданында телевизияның дамуы кеңестік саясат пен идеологияға қарама-қайшы келеді.

Кеңес Одағы Коммунистік партиясының Орталық Комитетіне де, Қазақ КСР-нің Мемлекеттік телерадио комитетіне де бұл жағдай ұнамай, Мәскеуде арнайы шешім қабылданады. Кеңестік Одақтың ұйғырларының саяси көңіл-күйлерін бақылауда ұстау мақсатында қытайлық телевизия сигналдарының біздің территориямызға еркін таралуына техникалық кедергілер жасайтын тетіктермен қатар, Қазақ коммунистік партиясының Орталық комитетіне көрші мемлекеттің телевизиясына қарсы ақпараттық насихат және үгіт жұмыстарын күшейту тапсырылады.

Проблеманы зерттеп, тиісті шешім әзірлеуді Мемлекеттік телерадио комитеттің төрағасы Камал Смайылов комитеттің Өндірістік-техникалық Бас басқармасының бастығы Әбенев Кеңесбайға тапсырады. Әбенев Кеңесбай республиканың Мемлекеттік қауіпсіздік комитетінің жауапты қызметкері Ораз Базарбаев екеуі шекаралас аймақтарды аралап, қытайлық теле-сигналдардың таралатын ауданының картасын жасайды. Қытайдан таралатын ұйғыр тіліндегі бағдарламалардың мазмұнын зерттейді. Бағдарламаларда ешқандай анти-кеңестік мазмұнның жоқтығы, ұйғыр тіліндегі жаңалықтар, фильмдер мен музыкалық бағдарламалар екені анықталады.

1983 жылдың күзінде арнайы осы мәселе бойынша Мәскеуден Коммунистік партияның Орталық Комитетінің сектор меңгерушісі, техникалық ғылымдардың кандидаты Владимир Маковеев ұшып келеді. Жағдайды жан-жақты тексеру қорытындысы бойынша Қазақ Республикасының Қытаймен шекаралас аудандарының тұрғындарына ұйғыр тілінде дәл сондай жаңалықтар, фильмдер мен музыкалық бағдарламалар тарату туралы шешім қабылданады. Ұйғыр тіліндегі бағдарламалар эфирде хабар таратып тұрған «Алатау» телеарнасында шығарылып, арнайы ұйғыр редакциясы құрылады.

Қазақ КСР-нің Мемлекеттік телерадио комитеті Байланыс министрлігімен бірлесіп «Алатау» бағдарламасын Алматы-Шонжы-Панфилов радио-релелік желісімен таратуды ұйымдастырады. Жаңадан іске қосылған бұл желі телевизиялық сигналдарды Шонжы мен Панфиловта орналасқан күшті таратушыға жеткізеді. Таратушы станция сапалы сигналды аудан тұрғындарының теле-қабылдағыштарына жеткізеді. Бұдан басқа Көктөбедегі Радио-таратушы телевизиялық станцияның 5 жаңа қуатты сигнал таратушы құрылғының біреуі «Алатау» бағдарламаларының таралу ауқымын кеңейту мақсатында арнайы осы телеарна үшін бекітіледі [10].

«Алатау» бағдарламасының қазақ және ұйғыр тілдерінде толық қуатында хабар таратуы 1984 жылдың 1-мамырында АСК-2 кешенінде басталды. Кейіннен «Ел арна» атауымен құрылған жаңа телеарна осы «Алатау» телеарнасының жиілігіне

отырғызылған. 1995 жылда бұл телеарнаның жиіліктері «Хабар» телеарнасына берілді. Кеңестер Одағындағы 1980-жылдардың ортасында бұрын жабық болып келген коммунистік құрылымда демократия элементтерінің, жариялылықтың пайда болуы Қазақ телевизиясында да, Одақтық телеарналарда анық біліне бастады. Дәл осы кезеңде эфирдегі цензура азайып, қоғам да, журналистер де нағыз сөз бостандығын сезініп жұмыс істей бастады. Коммунистік билікке қарсы сындар ашық айтылып, «Алты жүз секунд», «Түннің ортасына дейін және кейін», «Көзқарас» атты өткір бағдарламалар эфирден шығып жатты.

Қоғамдық және саяси өмірдің айнасындай жарқыраған телевизия әрқашанда әлеуметтік процестердің ықпалымен ұдайы өзгеріп отырады. Қоршаған ортасымен бірге түрлене отырып сол үрдістерді шынайы көрсетеді, қоғамдық көңіл-күй қалыптастырады. Телевизияның мазмұнының жаңаруы, потенциалы мен бағдарламаларының сапасының өсуі де техникалық прогреспен және қоғамның әлеуметтік сұранысымен сәйкес келеді.

Жаңарудың екінші маңызды кезеңі тәуелсіздік алғаннан кейін ұлттық телевизияның дамуымен байланысты болды (1991-2012 жылдар). Әлемдегі алып Кеңес мемлекеті жойылып, орнына тәуелсіз 15 мемлекет құрылғаны жарияланған соң, телевизия мен радио таратудағы «коммунистік идеология мен Одақтық монополия» жойылды. Жас тәуелсіз мемлекеттер ішкі және сыртқы саясатын өздері жүргізіп, бұқаралық коммуникация құралдары сол идеологияға жұмылдырылды. Отандық телевизияда идеялық және шығармашылық жаңару процестері қарқынды жүрді. Жекеменшік коммерциялық телерадио арналар құрылды, кабельдік телевизия пайда болды, продюсерлік қызмет жанданып жаңа идеялар іске асырылды, технологиялар енгізілді. Телевизия мен радио идеология ғана үшін жұмыс істейтін насихат пен үгіт құралы емес мол табыс көзіне айналды. Қазақстан жағдайында телерадио арналар коммерциялық жағынан қызықты сала ғана емес, бұқаралық медианың ең мықты құралы екенін саяси, қаржы-өнеркәсіптік құрылымдар жақсы түсінді.

1990-жылдардың басында «Қазақстан» мен «Алатау» телеарналарымен қатар «КТК», «ТАН», «31 канал», «Тотем» телеарналары эфирге шыға бастады. Аймақтарда «ТДК» (Орал), «Отырар» (Шымкент), «ТВК» (Семей) телеарналары да сол жылдары тіркелді. 2000-жылға дейін саяси және экономикалық себептерге байланысты осы телерадио арналардың біразы идеологиясын өзгертті, меншік иелері ауысты, бірнешеуі жабылып қалды.

Тәуелсіздік жарияланғаннан кейінгі жылдарда қоғамда демократиялық күштердің серпілісі байқалып, олар социалистік жүйені жойып, демократиялық, нарықтық жаңару жолын таңдады. Өнеркәсіп пен ауылшаруашылық, қайта өңдеу, инфрақұрылымдық секторларда болған дағдарыстар медиа-бизнеске көп әсерін тигізе алмады. Қолбайлау болатын тарихи себептер мен ешқандай міндеттердің жоқтығы, технологияларға қол жеткізу мен шетелдермен ақпараттық байланыстың белсенді жүргізілуі телевизия мен радио қызметінің еркін дамуына алғышарттар жасады. Бұл кезеңде мемлекеттік биліктің назары экономика мен халықтың әлеуметтік мәселелерін шешуге ауып, медиа саланы реттейтін ешқандай заңдық шектеулер қабылдауға мұршасы келмеді.

1980-жылдардан басталып 2000-жылдарға дейін экономикада, саясат пен әлеуметтік салаларда екпінді жүргізілген реформалар қоғам мен азаматтардың өмірін түбегейлі өзгертті. Қоғамдық сананың өсуі мен азаматтардың талаптары күшейіп, мемлекеттік пен жекеменшік атты 2 тұғырда бекіген Қазақ Елінің жаңа телевизиясы қалыптасты (Yessenbekova, 2024).

1992 жылы бұл Мемлекеттік комитет «Қазақстан» мемлекеттік телерадио компаниясы болып қайта құрылған. Оның құрамында «Қазақстан», «Алатау» (бұрын «Қазақстан-2» деп аталған) телеарналар, «Қазақ радиосы» мен «Шалқар» радиосы болды.

Тәуелсіздік алғаннан кейін ұлттық телевизия нарығының дамуына ерекше серпін берген отандық телеарналардың цифрлық хабар таратуға көшуі болды. Бұл кезеңде цифрлық инфрақұрылымға айтарлықтай инвестиция салынды, соның нәтижесінде хабар тарату сапасы жақсарды, телеарна ұсыныстары кеңейтілді және көрермендер үшін қолжетімділік жақсарды. Коммуникациялық технологиялар заңнамалық өзгерістерді талап етті, контент өндірісіндегі инновациялар бәсекеге қабілетті медиа орта қалыптастырды.

1994 жылы 4-ші сәуірдегі Қазақстан Президентінің Жарлығымен «Қазақстанның теледидары мен радиосы» республикалық телерадио корпорациясы» жабық акционерлік қоғамы болып қайта құрылды. 2004 жылдан бері «Қазақстан» республикалық телерадио корпорациясы» акционерлік қоғамы деп аталады.

Корпорация мемлекеттік меншіктегі, мемлекеттің ақпараттық саясатын жүзеге асыратын ұлттық медиа холдинг. Қашанда ұлттық мүддеге қызмет етіп жүрген, Қазақ телевизиясы мен радиосының үздік дәстүрлерін жалғастырушы ақпараттық құрылым. Құрамында 14 аймақтық филиалы бар корпорацияның теле және радио арналары 2012 жылдан бері ең озық инженерлік-технологиялық жабдықтармен қамтылған «Қазмедиа орталығы» кешеніне көшірілген. Алматы қаласындағы орталығында 5 аппараттық-студиялық кешені, Астанада 2 аппараттық-студиялық кешені, 22 видеомонтаж кешені мен 2 эфирлік студиялар, 35 камералық жылжымалы телевизиялық станциялары бар. Аймақтық филиалдардың қолданысында 30 аппараттық-студия жұмыс істейді.

Еліміздегі ең ірі «Қазақстан» ұлттық телеарнасы 2011 жылдан бері хабарларын тек қазақ тілінде таратады. HD форматына көшірілген телеарнаның шығармашылық және технологиялық әлеуеті де жыл сайын өсуде, телеарна республика аумағының 100%-ға жуығына, Ресей, Қытай Моңғолия, Өзбекстан, Қырғызстан мен Түрікменстанның шекаралас аудандарына сигналдары жетеді.

Телерадио корпорацияның құрамына «Қазақстан» ұлттық телеарнадан басқа «Qazsport», «Balapan», «Abai TV» телеарналары, «Қазақрадиосы», «Шалқар», «Астана» және «Classic» радио станциялары кіреді. Интернет аудитория Qazaqstan.kz порталы арқылы телерадио корпорацияның құрамындағы барлық телеарналар мен радиостанциялардың контентімен нақты уақытта таныса алады.

Екінші мемлекеттік медиа құрылым – «Хабар» агенттігі тәуелсіздік алған алғашқы жылдары өмірге келді. 1995 жылдың күзінде телерадио корпорацияның құрамындағы «Алатау» телеарнасының орнына «Хабар» телеарнасы эфирге шығып, Үкіметтің қаулысымен 23-қазанда «Хабар» агенттігі» республикалық мемлекеттік кәсіпорны

құрылды. Агенттік құрамында «Хабар», «Хабар 24», «Qazaq TV» мен «EL ARNA» телеарналары жұмыс істейді. Телеарналардың тілшілер қосыны Ресей мен АҚШ-та, Германия мен Оңтүстік Кореяда, Қытай, Бельгия, Түркия, Өзбекстан елдерінде ашылған. Эфирге шығарылатын туындылардың 70%-ы телеарналардың өз туындылары, 90% бағдарламалар әлеуметтік маңызды тақырыптарға арналған және хабар таратудың 50%-ы қазақ тілінде жүргізіледі. «Хабар» агенттігінің барлық құрылымдары «Қазмедиа орталығында» орналасқан, кешеннің барлық технологиялық әлеуетін қолдана алады (Yessenbekova, 2024).

Кеңестік одақ ыдырағаннан кейін вертикалды басқару жүйесі жойылып, тәуелсіз мемлекеттердің телерадио салаларында реформалар жүргізілді. Көршілес Ресейде табиғи жолмен телевизиялық индустрия хабар таратушы және бағдарлама өндіруші телевизиялық құрылымдарға бөлшектенді. Қазіргі ресейлік теле-нарықтағы «Бірінші канал», «Россия-24», НТВ, «ТВ-центр», РенТВ, Мир, ТНТ, СТС телеарналары бірнеше трансформациялық кезеңдерді бастан өткерді. Қазақстандағыдай бір телеканалдар ашылып жатса басқалары жабылып, меншік иесінауыстырып, атауы менидеологияларын өзгертіп жатты. Осының бәрі табиғи жолмен де, мемлекеттің әрекеттерімен де, ірі қаржылық-олигархтық топтардың мүддесіне сай да жүргізілді. Біздің отандық телевизия нарығынан бір ерекшелігі – телебағдарлама өндірісін қолға алған, фильмдер мен басқа да теле-өнімдер жасап ұсынатын продюсерлік компаниялар жақсы дамыды.

«Газпром-медиа», «Всемирные русские студии», Telealliance Media Holding, Star Media, «Централ Партнершип», «Триикс медиа», «Среда», Comedy Club Production, Yellow, Black & White, «Марс Медиа» және басқа продюсерлік компаниялар ресейлік телевизияның жаңа мазмұны мен бейнесін жасауда.

Біздегі жағдай басқаша. Әрбір телеарна өзінің өнімін өзі жасайды немесе сыртқа аутсорсингке тапсырыс береді. Аутсорсинг компаниялар телеарналарға, олардың менеджерлерімен аффилендірілген (үлестес) компаниялар. Сондықтан, да телеарнаның тапсырыстары нақты бәсекелестік ортаға ұсынылмайды, бәсеке нарығына жетпейді. Жабық байқаулар түрінде үлестес компанияларға беріледі. Қазақ медиа кеңістігінде телевизиялық өнімдердің нарығының жоқтығы мен телевизия өндірісінің кенжелеп қалуының бір себебі осында.

Ресейлік телевизияның тағы бір ұтқан тұсы – олар «өндірістік ерліктер», «еңбектегі жеңістер» жиынтығын жаңалықтардан да, басқа жобалардан да көрсетуден бас тартып, басты назарларын адамдарға, олардың әлеуметтік өміріне, проблемаларына аударды. Тұрмыстық проблемалар, отбасы тағдыры, цифрлық заманда адам арасындағы қарым-қатынастар, қылмыспен күрес және басқа тақырыптар телеканал рейтингін көтерудің күшті драйвері екенін дәлелдеді. Ұдайы проблемалық ауыр контентпен көрермендер аудиториясының көңілін жараламас үшін эфирді түрлі жанрлардағы ойын-сауық, жеңіл теле-жобалармен, сериалдармен, ток-шоулар мен реалити-шоулармен араластыру әдістері қолданылуда. Осылайша, телевизиялық эфирлер кең тыныстап, телеарналар редакциялық саясатын еркін жүргізетін формалар тапты. Мемлекеттік телеарналар биліктің мүддесін қорғап, қоғамның санасына сіңіруді мақсат етсе, коммерциялық арналар қожайындарының тапсырыстарын орындаумен қатар тележобалардың монетизациясын өсіріп те үлгеруде.

Ресейлік телевизия тарландары барлық жаңшылдықты өздері ойлап табуға құлшынған да жоқ. Олар дайын еуропалық, америкалық телевизиялық шешімдерін, тиімділігін жақсы дәлелдеген басқару модельдерін, өндірістік тәсілдерді өз аудиторияларына бейімдеп қолдануда. Америкалық телевизия жүріп өткен жолда көрерменге психологиялық әсер ету технологиялары, таңқалдыратын оқиғалар, белгілі тұлғалардың өмірі мен олардың қатысуымен болған дау-жанжалдар, тұрмыстық, отбасылық құпиялар басты орында болса, ресейлік теле-өнімдер жанры жағынан да, формасы мен мазмұны жағынан да соларды қайталап жатады. Көпшілікке бұл фактілер белгісіз болғанымен, кәсіби мамандар үшін ұқсастықтарды байқау қиын емес.

Ресейдің сарапшылары телевизиялық контенттің жеңілдігіне, медианың ағартушылық, мәдени-танымды функциялары ұмытылып жатқанына көп сын айтады. Әлемдегі BBC хабар таратушы корпорацияның ұраны «Ақпараттандыру. Үйрету. Көңіл көтеру» болса, ресейлік медиа холдингтерде бұл ұстанымның орындары «Көңіл көтеру. Ақпараттандыру. Үйрету» болып өзгергенін сарапшылар бірауыздан айтуда (Nambisan, Luutinen, Majchrzak, Song, 2017).

Қалай дегенмен де біз ресейлік телеарналарды басқаратын менеджерлер командасының жоғары кәсібилігін мойындауымыз керек. Олар бүгінгі көрермендердің психологиясын жақсы біледі, хабар тарату сеткасы медиапсихология негіздеріне сүйеніп жасалады, мақсатты аудиторияның қызығушылығын оятатын жаңа мазмұн іздейді, ұдайы ізденіс үстінде. Әрине, бұл айтылғандар ресейлік нарықтың көлеміне, телевизия нарығында шынайы бәсекенің орнауымен байланысты. Екінші жағынан, 140 миллион халқы бар нарықта елдің экономикалық әлеуеті де жоғары болып, жарнамаға бөлінетін қаржы көлемінің көп болуына әсер етеді. Жарнама берушілердің фокусына іліккен көрермендер аудиториясы үлкен телеарналар мен продюсерлік компаниялар экономикалық жағынан тәуелсіз болатыны анық. Бұл жерде тәуелсіздік өлшемі жағынан ұтатын мемлекеттік емес, жекеменшік медиа құрылымдар екенін талас тудырмайды. Мемлекеттік және ірі мемлекеттік өндірістік, қаржылық холдингтерге бағынышты медиа құрылымдар қалай болғанда да ресейдің ішкі және сыртқы саясатын ілгерілетуші мықты насихат құралы.

Технологиялық жаңарудың 2012 жылдан басталған қазіргі кезеңі ұлттық даму жоспарларында баяндалған цифрлық трансформация стратегиялары арқылы жүзеге асуда. Бұл кезең интернетке негізделген коммуникациялық формаларды қолданып телевизия өндірісін дамытуға, хабар таратуға және аудиторияға жақын болуға, телебағдарламаларды әзірлеу және тұтыну тәсілін өзгертуге бағытталған. Телевизияда жаңа технологиялық шешімдерді қолдану медиа-индустриядағы жаһандық трендтерге сәйкес келетін дербестенген қарау мен тиімді өндірістік процестер үшін жаңа мүмкіндіктер ашты.

Қазіргі телевизиялық аудитория Қазақстан мен Ресейде болсын, Германия мен Жапонияда, Ұлыбритания немесе АҚШ-та болсын интеллектуалды деңгейі өскен, талапшыл әрі өзіне не керектігін жақсы біледі. Қажетті ақпаратын бірнеше медиа-технологиялар арқылы, ойлау жүйесіне салмақ салмайтын жеңіл, жалықтырмайтын, қоспасыз, артық фактілермен күрделенбеген түрде алғысы келеді. Біздің ойымызша, аудиторияға қызықты контенттің құрылымы былайша 4-ке бөлінуі мүмкін:

- әлемде және өз елінде болып жатқан жаңалықтар;
- өзі тұратын қаланың, аймақтың жаңалықтары;
- одан кейін жас ерекшелігіне, жынысы мен басқа да демографиялық критерийлер бойынша, мамандығы бойынша ақпараттар;
- көңіл-көтеретін қызықты фильмдер, музыкалық бағдарламалар.

Алғашқы екеуін ақпарат тұтынушы ресми немесе салмақты ақпараттық-сараптамалық, іскерлік ресурстардан іздейді. Соңғы екеуін әлеуметтік желілер мен мамандандырылған интернет ресурстардан, телевизия мен радио арналар арқылы тауып, қолданады. Цифрлық ұрпаққа жатқызылатын жастардың Y және Z буындары аталған 4 түрлі контенттің жиынтық формасын қолданғанды ұнатады. Яғни, оларға саясат пен экономика тақырыбы, қаржы нарығы мен шоу-бизнесітегі жаңалықтар легі қосынды, араласқан түрде «ақпараттық және ойын-сауық» мазмұнмен келгенін қалайды. Телевизия тілімен бұл форманы инфотеймент деп атайды: ағылшынның information + entertainment (ақпарат + көңіл көтеру) сөздерінің түбірлерінен жасалған термин (Larina, 2015; Cooke, Smith, Booth, 2021).

Телевизияның жаңа келбеті де осы үрдістерге ұшталып жасалған. Барлық телеарналарда прайм-тайм уақытында сеткаға қойылатын бағдарламалар жаңалықтар, ток-шоулар мен ойындар болып келеді. Көрермендер аудиториясы прайм-таймда телеарнадан ауыспауы үшін түрлі тәсілдер қолданылады. Бірақ, ең бастысы, осы уақытта эфирде ұсынылатын жобалардың сапасы мен көркемдік деңгейі өте жоғары болуы шарт. Бүгінде бұқаралық коммуникацияда екі тенденция айқын байқалады: бірінші, дәстүрлі баспасөз, телеарналар мен радио станциялар өз өнімдерін кросс-платформалар форматында 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 пультін 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 (Clay Shirky, 2010).

Кәсіби жағынан жоғары дәрежеде әзірленген өнімдерге деген көрермен сұранысы өскен сайын телеарнаның жобаларына бөлінетін инвестиция көлемі де бірден көбейеді. Екі жаққа да тиімді бұндай процестердің мультипликативтік нәтижесі де айтарлықтай: сапалы, жаңаша мультимедиалық формада ұсынылатын бағдарламалар көрерменнің интеллектуалдық әлеуетін өсіреді, қызығушылығын арттырып, мәдени-танымдық өрісін кеңейтеді. Күн өткен сайын жақсарып, жаңа қырлармен айшықталған көрерменнің талғамы мен талабын қанағаттандыру телеарналардың өз өнімдерін бағалайтын өлшемдерді де өсіруге мәжбүрлейді. Процеске қатысатын екі тарап та ұтады: қоғамдық сананың дамуына жаңа серпін беріледі, көрермендер аудиториясының тұтыну мәдениеті эволюцияланады; медиа құрылымдардың қызметінде прогрессивтік табиғаты мен ілгерілеушілік тенденциясы жанданып, жаңа идеялар мен жаңашылдық қадамдары күшейеді.

Осы аталған оң өзгерістердің себебін кеңестік кезеңде коммунистік идеологияның қысымынан босаған жалпы бұқаралық медиа саласы мен оның телерадио сегменті саяси-әлеуметтік, экономикалық және құрылымдық, технологиялық жаңарудың ықпалымен ақпараттық қоғам кезеңіне дайындықсыз бейімделуге тиіс болды. Демократиялық дәстүрі жүз жылдап саналатын америкалық, мықты экономикасы мен тұрақты саяси жүйесі қалыптасқан еуропалық елдерде нарықтық жағдайда мол тәжірибе жинаған бұқаралық коммуникация құралдары ақпараттық қоғамға жатсынбай, кідіріссіз еніп, қызметтерін цифрлық ортада үйлесімді ұйымдастыр алды. Біздің қазақстандық немесе басқа да посткеңестік елдердің медиа құралдарымен салыстырғанда батыстық әріптестердің әуелгі (старттық) позициялары ұтымды болғаны сөзсіз.

Олар жинаған мол тәжірибе мен үлгілер біздің медиаларда жоқ. Отандық бұқаралық коммуникация саласына цифрлық ландшафтқа бейімделуде абдырау мен дағдару, болашақ перспективасы мен тиімді стратегиясын анықтауда қателіктерге ұрыну көп кедергі келтірді. Технологиялық дәуірдің дидагы бір орнында тұрып қалғанды, бүгінгі жеткен межесіне көңілі толып тоқмейілсуді кешірмейді. Төтенше бәсеке заманында бүгінгі жеңістерді, жетістіктерді ертең ұмытып, жаңаша идеялар мен оны іске асырудың ерекше түрлерін, тәсілдерін игеруге деген ізденімпаздық, ұдайы білімді жетілдіру, жылдам үйрену мен қателіктер, кемшіліктерді тез түзететін қабілеттер мен қасиеттер қажет. Үздік бұқаралық медиаға керекті қасиет те, талап етілетін қабілет те осы тізімде көрсетілген.

Нарықтық қатынастардың бел ортасында қызмет етіп жүрген, жаңа технологиялық ортаға бейімделіп келетін Қазақ Елінің медиа құралдары өздеріне жүктелген мемлекет пен қоғам үшін маңызды функцияларды жоғарыда біз тұжырымдаған қағидаларды ұстанып, абыроймен нәтижелі атқарар деп сенеміз.

Қорытынды тұжырымдар

Қазақ телевизиясының эволюциясы технологиялық прогресс пен ел ішіндегі қоғамдық-саяси өзгерістердің ауқымды көріністерін қамтиды. Кеңес дәуіріндегі

теледидардың пайда болуынан бастап, соңғы жылдардағы цифрлық хабар таратудың енгізілуіне дейінгі дамудың әрбір кезеңі технологияның, қоғам мен саясаттың қарқынды өзара әрекеттесуін көрсетеді. Қазақ телевизиясының осы өзгерістерге бейімделуі және жаңашылдық қабілеті оның тұрақтылығын және ақпарат пен ұлттық мәдениетті сақтаудағы маңызды рөлін көрсетеді.

Кеңес дәуірінде қазақ телевизиясы айтарлықтай технологиялық және идеологиялық шектеулер жағдайында құрылып, жұмыс істеді. Осы проблемаларға қарамастан, бұл кезең ұлттық хабар таратудың болашақ дамуының негізін қалады. Тәуелсіздіктің кейінгі жылдары қазақ телевизиясы сөз бостандығы мен медиа-ландшафтың өзгеруіне ықпал еткен ұлттық болмыс пен ұмтылысты көрсете бастаған маңызды кезең болды.

Цифрлық хабар таратуға көшу және бүгінгі цифрлық трансформация контент сапасының жақсаруымен, қолжетімділігі мен интерактивтілігінің жоғарылауымен сипатталатын технологиялық жаңартудың соңғы кезеңін көрсетеді. Бұл жетістіктер көрерменнің тәжірибесін, талғамы мен сұранысын жетілдіріп қана қоймай, қазақ телевизиясын әлемдік стандарттарға сәйкестендіреді, оның қарқынды дамып жатқан медиа-ортада бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз етеді.

Мақалада зерттелген кезеңдер бойынша болашақ қазақ телевизиясының даму тенденцияларына қатысты мынандай тұжырымдар жасауға болады:

1. Қазақ телевизиясы кеңестік дәуірдің 1958-1991 жылдары телевизиялық технологияның алғашқы енгізілуінен бастап қазіргі заманғы цифрлық хабар таратуға көшуге дейін технологиялық инновацияның бірнеше сатысынан сәтті өтті. Әрбір кезең саланың тұрақтылығы мен өсу қабілетін көрсететін бейімделу мен ресурстарға айтарлықтай инвестицияның шешуші рөл атқарғанын көрсетті.

2. Қазақ телевизиясының дамуына қоғамдық-саяси факторлар ерекше әсер етіп отырды. Кеңес дәуірінде идеологиялық шектеулер болса, тәуелсіздік алғаннан кейінгі кезеңде сөз бостандығы мен телебағдарлама мазмұнының алуан түрлілігіне мүмкіндік берілді. Бұл өзгерістер саяси ахуал мен бұқаралық коммуникация құралдарының дамуы арасындағы күшті корреляцияны көрсетеді.

3. Технологиялық жетістіктер Қазақстандағы телеконтенттің сапасын үнемі жақсартып келеді. Цифрлық хабар таратуға көшу видеоның тұнықтығына, дыбыс сапасын жақсартуға қол жеткізді, көрермендердің биік талғамы мен сұраныстарын қанағаттандыру үшін телебағдарламалардың кең таңдауы ұсынылуда.

4. Цифрлық трансформацияның қазіргі кезеңі қазақ телевизиясы үшін одан әрі өсу мен инновациялар үшін көп мүмкіндіктер ашады. Жаңа технологиялар мен цифрлық стратегияларды қолдана отырып, қазақ телевизиясы көрермендердің белсенділігін арттырып, оның ауқымын кеңейтіп, жаһанданған медиа ландшафта өзектілігін сақтай алады.

5. Жаңа дәуірде бәсекеге қабілетті болып қалу үшін қазақ телевизиясы жаңашылдықты жалғастыруы керек. Аудиторияның қажеттіліктері мен әлеуметтік-саяси динамикасын ескерумен қатар технологияға инвестиция салуды жалғастыру ұлттық телевизия саласының болашақ табысы үшін маңызды болмақшы.

Қорыта айтқанда, қазақ телевизиясындағы технологиялық жаңару тарихы – бұл саланың технологиялық және әлеуметтік-саяси жағдайдың өзгеруіне сай даму мүмкіндігінің айғағы. Тұрақты инновациялар мен жаңа ортаға бейімделу қазақ

телевизиясының ақпараттық, ағартушылық және тәрбиелік миссиясын орындау үшін, бүгінгі медиа-ортада өміршеңдігі мен өзектілігін сақтау үшін шешуші бағыт болып қала береді.

Қаржыландыру

Бұл зерттеу мақаласы ҚР Ғылым және жоғары білім министрлігі Ғылым комитетінің ғылыми гранты есебінен қаржыландырылды (грант № AP19677579).

Әдебиеттер тізімі

1. Abramson, A. (2003). The History of Television, 1942 to 2000 // Jefferson, NC: McFarland. – p. 235
2. Aliloupour, N. P., (2015). The Impact of Technology on the Entertainment Distribution Market: The Effects of Netflix and Hulu on Cable Revenue // Claremont Colleges, 2015. https://scholarship.claremont.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1811&context=scripps_theses
3. Barnouw, E. (1990). Tube of Plenty: The Evolution of American Television / New York: Oxford University Press. – p. 351
4. Burroughs, B., (2019). A cultural lineage of streaming // Internet Histories 3(2), 2019. – pp. 147–161 <https://doi.org/10.1080/24701475.2019.1576425>
5. Cooke, A., Smith, D., Booth, A., (2021). Beyond PICO: the SPIDER tool for qualitative evidence synthesis // Qual. Health Res. 22(10), 2012. – pp. 1435–1443 <https://doi.org/10.1177/1049732312452938>
6. DeFino, D. (2019). 4K and 8K TV: The Next Frontier // Tech Trends Journal, 14(3). – pp. 45-59
7. Evens, T., (2014). Clash of TV platforms: how broadcasters and distributors build platform leadership // In: 25th European Regional Conference of the International Telecommunications Society, - Brussels, 2014. – pp. 1-16. URL: <https://www.econstor.eu/handle/10419/101429>. (Accessed: 17.01.2024)
8. Flichy, P. (1995). Dynamics of Modern Communication: The Shaping and Impact of New Communication Technologies / London: Sage, 43(7). – pp. 125-159
9. Flood Page, M., (2015). The development of BBC on-demand strategy 2003-2007: the Public Value Test and the iPlayer // University of Glasgow, 14(6), 2015. – pp. 256-279 URL: <https://theses.gla.ac.uk/6779/>. (Accessed: 17.01.2024)
10. Galperin, H. (2004). New Television, Old Politics: The Transition to Digital TV in the United States and Britain / Cambridge: Cambridge University Press. – p.411
11. Gaustad, T. (2021). Artificial Intelligence and Augmented Reality in Television // Media Innovations Journal, 5(2). – pp. 89-103
12. Jahanmir, S.F., Cavadas, J., (2018). Factors affecting late adoption of digital innovations // J. Bus. Res. 88, 2018. – pp. 337–343. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.058>
13. Jenner, M. (2018). Netflix and the Re-invention of Television / Basingstoke: Palgrave Macmillan. –p. 371
14. Kohli, R., Melville, N., (2017). Digital innovation: a review and synthesis // Inf. Syst. J. 29, 2017. – pp. 200–223. URL: <https://doi.org/10.1111/isj.12193>
15. Krikke, J., (2004). Streaming video transforms the media industry // IEEE Comput. Graphics Appl. 24(4), (2004). – pp. 6-12. URL: <https://doi.org/10.1109/MCG.2004.17>

16. Lapina E. Kak epoha novyh media menyaet kommunikaciyu mezhdu lyud'mi. Osobennosti novyh media [How the era of new media is changing communication between people. Features of new media] / E.Lapina. – Rezhim dostupa: <https://postnauka.ru/video/38005>
17. Lotz, A.D., (2007). The Television Will be Revolutionized / New York University Press, New York, 2007. – pp. 116-143
18. Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A., Song, M., (2017). Digital innovation management: reinventing innovation management research in a digital world. MIS Q. 41, 2017. URL: <https://doi.org/10.25300/MISQ/2017/41:1.03>
19. Spigel, L. (1992). Make Room for TV: Television and the Family Ideal in Postwar America / Chicago: University of Chicago Press. – p. 273
20. Yessenbekova, U.M., (2024). Demand for TV content in a national language: The case of Kazakhstan // International Journal of Innovative Research and Scientific Studies (USA). – vol. 7, №3. – march 2024. – pp.951–964. ISSN 26176548. URL: <https://doi.org/10.53894/ijirss.v7i3.2984>

У.М. Есенбекова, К.О. Сак, Н.М. Рахымбаев

Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан

Особенности этапов технологического обновления Казахского телевидения

Аннотация. В данной статье рассматриваются этапы технологических инноваций казахского телевидения, описывается влияние и эволюция технологических достижений в сфере телерадиовещания страны. Через анализ исторического контекста и конкретных периодов в исследовании показаны основные этапы инноваций в сфере массовых коммуникаций.

В исследовании рассматриваются три основных периода: первый период, внедрение телевизионных технологий в советскую эпоху; второй период, развитие национального телевидения в годы независимости; третий период связан с переходом на цифровое вещание, а также последними достижениями в области стратегий цифровой трансформации. Каждый период характеризуется уникальными проблемами и достижениями, которые отражают широкие социально-экономические и политические изменения в Казахстане.

Обновление контента казахского телевидения, повышение качества программ, рост потенциала вещания совпадают с техническим прогрессом и социальными запросами общества. Трудности отечественного телевидения в советский период и свобода слова, предоставленная обществу и журналистам после обретения независимости, нашли отражение в телепрограммах того времени. В этой статье эти аспекты обсуждаются через призму уникальных проблем и достижений, связанных с каждым этапом технологических инноваций. Кроме того, в нем исследуются социально-экономические и политические факторы, влияющие на время выхода обновлений и их влияние на казахское телевидение.

Итоговые выводы подчеркивают динамичный характер технологического прогресса казахского телевидения и подчеркивают важность постоянных инноваций для поддержания актуальности и конкурентоспособности отрасли в постоянно меняющейся медиа-среде.

Ключевые слова: телевидение, этапы развития, национальное телевидение, технологические инновации, медиаконтент, трансформация.

U.M. Yessenbekova, K.O. Sak, N.M. Rakhymbayev
L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

Features of the stages of technological renewal Kazakh television

Abstract. This article investigates the stages of technological innovation in Kazakh television, detailing the influence and evolution of technological advances within the country's television and radio broadcasting sectors. By analyzing the historical context and specific periods, the study identifies the main phases of innovation in the field of mass communications.

The study focuses on three main periods: the first period, characterized by the introduction of television technology during the Soviet era; the second period, marked by the development of national television during the years of independence; and the third period, associated with the transition to digital broadcasting and recent advancements in digital transformation strategies. Each period is defined by unique challenges and achievements, reflecting broad socio-economic and political changes in Kazakhstan.

The content updates of Kazakh television, the enhancement of program quality, and the increased potential of broadcasts coincide with technical progress and the social demands of society. The difficulties faced by domestic television during the Soviet period and the freedom of speech afforded to the public and journalists after independence are reflected in the television programs of the respective eras. This article discusses these aspects through the lens of the unique challenges and achievements associated with each stage of technological innovation. Additionally, it explores the socio-economic and political factors influencing the timing of updates and their impact on Kazakh television.

The final conclusions highlight the dynamic nature of technological progress in Kazakh television and underscore the importance of continuous innovation to maintain the relevance and competitiveness of the industry in an ever-changing media environment.

Keywords: television, stages of development, national television, technological innovation, media content, transformation.

Авторлар туралы мәліметтер:

Есенбекова Ұ.М. – филология ғылымдарының кандидаты, қауымдастырылған профессор, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

Сақ Қ.Ө. – Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Журналистика және саясаттану факультетінің деканы, филология ғылымдарының кандидаты, ЕҰУ профессоры, Астана, Қазақстан.

Рахымбаев Н.М. – Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің Журналистика және саясаттану факультетінің докторанты, Астана, Қазақстан.

Yessenbekova U.M. – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

Sak K.O. – Dean of the faculty of Journalism and political science, Candidate of philology, Professor of ENU, Astana, Kazakhstan.

Rakhymbayev N.M. – Doctoral student of the Faculty of Journalism and political science of the L.N.Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.