

4. Уланова М.А., Интернет журналистика. Практическое руководство// Москва, Издательство «Аспект Пресс», 2014 г. – 64 с.

ӘОЖ070:654.19(100)+(574)

ТЕЛЕВИДЕНИЕ В МИРЕ И КАЗАХСТАНЕ В МОНОГРАФИЯХ БАРЛЫБАЕВОЙ С. Х.

Шукуева Меруерт Нурлановна,
магистрант 2- курса Евразийского национального университета имени Л.Н.
Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
shukuevameruert@mail.ru

Научный руководитель – к.ф.н., доцент Баткеева Бахыт Тлеубаевна,
bakytbatkeeva@mail.ru

В истории телевидения выделяют несколько этапов, каждый из которых характеризуется качественно новым содержанием. Первый этап – от научных опытов, изобретений и открытий ученых в области передачи изображения и звука на расстояние до появления регулярного телевизионного вещания, т.е. от начала 20-го века – 1930-х годов. Второй этап – от начала регулярного телевидения в 1930-е до создания системы центрального, республиканского и местного телевидения и возникновения массового вещания в 60-е годы. Третий этап – с конца 1960-х годов, когда массовое вещание стало союзным и многопрограммным, до начала 1990-х годов. Четвертый этап начинается в 90-х годах 20 века, когда с распадом СССР разрушается система центрального государственного управления телевидением.

В Казахстане телевидение взяло начало 8 марта 1958 г., когда прошла первая пробная передача Алма-Атинской студии ТВ – ныне Телерадиокомпания «Казахстан».

В первые годы телевидение транслировало в порядке эксперимента кинофильмы и телеспектакли. Затем осваивать голубой экран пришли радиожурналисты, которые впоследствии стали тележурналистами. Появились такие жанры как телерепортаж, телеинтервью и ныне канувший в лету телеплакат.

Так голубые экраны жителей тогда еще Казахского ССР начали показывать телепередачи, который были сделаны казахстанцами для казахстанцев. Это новости, спектакли, фильмы, а также информационные и образовательные программы, рассказывающие об актуальных вопросах села, сельского хозяйства, науки и производства, искусства и литературы.

Среди тех, кто участвовал в становлении Казахского телевидения, можно особо отметить Канафию Мустафина и Совета Масгулова. С середины 70-х годов название комитета изменилось на Государственный комитет радио- и телевидения Казахской ССР.

В 1991 году Казахское телевидение первым донесло до народа принятие присяги Первым Президентом Республики Казахстан Нурсултаном Назарбаевым.

В 1992 году "Гостелерадио Казахской ССР" было реорганизовано в Государственную телерадиокомпанию "Казахстан", а в 1995-м – в Республиканскую телерадиокорпорацию "Казахстан". Впоследствии РТРК претерпела ещё немало изменений и теперь включает в себя три телеканала – "Казспорт", "Казахстан", "Балапан" – и несколько радиостанций, а также сеть из областных телерадиокомпаний.

Сегодня в Казахстане вещает 14 общедоступных казахстанских телеканалов, общее количество телеканалов превышает 30, а ещё три вещают за пределами страны.

Процесс вхождения Казахстана в рыночные отношения выявил проблему конкурентоспособности в условиях роста числа изданий, их в республике было 750 и 107 телекомпаний возникло в стране в то время. Рост количественных показателей связан с появлением независимых, коммерческих, кабельных каналов телерадиовещания.

Процесс вхождения Казахстана в рыночные отношения выявил проблему конкурентоспособности в условиях роста числа телеканалов. Переход к демократическому, гражданскому обществу ведет к существенным изменениям в информационных процессах, в том числе телевидении. Стали выходить актуальные злободневные передачи. Преобразование электронных СМИ отразилось на конкретной деятельности журналистов, на ее творческой и технической стороне. Диалог, полемика, дискуссии – алогичные формы вещания стали обычным явлением в аудиовизуальной журналистике.

В рыночном обществе вся деятельность СМИ подчиняется тем же экономическим законам, что и другие отрасли экономики. В Казахстане сформировался информационный аудиовизуальный рынок: появились новые издания, агентства, медийные центры, новые телепрограммы, жанры, имеющие новые направления, тенденции, определяющие информационную, вещательную политику начала 21 века.

Большинство населения республики в качестве основного источника информации выбрало телевидение, далее идет интернет, печать и радио. В будущем реальная аудитория телезрителей будет формироваться в зависимости от платежеспособного спроса населения.

За последнее время телекоммуникационный рынок Казахстана изменился коренным образом. Темпы роста новых средств массовой коммуникации показывают, как велик спрос на информационные услуги. В стране активно развивается рынок сотовой связи. В республике внедрена государственная политика информатизации образования и других стратегически-важных сфер.

Казахстан активно внедряет новые информационные технологии в СМК. Размышляя о будущем страны Елбасы Н.А. Назарбаев отмечал, что «к 2030 году Казахстан станет центрально-азиатским барсом и будет служить примером для других развивающихся стран. Это будет казахстанский барс с присущим ему элитарностью, независимостью, умом, мужественностью и благородством, храбростью. Казахстанский барс будет обладать и западной элегантностью, и восточной мудростью и выносливостью». Н. А. Назарбаевым дан ряд конкретных поручений по разработке государственной программы формирования и развития национальной информационной инфраструктуры, а также по совершенствованию законодательной нормативной базы, укреплению внутреннего информационного рынка и развитию отечественных технологий и производств.

Виды современного телевидения

По форме передачи телевизионного сигнала современное телевидение можно разделить на эфирное, кабельное, спутниковое и интернет-телевидение. Отдельно можно выделить видео. У каждого из них свои достоинства и недостатки с точки зрения рекламного воздействия на потребителей.

Эфирное телевидение

Эфирное телевидение распространяет сигнал с помощью наземных станций-ретрансляторов. Это вид телевидения наиболее распространен сегодня в Казахстане.

Реклама на эфирном телевидении сегодня достигает такого количества потенциальных покупателей, которого не достигает ни одно другое средство – ни радио, ни газеты и журналы, ни интернет, ни уличная реклама и т.д. Количество смотрящих телевидение исчисляется миллионами человек.

У цифровое эфирного телевидения высокое качество картинки и звукового сопровождения. Увеличение числа передаваемых каналов в том же частотном диапазоне (при передаче изображения передается не каждый кадр (это принцип действия

аналогового телевидения), а только те элементы кадра, которые изменили свои характеристики (цвет, яркость и т.п.) по отношению к предыдущему кадру. Как результат, вместо одного аналогового канала можно задействовать 5-7 цифровых каналов. Третья особенность цифрового телевидения – это наличие сопутствующих сервисов.

Кабельное телевидение

Кабельное телевидение – противоположность эфирному с точки зрения избирательности аудитории. Кабельное ТВ ориентировано не на массовую аудиторию, а на удовлетворение разнообразных потребностей зрителей. В связи с этим существует огромное многообразие специализированных кабельных каналов: спортивные, развлекательные, информационные, фильмовые, детские, семейные и пр. Все они существуют, в большей степени, за счет платной подписки своих зрителей.

Спутниковое телевидение

Спутниковое телевидение вещает с помощью спутника, «подвешенного» на околоземной орбите. Сигнал принимается телезрителями на индивидуальную антенну-«тарелку».

Освоение возможностей спутникового телевидения позволило американскому телевидению выйти за пределы своей страны, и в конце 70-ых годов коммерческое телевидение США стало вторгаться в европейские границы.

Для спутникового телевидения во всем мире реклама не является основным источником доходов. Как и на кабельном телевидении, здесь подавляющая часть доходов получается от абонентской платы.

Достижение аудитории, до которой по географическим, экономическим или техническим причинам «не добирается» эфирное и кабельное телевидение.

Платежеспособная аудитория. Приобрести комплект для спутникового телевидения не каждому по карману.

Онлайн телевидение (интернет-телевидение)

Самым молодым видом телевидения, является вещающее в интернет среде. Оно принимается через скоростные линии на компьютеры, коммуникаторы, мобильные телефоны. Через интернет-телевидение происходит достижение активной платежеспособной аудитории. Достижение значительной «мобильной» аудитории, смотрящей телепередачи вне дома. К недостаткам интернет-телевидения можно отнести то, что на сегодня у него относительно малое количество зрителей. Но конечно онлайн телевидение, во многом, это завтра всего современного телевидения.

Список использованной литературы:

1. Барлыбаева С. Конвергентная журналистика в новом медиаразвитии //Вестник КазНУ. - Алматы, 2012. 143,- 12 с.
2. Бим Дж. Марк Цукерберг. - М: АСТ, РФ, 2014. - 192 с.
3. Пронина Е. Е. Психологические особенности творческой работы репортера: избранные статьи периодических изданий. - М: Юрист, 2011. - 344 с.
4. Современная журналистика: опыт, проблемы, перспективы. - М.: Академия, 2012. - 333 с.
5. <http://br-analytics.ru/>