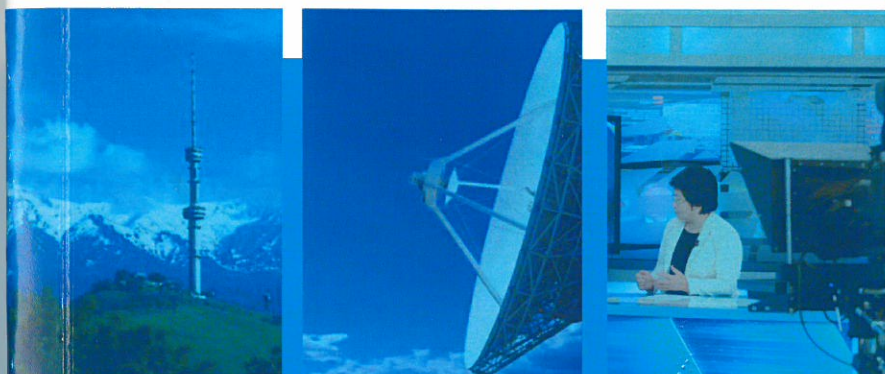


ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ  
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ  
ӘЛ-ФАРАБИ АТЫНДАҒЫ ҚАЗАҚ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН  
КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ АЛЬ-ФАРАБИ

MINISTRY OF EDUCATION AND  
SCIENCE OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN  
AL-FARABI KAZAKH NATIONAL UNIVERSITY



Тарих ғылымдарының докторы, профессор С.Х. Барлыбаеваның  
60 жылдық мерейтойы және Дүниежүзілік Теледидар күніне арналған  
**«ҚАЗАҚСТАН ТЕЛЕИНДУСТРИЯСЫНДАҒЫ ЖАҢА ТРЕНДТЕР:  
ТЕХНОЛОГИЯЛАР МЕН КОНТЕНТ»**

атты республикалық ғылыми-тәжірибелік конференция

### **МАТЕРИАЛДАРЫ**

2016 жыл 11 қараша

### **МАТЕРИАЛЫ**

Республиканской научно-практической конференции  
**«НОВЫЕ ТРЕНДЫ В ТЕЛЕИНДУСТРИИ КАЗАХСТАНА:  
ТЕХНОЛОГИИ И КОНТЕНТ»**,

посвященной 60-летию юбилею доктора исторических наук,  
профессора С.Х. Барлыбаевой и Всемирному Дню Телевидения

11 ноября 2016 года

### **MATERIALS**

of the Republic scientific-practical conference,  
dedicated to the 60-anniversary of the Doctor of Historical Sciences,  
professor S.Kh. Barlybaeva and International Day of Television  
**«NEW TRENDS IN THE TELEINDUSTRY OF KAZAKHSTAN:  
TECHNOLOGIES AND CONTENT»**

The 11<sup>th</sup> of November, 2016

**Редакционная коллегия:**  
Медеубек С., Султанбаева Г.С.

**Ответственный редактор**  
Н.П. Сапарходжаева

Материалы Республиканской научно-практической конференции «Новые тренды в телеиндустрии Казахстана: технологии и контент», посвященной 60-летию юбилею доктора исторических наук, профессора С.Х. Барлыбаевой и Всемирному Дню телевидения. 11 ноября 2016 года. – Алматы: Қазак университеті, 2016. – 121 стр.

**ISBN 978-601-04-2517-0**

В сборнике представлены материалы конференции «Новые тренды в телеиндустрии Казахстана: технологии и контент», посвященной 60-летию юбилею доктора исторических наук, профессора С.Х. Барлыбаевой и Всемирному Дню телевидения.

## ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕВИДЕНИЕ В РАЗВИТЫХ ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА КАЗАХСТАН

Есхуатова Н.Б.,

*КазНУ им. аль-Фараби, старший преподаватель  
кафедры печати и электронных СМИ  
факультета журналистики,  
магистр социальных наук*

On-line телевидение все больше приобретает популярность во всем мире. Прежде всего, это «система основанная на двусторонней цифровой передаче телевизионного сигнала через Интернет-соединения посредством широкополосного подключения». [1] В представленном формате телевизионный контент более обширный и легко используемый в Интернет-пространстве. Еще более важная деталь – это собрание архивного материала и возможность получить доступ к просмотру ранее вышедших в эфир программ, кинокартин и других видеоматериалов.

Преимущество сетевого телевидения перед традиционным телевидением в том, что система просмотра усовершенствованно управляема и у пользователей больше возможности видеть весь телевизионный контент в полном объеме.

В ряде европейских стран развитие сетевого телевидения развивается стремительно в отличие от традиционного телевидения. Проблема для кабельного телевидения в большинстве стран очевидна: «На европейском рынке платного ТВ нарастает тренд отключения от дорогостоящих услуг проводных операторов: это явление в 2012-2013 годах обошлось потерями сотен тысяч абонентов для платных ТВ компаний США и получило название «cord-cutting», то есть «обрезание кабеля». Теперь, по данным исследователей IHS, эта тенденция проявила себя и среди европейских абонентов по итогам первого квартала 2014 года». [2]

Мы наблюдаем кризис традиционного телевидения не только в Соединенных Штатах, а также в Европе, где даже появилось такое явление как «cord-cutting». «Явление характерно для рынков платных телевизионных сервисов Бельгии, Дании, Италии, Мальты, Нидерландов, Норвегии, Швеции, Чешской Республики, Латвии, Литвы, Молдовы и Польши. Причем, по данным IHS, в 6 из 12 стран Европы спад подключений на рынке платного ТВ был зафиксирован и по итогам второго квартала 2014 года, тем самым вызвав депрессию на всем видео рынке региона». [2] Клиенты кабельного телевидения теперь меньше просматривают кабельное телевидение и больше предпочитают Интернет-телевидение. «Эксперты IHS также напоминают о росте численности категории абонентов под названием «cord-nevers», от слова «cord» (англ. «кабель») и «never» (англ. «никогда»). Речь идет о преимущественно молодой категории потенциальных потребителей, которые уже имеют такой тесный опыт взаимодействия с вебom, что и видео сервисы предпочитают использовать посредством интернет, например, OTT, так что подключать услуги традиционных проводных, в том числе кабельных операторов, они, возможно, никогда не будут». [2] Главным образом – это молодые пользователи до 40-45 лет, а также среднего возраста население от 45 до 55 лет, которые находятся в Интернете, главным образом, они наряду с посещением Интернета, в целом, также параллельно «заглядывают» в сетевое телевидение, где имеют прекрасную возможность просмотреть программы, кинокартины и другой видео контент на выбор.

Однако следует отметить, что все не так уж и плохо для коммерческого кабельного телевидения в некоторых европейских странах. «На крупнейших рынках платного ТВ в Европе ситуация пока стабильная. Среди Франции, Германии, Италии, Испании и Великобритании негативные тенденции пока довлеют только над итальянским рынком платного ТВ. Рынки других четырех стран даже опережают по темпам роста Европу в целом. Наиболее подвержены спаду рынки стран Бенилюкса и Скандинавских стран, а также небольших стран Центральной и Восточной Европы, где в недавнем времени рынок ТВ сервисов рос очень бурно». [2] Преобладание Интернет-телевидения в западных странах,

формирует следующую не позитивную картину: «Теперь этот рост обернулся вспять. На фоне того, что, например, в Италии и Нидерландах рынок платного ТВ падает уже несколько кварталов подряд, а в других странах уже второй по счету квартал завершился негативно, на рынке Европы нарастают тревожные настроения, полагают в IHS. Причем, как считают аналитики, отказ абонентов от услуг кабельных провайдеров связан не только с экспансией на европейский рынок интернет видео сервисов типа Amazon и Netflix». [2]

Экономическая сторона также дает о себе знать – это кризисы, которые «волнами» накрывают рынок и влияют на платежеспособность абонентов. «Скорее, речь идет о совокупности факторов, вызвавших спад подключений: здесь и экономический спад, перестроение рынка технологий для домашнего видео, а также расширение возможностей выбора услуг для среднестатистического потребителя». [2]

Что касается населения более старшего, зрелого возраста Европы (после 55 лет), то и они также становятся активными пользователями по причине того, что они не хотят оказаться неосведомленными о происходящем в современном мире. «Порядка 11,5 миллионов людей старше 55 лет пользуются Интернетом в Европе, согласно новому замеру посетителей Интернета, проведенному в исследовательском центре Nielsen/NetRatings. Эта цифра увеличилась на 28% с сентября 2002 года». [3] В западных странах людей в возрасте интересуют, главным образом, информация касающаяся финансов, а также, карты городов и стран. Скорее всего, это связано с вложением инвестиций и путешествиями по всему миру.

Общество развитых стран в отличие от развивающихся стран не только стараются узнать что-то новое об Интернет-технологиях, а также, они активно применяют на практике усвоенные знания для своих целей.

Интернет-телевидение представляет собой не только сетку программ в он-лайн режиме, но также наблюдается интерактивное телевидение, что высоко ценится на Западе. Технология интерактивного телевидения в Интернете основана на том, что «Компании, предлагающие услуги интерактивного ТВ, делают все, чтобы пользователь почувствовал преимущества новых технологий, которые сочетают возможности цифрового телевидения и интернета. Зрители могут выбирать время просмотра телепередачи, использовать стоп-кадр, повторять понравившиеся фрагменты, исключать рекламу и т.д. Некоторые компании обрабатывают данные о предпочтениях каждого клиента и делают вывод, какие именно товары его не заинтересовали. В итоге реклама транслируется адресно, именно той группе потенциальных покупателей, которая не отказывается от просмотра рекламных роликов на определенные темы». [4] Таким образом, существует «право выбора» за пользователями глобальной сети.

Также, «пользователи могут, во-первых, принимать участие в телевизионных шоу так же, как зрители в телестудии. Во-вторых, любители азартных игр предаются любимому пороку в интерактивных казино. В-третьих, поклонники спорта могут делать ставки на исход матчей в онлайн режиме. [4] Так что выбор велик, и дает полную свободу зрителям Интернет-телевидения.

Что касается влияния компьютерных технологий развитых западных стран, главным образом, на Казахстан. То с каждым годом, воздействие с каждым годом более интенсивно и благотворно. Благодаря социальным сетям и Интернет-телевидению казахстанские пользователи получают возможность больше приобретать навыки в применении он-лайн технологий. Например, прямое интерактивное включение в социальной сети “Facebook”, и таким образом, всемирные Интернет-каналы через данную социальную сеть предоставляют видео-контент с космического аэродрома на момент запуска космического корабля, или прямое включение «кулинарного шоу», где готовят необычные блюда. Казахские пользователи напрямую наблюдают происходящие события во всем мире и могут отреагировать: проставить «лайк» или прокомментировать на английском языке. Так отечественные блогеры могут почувствовать причастность к мировому событию глобального масштаба.

#### Гипер-ссылки:

1. <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
2. [http://mirant.kiev.ua/news/evropejskoe\\_tv\\_ustremilos\\_v\\_internet/2014-08-04-14748#ixzz4PIHwPz9f](http://mirant.kiev.ua/news/evropejskoe_tv_ustremilos_v_internet/2014-08-04-14748#ixzz4PIHwPz9f)
3. <http://www.liveinternet.ru/users/vladimirych/post896897/>
4. <http://www.kakprosto.ru/kak-246836-chto-takoe-interaktivnoe-tv#ixzz4PIoYsv5N>

## СОДЕРЖАНИЕ

|   |    |
|---|----|
| <i>Барлыбаева С.</i><br>Помню, люблю, горжусь .....   | 3  |
| <i>Барлыбаева С.</i><br>В диапазоне М.К. Барманкулова.....  | 5  |
| <i>Ахметова Л.</i><br>К юбилею профессора С.Х. Барлыбаевой .....  | 7  |
| <i>Барлыбаева Л.</i><br>Сестренка.....  | 9  |
| <i>Ахатова Б.</i><br>Целеустремленность и созидание .....   | 12 |
| <i>Муканова Г.</i><br>Душой исполненный полет .....   | 14 |
| <i>Ким О.</i><br>Прекрасной души человек .....  | 17 |
| <i>Санжар Н.</i><br>О юбиляре .....   | 18 |
| <i>Мамраимов А.</i><br>Прекрасный педагог.....  | 19 |
| <i>Нұржанова Ш., Бекболатұлы Ж.</i><br>Қазақтың Сәулесі .....   | 20 |
| <i>Кенжегулова Н.</i><br>Глашатай «новых медиа» информационного общества .....                                  | 22 |
| <i>Мысаева К.</i><br>Спорт пен ғылымды қатар бағындырған қазақ қызы .....                                       | 24 |
| <i>Молдабеков А.</i><br>Тектінің тұяғы .....  | 26 |
| <i>Тастулекова С.</i><br>Эпоха цифрового вещания .....  | 28 |
| <i>Козыбаев С.</i><br>К вопросу о польской депортации в Казахстан.....  | 32 |
| <i>Қабылғазина К.</i><br>Білім мен тәжірибені үйлестіру әдістері.....   | 34 |
| <i>Бекболатұлы Ж.</i><br>Ақпараттық саясат және тіл мәселесі .....  | 37 |
| <i>Шыңғысова Н.</i><br>Қазіргі таңдағы PR-білім берудің өзекті мәселелері .....                                 | 40 |
| <i>Ахатова Б.</i><br>Развитие медиа в независимом Казахстане .....  | 42 |
| <i>Негизбаева М.</i><br>Политический курс казахстанского пути – молодежная политика .....                       | 45 |
| <i>Нода Л.</i><br>Телевидение или ... все остальное? .....  | 47 |
| <i>Есхуатова Н.</i><br>Интернет-телевидение в развитых европейских странах и его влияние на Казахстан .....     | 50 |
| <i>Ложникова О.</i><br>Художественное пространство и образы неигрового кино: вклад в человеческий капитал ..... | 52 |
| <i>Мектеп-тегі А.</i><br>Таңбамен кестеленген құпия ілім.....   | 55 |
| <i>Өзбекова Г.</i><br>Көпшілік алдында сөйлеу өнерінің ерекшеліктері .....                                      | 72 |
| <i>Нода Л.</i><br>Телевидение. Театр. Кто кого? .....   | 75 |
| <i>Қутпанбаева Ж.</i><br>Массовая культура в общественном сознании .....  | 78 |