

УДК 070.431.2

DOI 10.58649/1694-5344-2025-3-375-379

КОЖОМБЕРДИЕВА Ж.Т., МАКСУТОВА Б.Б.

Ж. Баласагын атындагы КУУ

КОЖОМБЕРДИЕВА Ж.Т., МАКСУТОВА Б.Б.

КНУ имени Ж. Баласагына

KOZHOMBERDIEVA J.T., MAKUTOVA B.B.

KNU J. Balasagyn

ORCID: 0009-0003-1112-6573; SPIN-код 5427-5609

ORCID: 0009-0008-5543-2985; SPIN-код 9937-5738

КЫРГЫЗСТАНДАГЫ ЖАҢЫ ФОРМАТТАГЫ ММК - TELEGRAM-КАНАЛДАР**НОВЫЙ ФОРМАТ МЕДИА В КЫРГЫЗСТАНЕ – ТЕЛЕГРАММ-КАНАЛЫ****NEW MEDIA FORMAT IN KYRGYZSTAN - TELEGRAM CHANNELS**

Кыскача мүнөздөмө: Макалада Кыргызстандагы медиа чөйрөнүн санариптик трансформация шартында Telegram-каналдар массалык маалымат каражаттарынын жаңы форматы катары каралат. Бүгүнкү күндө салттуу ММКлардын (телевидение, радио, басма сөз басылмалары) популярдуулугу төмөндөп, керектөөчүлөр интерактивдүүлүккө, мультимедиялуулукка жана кеңири камтууга ээ болгон санариптик форматтарга өтүп жатканы белгиленет. Telegram-каналдар камтылган аналитикалык мүмкүнчүлүктөрү жана контентти башкаруу үчүн ыңгайлуу куралдары аркылуу ММКларга аудиториянын кызыгуусуна жараша ыңгайлашууга шарт түзүп, коомдук пикирди калыптандыруудагы ролун күчөтөт. Макалада популярдуу каналдарга (@Sputnik_Kyrgyzstan, @Kaktus_media, @Akipress) өзгөчө көңүл бурулуп, алардын позициясы жана катталуучулардын өсүү динамикасы талдоого алынган. Жыйынтыгында Telegram жаңылыктар контентин, коомдук-саясий маалыматтарды жайылтуу жана аудиторияны коммуникацияга тартуу үчүн маанилүү платформа болуп калгандыгы айтылат.

Аннотация: В статье рассматриваются Telegram-каналы как новый формат СМИ в контексте цифровой трансформации медиасреды Кыргызстана. Отмечается, что сегодня популярность традиционных СМИ (телевидение, радио, печатные издания) снижается, а потребители переходят на цифровые форматы, обладающие интерактивностью, мультимедийностью и широким охватом. Каналы Telegram с их встроенными аналитическими возможностями и удобными инструментами управления контентом позволяют СМИ подстраиваться под интересы аудитории и усиливать свою роль в формировании общественного мнения. В статье рассматриваются популярные каналы (@Sputnik_Kyrgyzstan, @Kaktus_media, @Akipress), анализируется их позиционирование и динамика роста подписчиков. Делается вывод о том, что Telegram стал важной площадкой для распространения новостного контента, общественно-политической информации и вовлечения аудитории в коммуникацию.

Abstract: The article considers Telegram channels as a new media format in the context of digital transformation of the media environment in Kyrgyzstan. It is noted that today the popularity of traditional media (television, radio, print media) is declining, and consumers are moving to digital formats with interactivity, multimedia and wide coverage. Telegram channels with their built-in analytical capabilities and convenient content management tools allow the media to adjust to the interests of the audience and strengthen their role in shaping public opinion. The article considers popular channels (@Sputnik_Kyrgyzstan, @Kaktus_media, @Akipress), analyzes their positioning and subscriber growth dynamics. It is concluded that Telegram has become an important platform for disseminating news content, socio-political information and engaging audiences in communication.

Негизги сөздөр: ММК; жаңы медиа; Интернет; социалдык тармактар; Telegram-канал; медиа чөйрө; коммуникация.

Ключевые слова: СМИ; новые медиа; Интернет; социальные сети; Telegram-канал; медиасреда; коммуникация.

Keywords: mass media; new media; Internet; social networks; Telegram-channel; media environment; communication.

Азыркы учурда Кыргызстандын медиа чөйрөсүндө ар түрдүү тенденциялар байкалууда, алардын ичинде «жаңы медиа» – социалдык тармактар, блогдор, мессенджерлер, интернет-ММКлар жана издөө системалары пайда болуп, калыптанууда. Жаңы медиа каражаттарынын өнүгүшүнө өлкөдө:

- интернетке жеткиликтүүлүк;
- маалыматтын тез тарашы;
- кеңири аудиторияны камтышы;
- кайра байланыш түзүү мүмкүнчүлүгү

сыяктуу факторлор себеп болду. Социалдык тармактар маалыматты керектөөнүн негизги булагына айлангандыгын байкоолор көрсөтүүдө. Маалымат агенттиктери, телеканалдар, радиостанциялар жана гезиттер өз материалдарын Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, Telegram, VKontakte жана YouTube каналдарындагы маалыматтарга таянып түзүшөт. [4, б. 57] Бул факторлор өлкөдөгү медианы керектөө мүнөзүнүн өзгөрүшүнө, ошондой эле заманбап журналистиканын форматынын жана өнүгүү багыттарынын өзгөрүшүнө алып келди. Акыркы маалыматтарга ылайык, Кыргызстанда телерадиокомпаниялар, радиостанциялар жана басма сөз басылмаларын кошкондо массалык маалымат каражаты статусуна ээ болгон 2000дөй субъект катталган. [10] Өлкөнүн медиа рыногу типологиялык көп түрдүүлүгү жана тематикалык багыттары менен айырмаланат. ММКлардын негизги бөлүгү кыргыз жана орус тилдеринде иш алып барышса, өзбек, англис жана башка тилдердеги ММКлар азыраак санда кездешет.

Россиялык изилдөөчүлөр В.М. Горохов жана М.Г. Шилина белгилегендей, профессионалдуу медиа интернеттеги катышуусун кеңейтип жатат: оффлайн басылмалар онлайн версияларын түзүүдө, оригиналдуу интернет-ММКлар жана маалымат агенттиктери ачылууда. «Интернетке чыгуу» – «жарыкка чыгуудан» да натыйжалуурак болуп жатат. [2, б. 57] Медиа каражаттары онлайн форматка өтүү менен трансформация процесстерине дуушар болууда. Акыркы жылдары айрым салттуу ММКлар толугу менен интернетке өтүштү. Мисалы, 2000-жылдары Кыргызстандын эн

көп нускада чыккан басма гезити «Супер-инфо» онлайн форматка өтүп, ар кыл интернет-платформаларда ийгиликтүү иш алып барууда. [4, б. 57]

«Жаңы медиа» массалык коммуникация каражаты катары азыркы коомдун турмушунда маанилүү роль ойнойт. Теориялык иштеп чыгууларда “жаңы медиа” түшүнүгүн аныктоодо ар кандай ыкмалар бар, бирок изилдөөчүлөрдүн пикири боюнча жаңы медианын негизги өзгөчөлүгү алардын интернет-технологияларга негизделгендигинде экенине кошулат. Изилдөөчүлөр жаңы медианын интерактивдүүлүгүн жана мультимедиа сыяктуу негизги өзгөчөлүктөрүн да белгилешет. [3, б. 42]

Жаңы медиа теориясында канадалык изилдөөчү Маршалл Маклюэндин (Herbert Marshall McLuhan) классикалык медиа теориясы өзгөчө орунду ээлейт. Ал медиа каражаттарын «ысык» жана «муздак» деп экиге бөлөт. «Ысык медиа» аудиториянын катышуусу аз болгон каражаттар болсо, «муздак медиа» – катышуусу жогору болгон каражаттар мүнөздөлөт. Артта калган өлкөлөр “муздак”, ал эми өнүккөн өлкөлөр “ысык” катары эсептелет. Сүйлөө же телефон – коммуникациянын «муздак» каражаттары болсо, кино жана радио – «ысык» медиа каражаттарга кирет. [5, б. 14]

Жаңы медиа каражаттарын изилдөөдө Д.Маккуэйлдин «Массалык коммуникация теориясы» (McQuail’s Mass Communication Theory) эмгеги өзгөчө мааниге ээ. Ал жаңы медианын массалык коммуникациядагы ролун аныктаган негизги концепциялардын системалаштырылган моделин сунуштайт. Маккуэйл тарабынан сунушталган «демократиялык катышуу теориясы» боюнча ММКлар элиталардын же корпорациялардын кызыкчылыктарына эмес, жигердүү жарандардын муктаждыктарына, кызыгууларына жана күтүүлөрүнө багытталышы керек. [6]

Бул теория санариптештирүү шартында жана жаңы медианын тездик менен өнүгүшүндө өзгөчө актуалдуу. Интернет жана социалдык тармактар аркылуу колдонуучулар маалыматты керектөөчүлөр гана эмес, мазмунду жаратуучулар да болууда – блогдорду жүргүзүп, жаңылыктарды жарыялап, окуяларга комментарий берип, сурамжылоолорду уюштуруп, коомдук талкууларга катышууда. Бул шартта заманбап

ММКлар аудиториядан кайтарым байланыш алып, контентин алардын кызыгууларына жараша ыңгайлаштырылууда.

Блогдор жана жаңылык ресурстары барган сайын жергиликтүү күн тартибин баса белгилеп, конкреттүү жамааттар үчүн маанилүү болгон темаларды чагылдырууда. Мындан тышкары, заманбап медиа коомдук турмушка жана чечим кабыл алуу процесстерине жарандардын активдүү катышуусуна көмөкчү болгон актуалдуу маселелерди талкуулоо үчүн маанилүү аянтчага айланууда. [2, б. 57]

Акыркы жылдары Кыргызстандын массалык маалымат каражаттары Telegram платформасын контент таратуунун негизги каналдарынын бири катары активдүү колдоно башташты. Жогоруда белгиленгендей, салттуу ММК – телевидение, радио жана гезиттердин аудиториясы кыскарып жаткан тенденция байкалууда. Маселен, M-Vektor изилдөө компаниясынын маалыматына ылайык, 2017-жылы Кыргызстандын калкынын 65% активдүү телекөрүүчүлөр болсо, 2023-жылы бул көрсөткүч 45% түздү. Ошол эле учурда телевидениеде эң көп көрүлгөн контент – жаңылыктар (33%) болгон. Радиоугуучулардын саны да азайган: 2017-жылы 70% болсо, 2023-жылы – 43%. Негизинен радиоугуучулар музыкалык программаларды (67%) жана жаңылыктарды (62%) артык көрүшөт. [7, б. 82]

Telegram массалык маалымат каражаттарына колдонуучулар үчүн ар тараптуу кызматтарды жана инструменттерди сунуштайт. Telegramдагы ММКнын контенти негизинен тексттик форматта жарыяланып, сүрөт жана видеоматериалдар менен коштолот. Жаңылыктардан тышкары, платформанын ичинде билим берүү жана көңүл ачуучу темаларга да өзгөчө көңүл бурулат, бул Telegram-каналдардын аналитикалык маалыматтары аркылуу ырасталат. Платформа ошондой эле аудиторияга талдоо жүргүзүү үчүн кеңейтилген мүмкүнчүлүктөрдү сунуштайт: камтуу деңгээли, колдонуучулардын активдүүлүгү (чат-ботторду колдонуу менен кошо), ошондой эле API Stat сыяктуу аналитикалык инструменттер да бар. Мындан тышкары, Tgstat, TgstatChat сыяктуу тышкы сервистер аркылуу каналдардын рейтингдерин жазылуучулардын саны, жарыяланган билдирүүлөрдүн саны, цитаталоо деңгээли жана башка көрсөткүчтөр боюнча байкап турууга болот. Бул инструменттер Telegram'ды

медиа контентти стратегиялык башкарууда натыйжалуу платформа катары көрсөтөт.

Кыргызстанда 2023-жылы интернет колдонуучуларынын саны 2017-жылга салыштырмалуу кескин өскөн. M-Vektor компаниясынын изилдөөсүнө ылайык, 2017-жылы калктын 59% интернетти пайдалана алышса, ал эми 2023-жылы бул көрсөткүч 91% түзөт. Күн сайын интернетти колдонгондор 83% түзөт. Сурамжылоого ылайык, интернет желени колдонуучулардын негизги максаттары – социалдык тармактарды колдонуу (49%) жана жаңылыктарды окуу (49%). [7, б. 70] Изилдөөнүн жыйынтыгы көрсөткөндөй, кыргызстандыктар үчүн негизги маалымат булагы социалдык тармактар болуп калды. Социалдык тармак колдонуучуларынын үлүшү 2017-жылы 46% болсо, 2023-жылы 77% жетти. Ошол эле учурда, жаңылыктарды окуу үчүн интернет ММК сайттарына атайын киргендер 32% түзөт. Социалдык тармактарды колдонгондордун эң активдүү курактык тобу – 14 жаштан 44 жашка чейинкилер. Жалпысынан алганда, Кыргызстандын калкынын 90%дан ашыгы интернет колдонуучулар болуп эсептелинет. [7, б. 82]

Сурамжылоонун жыйынтыгына ылайык, калктын 79% жаңылыктарга кызыгат. Эң популярдуу тема – саясат (44%), андан кийин аба ырайы (29%) жана экономика (22%) турат [7, б. 85]. Демек, Кыргызстандын калкынын олуттуу бөлүгү коомдук мааниге ээ болгон маалыматтарга туруктуу кызыгуусун көрсөтүп жатат, ал эми жаңылык контентинин эң активдүү керектөөчүлөрү болуп жаш колдонуучулар эсептелет.

Telegram-каналы Кыргызстанда тез өнүгүп жаткан байланыш платформасы. Акыркы жылдары канал интернет колдонуучулардын кеңири аудиториясынын арасында популярдуулукка ээ болду. Маанилүү артыкчылыгы – Telegram-каналдардын рейтингин, көрүүлөрүн, бөлүшүүлөрүн, комментарийлерин, каналдарга репостторун, реакцияларын чагылдырган аналитикалык маалыматтарды берүү жөндөмдүүлүгү. Мисалы, Telegramдын маалыматы боюнча Sputnik_Kyrgyzstan күнүмдүк көрүүлөр боюнча лидердик позицияда турат. [12] Белгилүү багыттар боюнча каналдын маалыматтарын бир күн, бир жума, бир ай же бир жыл ичинде алууга мүмкүн.

Белгилүү болгондой, Кыргызстандагы маалымат мейкиндигинде Telegram башында мессенджер катары иш алып барган. Бирок

убакыттын өтүшү менен ал ар түрдүү ыңгайлуу функциялары менен кеңири колдонулган санариптик платформага айланды. Бүгүнкү күндө Telegram жекече кат алышуудан тышкары блог жүргүзүү, бизнес өнүктүрүү жана социалдык тармак катары да колдонулууда. Платформа төмөнкүдөй кеңири аналитикалык мүмкүнчүлүктөрдү сунуштайт: жазылуучулардын өсүү динамикасын, орточо жана жарнамалык камтылышын, цитаталоо индексин, ошондой эле аудиториянын жынысы жана жашы боюнча маалыматтарды байкоого болот. Бул инструменттер ММКларга контентти натыйжалуу башкарууга жана аудитория менен эффективдүү өз ара аракеттенүүгө жардам берет.

Изилдөөчү В. Олешкевич социалдык тармактарды жаңы массалык маалымат каражаттары катары карап, «телеграм-журналистика» түшүнүгүн сунуш кылат жана аналитикалык ыкма сапаттуу медиа үчүн мүнөздүү өзгөчөлүк экенин баса белгилейт. [9, б. 75]

TGStat маалыматына ылайык, Кыргызстанда «Жаңылыктар жана ММК» категориясында жазылуучулардын саны боюнча @Sputnik_Kyrgyzstan каналы сап башында турат. Ага 83 593 колдонуучу жазылган. Белгилүү болгондой, Sputnik – бул Россиялык мультимедиялык канал, ал Кыргызстандын медиа рыногунда 2014-жылдан бери иш алып барат. Медиа негизинен кыргыз жана орус тилдеринде жаңылыктарды сунуштайт. Жазылуучулардын саны күндөн-күнгө өсүп жатат: мисалы, 2024-жылдын 15-июнунан 15-июлуна чейинки бир ай ичинде 6757 жазылуучу кошулган, бул көрсөткүч боюнча да @Sputnik_Kyrgyzstan лидер бойдон калууда. Аталган каналдын кыргызча версиясында жазылуучулардын саны 30 миңден ашкан. Салыштыруу үчүн айта кетсек, мурдагы эң көп нуска менен чыккан «Супер Инфо» гезитинин Instagram баракчасында 2 миллион жазылуучу бар болсо, ал эми Telegram-каналында – болжол менен 2000, TikTok'to – 8409. TGStat маалыматына ылайык, бул каналдын орточо көрүүлөрү – 16,2 миң, ал эми эң жогорку шилтемелөө көрсөткүчү дагы деле Sputnik_Kyrgyzstan каналына тиешелүү: шилтемелөө индекси – 677. [11]

Жазылуучулардын саны боюнча кийинки орунда – @Kaktus_media. Анын 61 176 жазылуучусу бар. Kaktus Media – Кыргызстандагы орус тилдүү маалыматтык портал, өзүн көз карандысыз деп тааниткан

маалымат булагы. Ал жаңылыктарды жарыялап, колдонуучуларга комментарий калтыруу жана баа берүү мүмкүнчүлүгүн берет. Шилтемелөө көрсөткүчү боюнча Kaktus Media төртүнчү орунду ээлейт. [12] @Akipress – интернет аркылуу иш алып баруучу көзкарандысыз маалымат агенттиги. Анын m.akipress.org деген жеке сайты бар жана ал Кыргызстандагы эң көп көрүлгөн жаңылык сайты болуп саналат. Telegram'дагы жазылуучуларынын саны боюнча бул агенттик үчүнчү орунду ээлеп, 38 212 жазылуучуга жеткен.

Telegram каналдарында жазылуучулардын саны боюнча лидерлик позицияларды @Sputnik_Kyrgyzstan, @Kaktus_media жана @Akipress ээлешет – булар ар кандай типологиядагы жана тематикалык багыттагы орус тилдүү медиа булактар. Кыргыз тилдүү версиясы боюнча @Sputnik_Kyrgyzstan бешинчи орунда турат. Белгилеп кетүүчү нерсе – бардык ММК Telegram каналдарында жазылуучулардын саны активдүү өсүүдө. Негизинен, ММК жаңылыктарды текст түрүндө, кыска видеоматериалдар менен коштоп берип, кайтарып байланыш алууга шарт түзөт. Бул болсо маалыматты интернет колдонуучуларынын кеңири катмарына ыкчам түрдө жайылтууга мүмкүндүк берет. [13]

Акыркы жылдары Кыргызстанда санариптик технологиялардын өнүгүшүнө байланыштуу Telegram колдонуучуларынын саны кескин өсүүдө. Бул, биринчи кезекте, каналдын аудитория менен бир тараптуу эмес, өз ара байланыш түзүүгө мүмкүндүк берген интерактивдүүлүгү менен шартталат. Жаңы медиа каражаттары үчүн мультимедиялык формат дагы өтө маанилүү. Ар кандай интернет-платформалардын кеңейишине байланыштуу Telegram-каналдар Кыргызстандын медиа чөйрөсүндө коомдук-саясий темаларды талкуулоодо, коомдук пикирди калыптандырууда маанилүүлүгү артып, активдүү колдонулууда. Бүгүнкү күндө Telegram-каналдар массалык маалымат каражаттарынын жаңы форматы катары калыптанууда.

Жыйынтыктап айтканда, Кыргызстандагы Telegram-каналдары салттуу медиа менен жаңы санариптик технологиялардын уникалдуу айкалышы болуп саналат. Ал эми бул болсо колдонуучуларга маалыматты реалдуу убакыт режиминде алууга жана контент менен тереңирээк деңгээлде өз ара аракеттенүүгө мүмкүндүк берет. Мындай формат өлкөнүн саясий, экономикалык жана

социалдык турмушундагы тез өзгөрүүлөрдүн фонунда өзгөчө актуалдуу болуп эсептелет. Telegram каналдары көз карандысыз журналисттер, блоггерлер, колумнисттер жана активисттер үчүн аянтча түзүп, учурдагы актуалдуу окуяларга карата көз караштардын жана ой пикирлердин чөйрөсүн кыйла кеңейтти десек болот.

Колдонулган адабияттар

- 1.Бакулев Г.П. Нормативные теории массовой коммуникации // Гуманитарные технологии. – URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/264>
- 2.Горохов В.М., Шилина М.Г. Парадигмы развития теории медиа в XXI веке: концептуальная эволюция или? // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика, 2009, № 3, с. 20. – URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-k-opredeleniyu-ponyatiya>
- 3.Кастельс М. Власть коммуникации / пер. с англ. Н.М. Тылевич; науч. ред. А.И. Черных. – Москва: ИД Высш. шк. экономики, 2016, 563 с.
- 4.Максимова Б.Б. Медиарынок Кыргызстана: новые медиа и социальные сети // Сборник статей по итогам Транснациональной аналитической сессии в рамках продолжения проведения «Перекрестных годов России и Киргизии» / Под ред. Н.В. Халиной. Вып. I, 2021, с. 56-59.
- 5.Маклюен Г.М. Понимание медиа. Внешние расширения человека. – Москва, 2003, 464 с.
- 6.McQuail D. McQuail’s Mass Communication Theory // SAGEURL: <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/media-performance/book202974> Архивная копия от 6 марта 2019 на Wayback Machine.
- 7.Медиапотребление в Кыргызстане. 9 волна. – URL: https://www.m-vector.com/uploads/files/Media_2023/Internews_M-Vector_Media_9w_RU.pdf
- 8.Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016. – URL: <https://media.kg/wp-content/uploads/2016/06/New-Media-2016.pdf>
- 9.Олешкевич В. Телеграм-журналистика: информационные проекты в мессенджерах как новые масс-медиа // Медиаальманах, 2022, №22, с.74-77.
10. URL: <https://www.stat.gov.kg/ru/news/sredstva-massovoj-informacii-i-knigoizdanie-infografika/>
11. URL: <https://kg.tgstat.com/ratings/posts/news/pt?sort=views>
12. URL: <https://kg.tgstat.com/ratings/channels/news?sort=members>
13. URL: <https://kg.tgstat.com/ratings/posts/news/pt?sort=views>

Рецензент: филол.н.к., доцент Токсоналиева Р.М.