



МРНТИ 19.41.07

Г.М. Аксеит

*Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан
(E-mail: galiya_76@mail.ru)*

Современное состояние СМИ Республики Казахстан

***Аннотация.** Рассмотрено современное состояние средств массовой информации (СМИ) в Республике Казахстан. Выявлены проблемы, определены тенденции и перспективы развития СМИ в национальном информационном пространстве Казахстана. Приведена классификация казахстанских СМИ. Отмечены преимущества СМИ. Обозначены проблемы современных масс-медиа Казахстана.*

***Ключевые слова:** средства массовой информации (СМИ), масс-медиа, массовые коммуникации, информационное пространство, интернет, социальные медиа.*

DOI: 10.32523 / 2616-7174-2021-136-3-27-34

Введение

Сегодня средства массовой информации (СМИ) выступают важной силой в современной культуре, особенно в странах Запада и Северной Америки. СМИ превратились в опосредованную культуру, в которой сами медиа преобразуют и создают культуру.

Точного определения СМИ не существует. В 21 веке термин «медиа» постепенно вытесняет традиционное понятие «средства массовой информации». СМИ чаще всего определяют как технологию, предназначенную для общения или охвата массовой аудитории. Так, в Оксфордском словаре науки и культуры масс-медиа определяются как «методы и институты, включая телевидение, радио и газеты, которые могут быстро и одновременно передавать информацию и другие формы символической коммуникации большим, географически удаленным и социально различающимся аудиториям». [1]

В Оксфордском словаре театра и перформанса Мэтью Кози масс-медиа понимаются как «комбинация из печати, радио, кино, телевидения, электроники и интернета, способная доставлять информацию местной, национальной и мировой аудитории».

В целом авторы дефиниции придерживаются общего подхода, в котором СМИ понимаются в качестве средства передачи информации, концепций и идей как общей, так и конкретной аудитории. Средства массовой информации (СМИ) или масс-медиа – это источники общественной коммуникации с широкой аудиторией, традиционно включающие новостные и развлекательные издания (в основном газеты и журналы), а также радио- и телепередачи, предназначенные для широкой публики, но теперь также включающие Интернет.

Методология исследования

В методологический инструментарий исследования вошли как общеполитические методы, такие как аксиоматический, метод формализации, гипотетический, абстрагирование и общелогические методы, так и частнонаучные методы. Также в ходе данного исследования применялся метод контент-анализа для проведения количественного анализа порядка 60 выбранных статей из как традиционных СМИ - телевидение и радио, газеты и журналы, так и новых масс-медиа, включая социальные сети.

Обсуждение

Современные СМИ включают в себя как традиционные формы - телевидение и радио, газеты и журналы, рекламу и фильмы, так и новые формы – электронные медиа, в том числе и Интернет.

Нынешний мировой уровень медиа-насыщенности общества существовал не всегда. Например, совсем недавно, в 1960-1970-х годах, телевидение состояло в основном из трех сетей, общественного или государственного вещания и нескольких местных станций. Эти медиа нацеливали свои программы в первую очередь на семьи среднего класса с двумя родителями. Даже в этом случае некоторые семьи среднего класса не имели телевизора. Сегодня можно найти телевизор в самых бедных домах и несколько телевизоров в большинстве домов среднего класса. Не только расширилась доступность, но и программы стали все более разнообразными, направленными на удовлетворение всех возрастов, доходов, социального положения и взглядов.

В современном мире сложно переоценить значение средств массовой информации в общественной жизни и в политических процессах. В современных государствах СМИ называют «четвертой властью», «общественным стражем» или «правой рукой демократии» [2]. СМИ играют ключевую роль в формировании общественного мнения и в эволюции общественной мысли. СМИ не только информируют о происходящих событиях, развлекая массы комедийными шоу и сериалами. Масс-медиа поддерживают в обществе борьбу с коррупцией, nepotизмом (кумовством), нарушениями прав человека и стремятся к достижению социальной справедливости.

СМИ в демократических странах должны быть независимыми от элит и представлять широкий спектр мнений. Отсюда вытекают и преимущества СМИ.

Предоставление голоса безмолвным

СМИ играют важную роль в привлечении внимания масс, поскольку широкая общественность может свободно выражать свои взгляды и мнения. Таким образом, СМИ становятся политическим голосом тех, кто в силу обстоятельств не может публично выразить свою позицию, тех социальных групп, которые ранее были лишены репрезентации в публичном пространстве. Таким образом, СМИ предоставляют членам общества возможности и платформу для использования права свободно выражать свое мнение.

Эффективная и более широкая коммуникация

Именно благодаря различным формам средств массовой информации - от социальных сетей до цифровых платформ - мир превратился в «глобальную деревню» [3]. Таким образом, массовые коммуникации, представив возможность более близкой и разнообразной коммуникации, стали полезными для людей, бизнеса, правительств и всего мира.

Распространение разнообразных культур

Сегодня СМИ – это среда, которая используется для общения с массами или большим количеством разнородных аудиторий. Среди прочего СМИ предоставляют возможность

быстрого распространения творческих продуктов, из-за чего в обществах трансформируется сама система духовного воспроизводства. Современные СМИ играют колоссальную роль в распространении искусства и культуры во всех уголках мира. С помощью Интернета каждый может выучить новый язык, узнать о другой культуре или даже путешествовать по всему миру, физически не перемещаясь из одного места в другое.

Энциклопедия информации

Интернет является огромным открытым источником информации, и различные типы средств массовой информации - от платформ поисковых систем до социальных сетей, обучающих вебсайтов – начинают играть огромную роль в том, чтобы помогать любому изучать что-либо в любом месте. Наступает эпоха социальных, или открытых, медиа.

По состоянию на январь 2021 года во всем мире насчитывалось 4,66 миллиарда активных пользователей Интернета или 59,5 процента мирового населения. Из этого общего количества 92,6 процента населения мира (4,32 миллиарда человек) выходили в Интернет, пользуясь мобильными устройствами [4].

Таким образом, мобильная телефония превратилась в новый канал распространения массовой информации. Мобильный софт стал новым вызовом, влияющим на эволюцию интернет-СМИ. Мир СМИ претерпевает переход от трансляции к коммуникации, от коллективных медиа к персональным, от односторонней к двухсторонней модели коммуникации [5].

К началу 2021 года охват населения Казахстана интернетом составил 99%. В стране насчитывалось 16 млн абонентов сотовой связи, имеющих доступ к интернету, и за последние пять лет показатель ежегодно повышается в среднем на 7,8%. Число абонентов сотовой связи, имеющих доступ к интернету, составило 85 единиц на 100 жителей страны, что является лучшим значением за всё время [1].

В Казахстане активным ходом идет интернетизация всей страны. Доля аудитории, использующей сеть как средство массовой коммуникации, стремительно растет. В мировом рейтинге Казахстан входит в ТОП-10 стран с самым дешёвым интернетом - в 2020 году занял 6-е место в мире (из 228 стран), обойдя почти все развитые страны. В 2020 году в сферу информации и связи направили наибольший объём инвестиций за всё время: 140,9 млрд тг – на 37,2% больше по сравнению с 2019 годом.

Для каждого государства характерна своя типологическая структура медиа-институтов. Казахстанский медиа-ландшафт разнообразен. В информационном пространстве Республики Казахстан в сфере медиа-производителей наблюдается динамичное развитие. Так, если в 1991 году в Казахстане функционировали 735 газет и журналов, выходили в эфир 21 теле- и радиоканал, [7] то в августе 2021 года в Казахстане было зарегистрировано 4873 средств массовой информации. Ежегодно количество СМИ увеличивается на 1.000-1.200 единиц [8].

Сегодня в казахстанском информационном пространстве можно выделить следующие типы медийных интернет-ресурсов:

1. Онлайн-версии традиционных СМИ (газет, журналов, телеканалов и радиостанций). Онлайн-версии создают традиционные печатные СМИ, а также теле-, радио («Қазақстан-ZAMAN», «Казахстанская правда» и др.);
2. Самостоятельные онлайн-издания (созданные специально для функционирования в Интернете) (vlast.kz и др.);
3. «Цифровые» СМИ (egemen.kz, kazpravda.kz и др.);
4. Информационные порталы (крупные сайты, включающие новостную ленту) (Informburo, Республика, Тенгри ньюс и др.);
5. Интернет-радио, интернет-ТВ (Qazaq radiosy, Авторадио, Бизнес FM, Народное радио, Радио Дача, Жұлдыз FM, Радио Ретро, Радио Шалкар, Русское радио, Тенгри FM, Europa Plus

Qazaqstan, Радио NS, Gakku FM, Love Radio, Первый канал Евразия, 31 канал, КТК, НТК, Astana TV, Седьмой канал, Ел арна, Хабар 24, Qazsport, Balapan, GalamTV, Abai tv и др.);

6. Информационные агентства (МИА Казинформ, КазТАГ, Интерфакс-Казахстан, Kazakhstan Today и др.);

7. Социальные СМИ (сайты «гражданской журналистики»);

8. Агрегаторы новостей (zakon.kz и др.);

9. Социальные медиа (блоги, микроблоги и др.), которые предоставляют возможность журналистам вести свои блоги и страницы. Они являются своеобразной альтернативой традиционной журналистике, когда журналисты используют новые медиа в качестве дополнительного инструмента распространения информации;

10. Специализированные тематические сайты, ведущие новостную колонку по определенной теме, сайты организаций и др. (Sports.kz, Nur.kz, Krisha.kz, Olx.kz и др.).

В последние годы в казахстанском информационном пространстве наметился тренд роста социальных медиа, которые выступают в роли альтернативных СМИ, где граждане сами формируют контент. Доля пользователей социальных медиа в 2021 году в Казахстане составила 63,5%. По данным ресурса theopenasia.net в 2020 году самой популярной социальной сетью в Казахстане стал vk.com, далее следовали Instagram (6,8 миллионов пользователей), Facebook (2,4 миллиона), Odnoklassniki.ru (2,4 миллиона), Telegram (около 2 миллионов), Snapchat (1,8 миллионов) и профессиональная сеть LinkedIn (790 тысяч).[9]

В марте 2021 года лидирующая на рынке СНГ система мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ Brand Analytics впервые представила рейтинг СМИ Республики Казахстан - наиболее часто цитируемых в социальных медиа: новостные агентства, сетевые издания, представительства газет и телеканалов, а также региональные и спортивные СМИ [10].

В структуру медиа-рейтинга СМИ Казахстана вошли 11 онлайн-изданий, 7 новостных агентств, 6 онлайн-представительств телеканалов, газет и радио, 4 региональных издания и 2 спортивных портала. Лидерами Топ-30 стали издание Zakon.kz, информационное агентство Казинформ и новостное агентство Sputnik в Казахстане.

Повсеместный рост IT-технологий создает новые контуры развития средств массовой информации. Ключевым событием для дальнейшего бурного развития Казнета и всего медиaproстранства страны стал запуск в 2010 году в Казахстане сотовой связи третьего поколения 3G.

По официальным данным наиболее многочисленной группой в национальном медиaproстранстве остаются печатные СМИ – 3541 от общего количества зарегистрированных СМИ, из них газет – 2155 и журналов – 1386. В казахстанский эфир выходят 184 телевизионных канала и 79 радиовещательных канала. Общее количество информационных агентств и сетевых изданий достигло 802 (459 и 343 соответственно)[11].

Согласно информации Министерства культуры и информации РК, около половины из периодических печатных изданий имеют информационный характер, тогда как доля общественно-политических и развлекательных изданий существенно ниже.

Таблица 1. Казахстанские СМИ в разрезе регионов

Область/город	Вид СМИ			
	ППИ	Электронные СМИ	Интернет СМИ	Всего
г. Нур-Султан	507	33	164	704
г. Алматы	1143	67	170	1380
Туркестанская область,	428	21	180	629

г.Шымкент				
Карагандинская область	282	30	30	342
Алматинская область	157	7	38	202
Восточно-Казахстанская область	138	13	26	177
Кызылординская область	141	8	26	175
Костанайская область	118	25	12	155
Павлодарская область	108	10	12	130
Жамбылская область	89	6	55	150
Акмолинская область	97	10	17	124
Западно-Казахстанская область	93	10	11	114
Актюбинская область	76	8	15	99
Атырауская область	62	4	19	85
Северо-Казахстанская область	60	5	9	74
Мангыстауская область	42	6	18	66
Итого	3541	263	802	4606

Источник: Министерство культуры и информации РК - [Электрон. ресурс] - URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/activities/145?lang=ru>

По состоянию на август 2021 года в реестре СМИ Министерства культуры и информации РК зафиксировано 4606 отечественных СМИ и 267 – иностранных теле и радиоканалов. По страновой принадлежности 194 составляют российские телеканалы, 23 принадлежат Великобритании, 18 – США, 16 – Эстонии, 9 – Франции, 5 – Турции, 1 – Кипру, 1 – Испания.

Лингвистический ландшафт отечественных СМИ разнообразен - 1944 СМИ используют в эфире одновременно казахский и русский языки, только русский язык – 899 СМИ, только казахский язык – 587 СМИ, на трех языках и более (в.т.ч. на других языках) – 1443 СМИ.

Выводы

Медиа-рынок Казахстана вступил в фазу стабильного роста. В целом в информационном пространстве Казахстана сложилась цельная медиа-система, где медиа-институты и медиа-практики, непрерывно взаимодействуя друг с другом, создают собственную

медиа-экосреду. В информационном пространстве Казахстана бурно развиваются и широко распространяются новые социальные и медийные технологии. В общественном пространстве традиционные СМИ и новые медиа все активнее влияют на жизнь Казахстана, отражая происходящие в ней процессы и формируя общественное мнение.

Несмотря на положительную динамику развития отечественных СМИ, отмечается ряд проблем, требующих системных решений как со стороны государства, так и самих участников медиа-рынка. Развиваются нормативно-правовые основы СМИ. В стране утвержден Национальный план развития сферы информации на 2020-2022 годы, предусматривающий комплекс мер по развитию отечественного информационного пространства, в том числе путем совершенствования Закона РК «О средствах массовой коммуникации» [12].

Переход на цифровые технологии, развитие мобильной веб-журналистики, падение тиражей газет – все эти вопросы волнуют сегодня журналистское сообщество. В этой связи поиск оптимальных стратегий развития национального медиа-пространства и собственных путей развития традиционных СМИ, создания новых медиа и системы медиаизмерения нового формата становится чрезвычайно важной задачей.

Список литературы

1. A Dictionary of Media and Communication (3 ed.). Daniel Chandler and Rod Munday [Электрон.ресурс]URL:https://www.oxfordreference.com/search?typedassoc=oxdc:hasPrimaryTopic_10.1093%2Foi%2Fauthority.20110803100138926 (Дата обращения – 10.08.2021)
2. Барманкулов М. Сторожевой пес общества [Электрон. ресурс] - URL: <http://old.internews.kz/rus/zip/002/page10.htm>
3. Асабина Т.Ю. «Глобальная деревня» М. Маклюэна как концептуальная модель современной социодинамики [Электрон. ресурс] - URL: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/103130/1/39-42.pdf>
4. Global digital population as of January 2021 [Электрон. ресурс] - URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
5. Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в пространстве Интернета [Электрон. ресурс] - URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30599301
6. Доступный интернет: Казахстан вошёл в ТОП-10 стран мира с самым дешёвым мобильным интернетом [Электрон. ресурс] - URL: <http://ranking.kz/ru/a/infopovody/dostupnyj-internet-kazahstan-voshyol-v-top-10-stran-mira-s-samym-deshyovym-mobilnym-internetom>
7. Полетаев Э. Медиа как каркас отношений между властью и обществом: старые и новые акценты – политолог [Электрон. ресурс] - URL: https://www.inform.kz/ru/media-kak-karkas-otnosheniy-mezhdu-vlast-yu-i-obschestvom-starye-i-novye-akcenty-politolog_a3676451
8. Медведникова Д. Роль новых медиа в современной журналистике Казахстана - С.63 [Электрон. ресурс] - URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/a/a/102324.pdf>
9. Жусупова А. Медиапотребление в Казахстане в 2020 году: интернет и соцсети побеждают [Электрон. ресурс] - URL: <https://ekonomist.kz/zhussupova/mediapotreblenie-kazahstan-2020-internet/>
10. Представлен Топ-30 СМИ Казахстана по цитируемости в социальных медиа [Электрон. ресурс] - URL: https://www.inform.kz/ru/predstavlen-top-30-smi-kazahstana-po-citiruemosti-v-social-nyh-media_a3766127
11. СМИ [Электрон. ресурс] - URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/activities/145?lang=ru>
12. Как развивается медиа отрасль в Казахстане [Электрон. ресурс] - URL: <https://strategy2050.kz/ru/news/kak-razvivaetsya-media-otrasl-v-kazakhstan/>

Ғ.М. Ақсейіт

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан

Қазақстан Республикасы бұқаралық ақпарат құралдарының қазіргі жай-күйі

Аңдатпа. Қазақстан Республикасындағы бұқаралық ақпарат құралдарының (БАҚ) қазіргі жай-күйі қарастырылған. Қазақстан ұлттық ақпараттық кеңістігіндегі БАҚ-тың өзекті мәселелері, даму бағдарлары мен үрдістері айқындалды. БАҚ-тың артықшылықтары атап айтылды. Қазіргі заманғы БАҚ-тағы қордаланған мәселелер мен одан шығудың жолдары ұсынылған.

Түйін сөздер: Бұқаралық ақпарат құралдары (БАҚ), масс-медиа, бұқаралық коммуникациялар, ақпараттық кеңістік, ғаламтор, әлеуметтік медиа.

G.M. Akseiit

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan

Current state of the mass media of the Republic of Kazakhstan

Abstract. The article considers a current state of the mass media in the Republic of Kazakhstan. There have been identified problems, trends, and prospects for the development of mass media in national information space of Kazakhstan. The author defined classification of Kazakhstani mass media. There are noted advantages of the media. The article outlines problems of modern mass media in Kazakhstan.

Key words: mass media (mass media), mass media, mass communications, information space, Internet, social media.

References

1. A Dictionary of Media and Communication (3 ed.). Daniel Chandler and Rod Munday. Available at: https://www.oxfordreference.com/search?typedassoc=oxdc:hasPrimaryTopic_10.1093%2Foi%2Fauthority.20110803100138926 (Accessed: 10.08.2021)
2. Barmankulov M. Storozhevoj pes obshchestva [Society Watchdog]. Available at: <http://old.internews.kz/rus/zip/002/page10.htm> [in Russian] (Accessed: 02.08.2021)
3. Asabina T.Y. "Globalnaya derevnya" M. Maklyuena kak konceptualnaya model sovremennoj sociodinamiki ["Global Village" M. McLuhan as a conceptual model of modern sociodynamics] Available at: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/103130/1/39-42.pdf> [in Russian] (Accessed: 10.08.2021)
4. Global digital population as of January 2021 [Электрон. ресурс] Available at: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (Accessed: 25.06.2021)
5. Lukina M.M., Fomicheva I.D. SMI v prostranstve internet [Media in the Internet space]. Available at: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30599301 [in Russian] (Accessed: 25.06.2021)
6. Dostupnyj internet: Kazakhstan voshyol v top-10 stran mira s samym deshyovym mobilnym internetom [Accessible Internet: Kazakhstan entered the TOP-10 countries of the world with the cheapest mobile Internet]. Available at: <http://ranking.kz/ru/a/infopovody/dostupnyj-internet-kazakhstan-voshyol-v-top-10-stran-mira-s-samym-deshyovym-mobilnym-internetom> [in Russian] (Accessed: 05.08.2021)
7. Poletaev E. Media kak karkas otnoshenij mezhdu vlastyu i obshchestvom starye i novye akcenty - politolog [Media as a framework for relations between government and society: old and

new accents - political scientist] Available at: https://www.inform.kz/ru/media-kak-karkas-otnosheniy-mezhdu-vlast-yu-i-obschestvom-starye-i-novye-akcenty-politolog_a3676451 [in Russian] (Accessed: 02.08.2021)

8. Medvednikova D. Rol novykh media v sovremennoj zhurnalistike Kazakhstana. – P.63 [The role of new media in contemporary journalism in Kazakhstan] Available at: <https://www.osce.org/files/f/documents/a/a/102324.pdf> [in Russian] (Accessed: 30.06.2021)

9. Zhusupova A. Mediapotreblenie v Kazakhstane v 2020 godu: internet I socseti pobezhdayut [Media consumption in Kazakhstan in 2020: Internet and social networks are winning]. Available at: <https://ekonomist.kz/zhussupova/mediapotreblenie-kazahstan-2020-internet/> [in Russian] (Accessed: 29.06.2021)

10. Predstavlen top-30 SMI Kazakhstana po citiruemosti v socialnykh media [The Top-30 Kazakhstani Mass Media by Social Media Citation Presented] [in Russian] Available at: https://www.inform.kz/ru/predstavlen-top-30-smi-kazahstana-po-citiruemosti-v-social-nyh-media_a3766127 [in Russian] (Accessed: 25.06.2021)

11. SMI [Mass media]. Available at: <https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/activities/145?lang=ru> [in Russian] (Accessed: 28.06.2021)

12. Kak razvivaetsya media otrasl v Kazakhstane [How the media industry is developing in Kazakhstan]. Available at: <https://strategy2050.kz/ru/news/kak-razvivaetsya-media-otrasl-v-kazahstane/> [in Russian] (Accessed: 25.06.2021)

Сведения об авторе

Ақсейіт Ғалия Манатқызы – кандидат филологических наук, доцент кафедры печати и издательского дела, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Нур-Султан, Казахстан.

Akseiit Galiya Manatkyzy - candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Printing and Publishing, Eurasian National University named after L.N. Gumilyov, Nur-Sultan, Kazakhstan.