

сістэма беларускіх сродкаў масавай інфармацыі, выпрацаваны законы яе функцыянавання.

Бібліяграфічныя спасылкі

1. *Лыч Л., Навіцкі У.* Гісторыя культуры Беларусі. Мінск: Экаперспектыва, 1996. 453 с.
2. *Бярозкіна Н. Ю.* Гісторыя кнігадрукавання Беларусі (XVI – пачатак XX ст.). Мінск: Беларуская навука, 1998. 199 с.
3. *Говін С. В.* Гісторыя беларускай журналістыкі (1563–1917 гг.): вучэб.-метад. комплекс. Мінск: БДУ, 2003. 99с.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ТРЕНД СОВРЕМЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ КАЗАХСТАНА

Г. Ж. Ибраева

*Казахский национальный университет им. аль-Фараби,
пр. аль-Фараби, 71, 050040, г. Алматы, Республика Казахстан,
Galiya.Ibrayeva@kaznu.kz*

В стране на государственном уровне активно внедряется программа «Цифровой Казахстан», в которой одно из направлений – «повсеместное внедрение цифровых технологий для повышения конкурентоспособности различных отраслей экономики». В медиаиндустрии успехи «цифровой революции» очевидны. Интернет и социальные сети, особенно в период пандемии, привели к росту потребления информации. При этом доверие к информации в традиционных СМИ сохраняется.

Ключевые слова: цифровизация медиа; пандемия; журналисты; новости; социальные сети; Казахстан.

DIGITALIZATION AS A TREND MODERN JOURNALISM OF KAZAKHSTAN

G. Zh. Ibrayeva

*Al-Farabi Kazakh National University,
71, al-Farabi Ave., 050040, Almaty, Republic of Kazakhstan
Corresponding author: G. Zh Ibrayeva (Galiya.Ibrayeva@kaznu.kz)*

In the country, at the state level, the program «Digital Kazakhstan» is being actively implemented, in which one of the directions is «the widespread

introduction of digital technologies to increase the competitiveness of various sectors of the economy». In the media industry, the success of the digital revolution is clear. The Internet and social networks, especially during the pandemic, have led to an increase in the consumption of information. At the same time, reliance on information contained in traditional media remains.

Key words: digitalization of media; pandemic; journalists; news; social networks; Kazakhstan.

Цифровизация – один из главных трендов информационных процессов в Казахстане. Пандемия повлияла на рост пользователей интернета в стране. Данные Digital Kazakhstan 2021 (Datareportal) показывают, что в январе 2021 года в Казахстане было 15,47 млн пользователей интернета, по сравнению с 2020 годом пользователей стало больше на 741 тыс. Проникновение интернета в январе 2021 года составило 81,9 %. По данным этого же портала пользователей социальными сетями было 12,00 млн. За год число пользователей увеличилось на 2 млн и составляет 63,5 % от общей численности населения [1].

Самоизоляция казахстанцев привела к увеличению потребления интернет-ресурсов. Это не всегда связано с использованием СМИ и новостей, а больше с переносом рабочих и образовательных пространств в режим онлайн. По данным различных источников, телевидение пока опережает интернет, но уже незначительно. Так, что доля ТВ сократилась на 20 %, доля интернета выросла на 25 %.

Аналитика ресурса *Statcounter* показывает, что в 2021 году в Казахстане наиболее популярными социальными медиа были Pinterest (24,18 %) и YouTube (21,24 %), далее – VKontakte (14,1 %), Facebook (13,94 %), Twitter (13,17 %), замыкает – Instagram (9,82 %) [2].



Рис. Статистика социальных сетей Казахстана [2]

Исследователи считают, что рейтинг социальных сетей в Казахстане имеет другую конфигурацию, не подтверждая данные *Statcounter*. По их мнению, возглавляет рейтинг социальная сеть Instagram – это 6,8 млн, равное число пользователей Facebook и Odnoklassniki.ru – по 2,4 млн, Telegram и Snapchat также имеют по 2 млн пользователей, профессиональная сеть LinkedIn самая малочисленная – 790 тыс. пользователей [3].

За год до пандемии зарубежная аналитическая компания Brand Analytics по государственному заказу провела исследование в Казахстане по использованию социальных сетей в стране, а также попыталась дать прогнозы дальнейшего развития медиасферы. По результатам анализа было выявлено, что самая популярная социальная сеть – это «ВКонтакте», затем Instagram, «Мой Мир» и Facebook. Интерактивность пользователей в социальных сетях проявлялась в «комментировании чужих постов» – 24,81 %. По степени доверия к информации в социальных сетях, форумах и блогах «полностью доверяют» 16,54 %. Мессенджерам Whatsapp, Telegram «полностью доверяют» 12,52 % опрошенных граждан. Этот же аналитический центр подтвердил тенденцию падения спроса к печатным СМИ, переход в цифровой формат, сокращение тиража изданий, изменение редакционной политики в соответствии с предпочтениями интернет-аудитории. Популярность телевидения в качестве основного источника информации сократилась. Интернет наращивает свою аудиторию, усиливается как основной источник информации, развлечения [4].

Какие медиа в настоящее время зарегистрированы в Казахстане? Есть ли преобладание цифровых медиа над традиционными СМИ? По состоянию на 5 августа 2021 г. в Казахстане издается 4873 СМИ, из которых 3541 составляют периодические печатные издания, 184 – телеканалы, 79 – радио, 802 – информационные агентства и сетевые издания (459-ИА, 343 СИ). Наиболее многочисленной группой остаются печатные – 3541 от общего количества зарегистрированных СМИ, из них газет – 2155 и журналов – 1386. Чаще всего в СМИ используются казахский и русский языки – 1944 СМИ, только русский язык – 899, только казахский язык – 587, на трех языках и более (*в т. ч. на других языках*) – 1443 [5]. Из всех изданий 90 % СМИ Казахстана являются частными и согласно законодательству государство не вправе вмешиваться в их деятельность и редакционную политику [6]. Среди 180 стран Казахстан переместился с 158-го места в 2019 году на 155-е в 2021 году [7].

Тренд цифровизации стал закономерным в истории развития медиа Казахстана. В начальный период – *либеральный*, шла приватизация и

разгосударствление государственных СМИ, создание независимых медиа. Во второй период произошло укрупнение медиаорганизаций, создание холдингов – период *бизнеса и политизации медиа*. Новые технологии меняют политику отношений в медиасфере – активно идет цифровизация медиапространства, развивается мультимедийная журналистика. В этот период актуальна *цифровизация*. Активна роль в обществе блогеров, они формируют общественное мнение по разным вопросам, прежде всего экологии, сохранения природной среды в стране, отстаивают интересы граждан. Телевидение полностью перешло на цифровой формат, активно вещают десятки радиоканалов, в том числе в интернете. Изменились формы и методы подачи материалов, появились новые жанры, также как листинг, сторителлинг, лонгрид и др., сопровождаемые визуальным рядом, дата-данными, интерактивными графиками. Традиционные газеты переходят в онлайн-формат, используют видео, применяют новую дизайн-верстку. Социальные сети лидируют, мессенджеры набирают популярность как источники новостей [8]. Тем не менее количественные данные современных СМИ Казахстана показывают численное преимущество традиционных СМИ, хотя тренд цифровизации набирает темпы и масштабы распространения.

В рамках проекта «Потребление новостных материалов в интернете в Центральной Азии» впервые силами ученых региона в 2019 году было проведено масштабное исследование при поддержке Института освещения войны и мира (IWPR) «Потребления новостей в Интернете» [9] в четырех странах: Казахстане, Кыргызстане, Узбекистане и Таджикистане. Всего было опрошено 4130 человек, в том числе медиаэксперты. Исследование фокусировалось на выявлении трендов потребления новостей онлайн и источников новостного контента, какими медиаплатформами пользуются онлайн-аудитории Центральной Азии и Казахстана, насколько активны казахстанские пользователи в интернете [10]. Исследование пыталось ответить на следующие вопросы: как цифровизация повлияла на медиавыбор источника информации; какие новости и через какие платформы поступают к аудитории; есть ли особенности использования социальных сетей новостными медиа по сравнению с традиционными? Метод онлайн-опроса позволил отбирать респондентов среди пользователей интернета в режиме реального времени. Результаты исследования показали, что среди казахстанцев социальные сети лидируют в качестве источника новостных материалов. Instagram популярен как источник новостных материалов, но информационным контентом

больше ценится Facebook. Основными мессенджерами для обмена новостями являются WhatsApp и Telegram – они популярны более чем у 60 % респондентов в Казахстане. Становится заметной необходимостью в получении местных новостей на казахском языке. Медиа используют при работе новые ресурсы: интерактивные тесты, инфографику, визуализацию данных. Короткие новостные заметки являются наиболее популярным жанром в онлайн-медиа. В условиях лидерства социальных сетей журналистам необходимо стремиться к большей социализации, создавать собственную аудиторию в социальных сетях. Пользователи доверяют официальным государственным сайтам и новостным службам традиционных СМИ в регионе.

Библиографические ссылки

1. Источник ресурса: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-kazakhstan>.
2. Источник ресурса: <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/kazakhstan#monthly-202009-202108-bar>.
3. Жусупова А. С. Медиапотребление в Казахстане в 2020 году: интернет и соц. сети побеждают [Электронный ресурс]. URL: <https://ekonomist.kz/zhussupova/mediapotrebienie-kazakhstan-2020-internet/> (дата обращения: 02.09.2021).
4. Названа самая популярная сеть в Казахстане [Электронный ресурс]. URL: <https://tengrinews.kz/internet/nazvana-samaya-populyarnaya-sotsialnaya-set-v-kazahstane-377526/> (дата обращения: 02.09.2021).
5. Министерство информации и общественного развития Республики Казахстан, 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/activities/145?lang=ru> (date of access: 02.09.2021).
6. Официальный информационный ресурс Премьер-Министра РК, 2021 [Электронный ресурс]. URL: <https://primeminister.kz/ru> (дата обращения: 02.09.2021).
7. Reporters without Borders, 2021 [Electronic resource]. URL: <https://rsf.org/en/kazakhstan> (date of access: 02.09.2021).
8. Loseva N. (2016). The audience of new media. How new media have changed journalism. 2012–2016. Under the scientific. ed. S. Balmaeva and M. Lukina. Ekaterinburg: University of the Humanities, 31–85.
9. Online Ners Consumption in Central Asia. IWPR, 2019 [Electronic resource]. URL: <https://school.cabar.asia/ru/books/issledovanie-potreblenie-novostnyh-materialov-v-internete-v-centralnoj-azii/> (date of access: 02.09.2021).
10. Bakhtiyar A Nurumov, Michael Brown, Galiya Zh Ibrayeva, Karlyga N Myssayeva. Online Audiences of Central Asia and Kazakhstan: Choice and Preferences in the Era of Multimedia News Content. Вестник Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика. № 3. 2021. С. 54–73.