

КОММУНИКАЦИОННАЯ АРХИТЕКТУРА СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА КАЗАХСТАНА

Г. Ж. Ибраева

*Казахский Национальный университет им. аль-Фараби,
ул. Тимирязева, 48, 050040, г. Алматы, Республика Казахстан,
Galiya.Ibrayeva@kaznu.edu.kz*

Дизайн медиа-среды Казахстана претерпевает изменения. Во-первых, государственная концепция «Жана Казахстан» поддерживает значимость национальной, то есть культурной и языковой принадлежности аудитории. Во-вторых, интернет сделал доступными обществу платформы Facebook, X, Instagram, «ВКонтакте» и др. В-третьих, государственные решения о дальнейшей деятельности журналистов и медиа способствовали принятию двух важных законов: «О масс-медиа» и «Об онлайн-платформах и онлайн-рекламе». Определены новые правила для журналистов, инфлюенсеров, блогеров, пиарщиков, аудитории традиционных и цифровых СМИ.

Ключевые слова: Казахстан; цифровые медиа; общественное мнение; диалог.

COMMUNICATION ARCHITECTURE OF MODERN MEDIA IN KAZAKHSTAN

G. Zh. Ibrayeva

*al-Farabi Kazakh National University,
48, Timiryzeva Str., 050040, Almaty, Republic of Kazakhstan
Corresponding author: G. Zh. Ibrayeva
(Galiya.Ibrayeva@kaznu.edu.kz)*

The Design of Kazakhstan's Media Environment Undergoes Changes. Firstly, the state concept «Zhana Kazakhstan» supports the significance of national, i. e., cultural and linguistic, identity of the audience. Secondly, the internet has made platforms Facebook, X, Instagram, VKontakte and others accessible to the public. Thirdly, government decisions regarding the activities of journalists and media have led to the adoption of two important laws: «On Mass Media» and «On Online Platforms and Online Advertising». New rules have been established for

journalists, influencers, bloggers, PR specialists, and the audience of traditional and digital media.

Key words: Kazakhstan; digital media; public opinion; dialogue.

Понятие «архитектура медиа» активно обсуждается учеными в сфере коммуникации. Исследователь Майкл Боссетта предлагает изучать семантику понятия «коммуникационная архитектура», Ношир Контрактор обращает внимание на изменению профессиональной деятельности в связи с появлением новых коммуникационных архитектур, Роберт Гутче отмечает, что внутри коммуникационных систем и архитектур присутствует неравенство. «Архитектура медиа» включает, с нашей точки зрения, функциональные (политические, экономические, социальные), национальные, культурно-исторические рамки, которые должны учитывать интересы всех участников коммуникационного процесса. В границах «коммуникационной архитектуры» должны соблюдаться правила и законы, которые позволяют вести цивилизованный и доверительный диалог с использованием традиционных СМИ и онлайн-медиа, создавать актуальную «повестку дня».

В первые годы независимости в стране в геометрической прогрессии множились печатные издания, газеты и журналы, появилось более 200 телестудий, более 20-ти радиостанций. По состоянию на август 2021 г. в реестре СМИ Министерства культуры и информации РК зафиксировано 4606 отечественных СМИ и 267 иностранных теле- и радиоканалов. По данным того же министерства в 2023 г. в Казахстане зарегистрировано всего 495 СМИ, из которых 132 периодических печатных издания, 8 телеканалов, 3 радио, 340 информационных агентств и сетевых изданий [1]. Почему произошло сокращение печатных СМИ в Казахстане? Главной причиной стала слабая конкурентная адаптивность печатных СМИ. Произошло объединение периодических изданий, переход на онлайн-вариант, надежды на госдотацию. Рекламодатели только в 2023 г. стали вкладывать финансовые ресурсы в цифровые медиа больше, чем в телевизионную рекламу. Не все печатные издания выдержали рыночную среду. СМИ Казахстана стали использовать новые формы, методы и инструменты коммуникации с аудиторией. Во-первых, произошел сдвиг аудитории по языковым предпочтениям в медиасреде. Это произошло в связи с продвижением казахского контента к аудитории, которая за годы независимости постепенно обретае

свой родной язык. Правительство утвердило концепцию языковой политики на ближайшие шесть лет. В документе указаны планируемые реформы, которые направлены на модернизацию казахского языка и повышение языковой культуры в целом. Согласно концепции, в 2029 г. доля населения, владеющего государственным языком, составит 84%. На сегодня она равна 81% [2]. Во-вторых, несмотря на тенденцию роста казахского языка в медиаконтенте, в интернете сохраняется доминирование русского языка. В-третьих, традиционные СМИ пока сохраняют равное положение долей русского и казахского языков. Исследования по потреблению новостей в Казахстане показывают, что интерес к местной и республиканской информации стабилен. Так же популярным остается телевидение, радио. Реже используются газеты и журналы. Впервые исследование 2021 г. показало, что казахстанцы предпочитают получать новости неформально, от лидеров мнений. Это становится важным для понимания того, как цифровые сети поддерживают доверие народа и влияют на общественное мнение. В виртуальной среде пользуются поддержкой как казахскоязычные, так и русскоязычные лидеры мнений или инфлюенсеры.

Интерес общественности был прикован к прямой интернет-трансляции из зала суда процесса о семейно-бытовом насилии, за которым наблюдали миллионы зрителей. Причин, чтобы вызвать высокий рейтинг, было достаточно много. Главная цель достигнута – доверие населения. Президент страны по завершении трансляции 15 апреля 2024 г. подписал Закон об ужесточении наказания за насилие в отношении детей и женщин, более известный как «Закон Салтанат». Насколько доверяет аудитория государственным и частным медиаструктурам? Государство позиционирует ряд социальных и экономических программ. Среди них наиболее обсуждаемые: Программа ОСМС (медицинское страхование) – показатель информированности в 2021 г. 85%, Дорожная карта занятости – 77% и программа «Нурлы жол» – 73%. Наименее известна государственная программа «Ауыл – ел бесігі» – 61%. Опрос казахстанцев показал, что существуют серьезные недостатки в информационной работе государственных органов. 22% считают, что информирование было нечетким и противоречивым, 38% – что при понятной информации наблюдалось ее запаздывание, что не позволяло своевременно реагировать на ситуацию. Общий показатель удовлетворенности освещением государственной политики в казахстанских СМИ у населения старше 18 лет в 2021 г. составил 68,6%. Это есть один

из важных показателей доверия у населения как к СМИ, так и в представителям власти.

Изменение медиасферы в Казахстане заставляет аудиторию приспосабливаться к транслируемым формам диалога в виртуальной медиасреде. Этот диалог создается между многонациональными сообществами, профессионалами, возрастными группами, новым цифровым поколением, молодежными командами, которые сейчас составляют третью часть населения страны. Хотя возможны разногласия самого разного характера, от политического до культурологического, религиозного, этнического, но важно инструментами коммуникации налаживать диалог взаимопонимания.

Таким образом, что повлекло трансформацию конструкции современной медиа-архитектуры в Казахстане? Произошло резкое сокращение печатных СМИ, значительно уменьшилось число телевизионных студий. В то же время увеличилось число радиостудий. Новую нишу коммуникации создали интернет-издания. Активно стала позиционироваться реклама. Диджитал реклама в 2023 г. впервые обогнала ТВ-рекламу.

Библиографические ссылки

1. Статистика СМИ Казахстана // Министерство культуры и информации РК [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/documents/details/356953?lang=ru6> (дата обращения: 10.07.2024).
2. *Ким А.* Долю казахоязычного контента на телевидении планируют увеличить до 85 процентов [Электронный ресурс]. URL: <https://orda.kz/dolju-kazahojazychnogo-kontenta-na-televidenii-planirujut-uvelichit-do-85-procentov-377943/> (дата обращения: 10.07.2024).