

БАҚ өкілдері пиарды жасауға зор ықпал етуде. Қазақстан телеарналарында ең ауқымды тақырыптарының бірі инновациялық технологияны ойлап тауып халыққа пиар жасау. Яғни, халықты ерекше жаңалықтармен қамтамасыз ету. Бұл жобаға пиардың негізгі тұлғасы Елбасы-

мыз Н.Ә. Назарбаев өзінің көптеген сайттар мен порталдарда мақсаттарын көрсетіп, жастарға өз міндеттемесін көрсеткен. Осы жоба арқылы Қазақстанды танымал етудің де өзі бір пиарға ұласады екен. Креативті жобаға пиар жасау үшін де креативтілік қажет екені дәлелденеді.

Әдебиеттер

- 1 Бекболатұлы Ж. PR және жарнама. – Алматы: Қазақ университеті, 2010.
- 2 Бизаков С. Қазақ тіліндегі вариант сөздер сөздігі. – Алматы, 2000.
- 3 Современный маркетинг / В. И. Хитский, И.И. Корнева, В.Е.

References

- 1 Bekbolatuly j. PR and zharnama. – Almaty: Kazakh University, 2010.
- 2 Bizakov n. Kazak tilindegi version of сөздер mechanics. Almaty 2000.
- 3 State of the art marketing/. Hitskij, I. V. korneva,

УДК 070

Г.Ж. Ибраева

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы

E-mail: galiya.ibrayeva@kaznu.kz

Новые технологии и конкуренция в информационном пространстве

В статье рассматривается специфика формирования информационного поля Казахстана в конкуренции с зарубежными медиа, формирование импакт-новостей путем создания Информационной карты онлайн-ресурсов и место в них зарубежной информации. Автор раскрывает механизм формирования информационного ландшафта, который влияет на политические, экономические и социальные позиции страны, на информационную безопасность государства. Автор использует методологию типологического анализа для обоснования аналитической позиции, позволяющей выявить появление «плохих» и «хороших» новостей в информационном поле Казахстана.

Ключевые слова: информационная безопасность, конкуренция новостей, онлайн-ресурсы, «плохие» и «хорошие» новости, Казахстан.

Galiya Ibrayeva

New Technology and Competition in the Information Space of Kazakhstan

The paper discusses the information field of the Kazakhstan in competition with foreign Media, the formation of Impact news, by creating Information Cards among on-line resources and a place of the foreign information. The author reveals the mechanism of formation of the Information landscape, which affects the political, economic and social position of the country, the information security of the state. The author used the methodology of typological analysis to support the analytical position, allowing to identify the emergence of a «bad» and «good» news in the information field in Kazakhstan.

Keywords: information security, competition news, online resources, «bad» and «good» news, Kazakhstan

Г.Ж. Ибраева

Ақпараттық кеңістіктегі жаңа технологиялар және бәсекелестік

Мақалада Қазақстан ақпараттық кеңістігінің шетел медиа ақпарат құралдарымен бәсекелестігі, онлайн ресурстарды пайдалана отырып, ақпараттық карта жасау жолымен импакт-жаңалық қалыптастыру мәселесі сарапталған. Автор мемлекеттің ақпараттық қауіпсіздігіне, экономикалық және әлеуметтік позициясына әсер ететін ландшафт қалыптастыру механизмін ашып көрсетеді. Типологиялық талдау әдістемесін пайдалана отырып, Қазақстан ақпарат кеңістігіндегі «жаксы», «жаман» жаңалықтар деген ұғымға анықтама береді.

Түйін сөздер: ақпараттық қауіпсіздік, жаңалықтар бәсекелестігі, он-лайн ресурстар, «жаксы» және «жаман» жаңалықтар, Қазақстан.

Introduction

Картография информационных потоков в мире создает картину неравномерных коммуникационных источников в международном медиа пространстве. Причины как исторического, так и культурологического плана, включающие экономический и политический контексты. Прав итальянский исследователь теории политической коммуникации Паоло Манчини, считающий, что векторы информационного влияния длительное

время направленные с Запада, теперь меняют свое направление на Восток. Защищаясь от западных моделей СМИ некоторые государства пытаются создать искусственные барьеры, другие сами выходят в мировой информационный рынок, как например Аль-Джазира, становятся успешными и востребованными. Статья по настоящему конкурентными удастся не всем, так как уже существуют активные информационные Media гиганты, которые располагают не толь-

ко самой современной техникой и технологиями, но и высокопрофессиональными мастерами журналистики, богатым опытом и традициями.

На протяжении более чем 20-ти лет независимости Казахстан пытается повлиять на эту ситуацию, потому что нуждается в переменах, в том, чтобы информационную картину мира граждане суверенного государства видели не только через призму зарубежного медиа окружения. Несмотря на экономические трудности более десяти лет назад был запущен международный информационный канал «CaspioNet», (сейчас Kazakh TV), который охватывал Восточную Европу, северные провинции Китая, покрывал значительную часть России. Однако это был только один телеканал, который вещал на трех языках, и не располагал большими ресурсами. В 2012 году в Казахстане открывается еще один международный информационный канал «KZ.24», который также вещает на нескольких языках, в том числе на английском. Государство становится спонсором создания цифрового телевидения. Открыты новые телеканалы, которые вещают на казахском языке. Решены вопросы технического оснащения телеканалов путем создания новейшего по оборудованию и технологиям «Казак медиа орталыгы». В 2012 году только агентство «Хабар» получило из бюджета около 10 миллиардов тенге². На государственную информационную политику в том же году было выделено свыше 22 миллиардов тенге. Динамика выделяемых из бюджета сумм – от трех миллиардов в год в середине нулевых, до десятков миллиардов в 2012 году. Огромные средства идут на содержание областных, городских и районных средств массовой информации. Министр культуры и информации заявил в ноябре 2013 года, что государство идет на беспрецедентные шаги по изменению контента телевизионного вещания. Миллионы долларов ранее выделяемые на приобретение зарубежных сериалов, теперь будут осваиваться местными телеканалами. Технические возможности для этого созданы. Почему правительство в последние годы стало так активно финансировать медиа сферу?

Как показывают исследования медиакар-

ты Казахстана высокий процент продолжают составлять российские источники информации – это не только телеканалы как РТР, НТВ, СТВ и др., но и газеты, журналы. В медиаткань телевещания вплетены ставшие популярными корейские, индийские, турецкие сериалы и программы. Наименьший процент составляют европейские и американские СМИ. Была создана неправильная модель внутренних и внешних медиаструктур, которая могла стать силовым рычагом, который подрывал положение страны с позиции информационной безопасности. К примеру, представители министерства индустрии и новых технологий Казахстана стали говорить, что «ситуация с информационной безопасностью в Казахстане неутешительная», что главной угрозой этой безопасности является «открытость национального информационного пространства и популярность зарубежных СМИ, в том числе интернет-ресурсов, ТВ и печати»³. Политологи стали активно продвигать идею проигрыша в информационной войне, как и 20 лет назад до получения суверенитета медиапространство страны продолжает оставаться под влиянием зарубежных информационных потоков. Политолог Д. Сатпаев говорит открытым текстом, что «засилье российских СМИ может быть в любой момент использовано Кремлем против Акорды в случае резкого ухудшения казахско-российских отношений». И приводит в пример период ухудшения российско-белорусских отношений, когда активизировался поток негативных публикаций в российских печатных СМИ, демонстрировался ряд документальных фильмов, дискредитирующий образ президента Беларуси. Таким образом, Казахстан перестал удовлетворять существующий телевизионный трафик, как «улица с односторонним движением», и он стал активно продвигать и создавать собственную модель медиаиндустрии страны.

Основным инструментом преодоления информационного дисбаланса Казахстан считает инновации в области коммуникационных технологий. Что дает стране внедрение инновационных технологий в коммуникационном процессе? Во-первых, доступ к тем стандартам жизни, которые считаются современными, мобилизующи-

¹ Паоло Манчина «Развитие медиасистем: запад и восток» (The Development of Media Systems: West and East) 5-е Московские чтения – МГУ, факультет журналистики, 14-15 ноября 2013 г.

² Асипов М. Не Хабар? //Vlast. http://vlast.kz/article/ne_habar_-3383.html

³ Тогузбаев Г. Влияние российских СМИ в Казахстане. . <http://rus.azattyq.org/content/vliyanie-rossiyskikh-smi-v-kazakhstane/25149869.html>

ми общество, создающими образ успешности. Во-вторых, вовлечение в процесс культурологической идентификации, позволяющий начать поиск собственной модели построения коммуникационных потоков. В-третьих, корреляцию собственной модели коммуникационного процесса в соответствии с мировыми глобальными медиапотоками. Процесс вливания локальных сегментов коммуникационного мира по выражению канадского социолога М. Маклюена в «глобальную деревню» с целью создания «большой человеческой семьи в единое глобальное племя»¹ стал сегодня реальностью. С позиции потребителя информации, получателю сообщений не важно, из какого источника исходит информация, локального или глобального. Важна скорость и достоверность.

Целью данного исследования является попытка определить, как преодолевается информационный дисбаланс в локальной стране на примере Казахстана в конкуренции с информационными медиагигантами мира.

Инструментом исследования была выбрана информационная повестка дня новостей, как наиболее «чистый» продукт коммуникационного процесса. Это позволит определить, во-первых, существует ли информационный дисбаланс? Во-вторых, какая тематика новостей важна для аудитории? В-третьих, возникли ли инновации в области коммуникационных технологий в Казахстане, и насколько они определяют актуальность локальных и зарубежных новостей?

Main body

Методология исследования. В основе анализа были использованы онлайн источники, которые в значительной мере определяют информационную повестку дня телевизионных и радиопрограмм. Это такие онлайн издания Казахстана, как bnews.kz, inform.kz, tengrinews.kz, zakon.kz, today.kz. Была составлена оригинальная форма анализа как «Информационная карта», которая позволяет сопоставлять частотность упоминания тех или иных событий в исследуемых источниках за конкретный период.

Анализируемым объектом стали материалы, которые охватывают период со 2 июля 2013 года по 4 октября 2013 года, внесенные в «Информационную карту»². В «Информационную карту» вносились только четыре главные новости дня по частотности упоминания на всех указанных медиаисточниках. Данные «Информационной карты» затем анализировались по следующим критериям:

- локальные новости и зарубежные новости;
- степень «позитива» и «негатива». Эта позиция анализировалась по степени агрессии и антисоциального поведения.

- тематике;

- лонгированности тематики новостей.

Типология тематики новостей была следующей:

- политические, экономические, культурологические, спортивные.

Это позволило, во-первых, выделить, выделить наиболее актуальные новости для всех анализируемых источников. Во-вторых, позволило позиционировать степень востребованности одной и той же информации разными источниками в онлайн. В-третьих, раскрыло алгоритм отбора информации, позволяющий выдерживать баланс «позитивности» и «негативности» информации. В-четвертых, обосновать принцип повторяемости новостей в каждом онлайн источнике.

Теоретико-методологическая база исследования. Американский социолог Роберт Парк³ сравнивал новости с «формой знаний». Выбирая в качестве инструмента исследования «новости», автор ориентировался на следующие фундаментальные положения выводов американского социолога. Новости оперативны, не систематичны, не вечны, необычны, служат ориентирами, а не заменителями знаний, предсказуемы.

Британский социолог культуры и массовой коммуникации Стюарт Холл⁴ выделяет три «признака новости»: связь с событием, новизна и информационная ценность.

Автор не предполагает углубление в структурную драматургию новостей, в которых есть

¹ Marshall McLuhan Галактика Гуттенберга: Сотворение человека печатной культуры http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/makl/05.php

² «Информационная карта» была создана при участии магистранта факультета журналистики Какима Данабаева.

³ Park Robert The Crowd and the Public, and Other Essays (Heritage of Society) by Robert E. Park (Aug 1972) Introduction to the Science of Sociology (Heritage of Society) by Robert E. Park, Ernest Watson Burgess and Morris Janowitz (Oct 19, 1970) Park R. News as a Form of Knowledge On Social Control and Collective Behavior I Ed. by R. H. Turner. Chicago, 1967. Reprint of 1940 Article in American Journal of Sociology. No 45. P. 669-686.

⁴ Stuart Hall, Representation: Cultural Representations and Signifying Practices (1997)

«хорошие» и «плохие» персонажи. Кроме того, автор не считает объективность информации как обязательный признак, поддерживая позицию американского теоретика медикультуры Джорджа Гербнера¹, что «не существует по сути своей неидеологизированной, аполитичной, внепартийной системы сбора и представления новостей».

Другим важным теоретико-методологическим постулатом данного исследования стала теория медиавмешательства через информационное воздействие². Она позволяет раскрыть механизм воздействия зарубежного информационного поля и процесс соперничества с локальной информацией. Кроме того автор пытается показать, как инновации в области коммуникационных технологий позволяют локальным средствам информации выдерживать конкуренцию с зарубежными новостями.

Исследование. Предметом анализа стали согласно «Информационной карте» – 260 главных или импакт-новостей за период со 2 июля по 4 октября 2013 года, актуальных для указанных источников bnews.kz, inform.kz, tengrinews.kz, zakon.kz, today.kz. Это известные и наиболее популярные он-лайн казахстанские источники новостей, востребованность которых ежедневно отслеживается помощью известных онлайн инструментов, позволяющих ясно видеть частотность посещения, выделять наиболее востребованные новости, а также замерять количество комментариев, в том числе позитивных и негативных. Автор не использовал многочисленные пророссийские онлайн издания, чтобы создать достоверную «Информационную карту», опираясь только на казахские источники. Анализ показал, что указанные онлайн издания предоставляют в день до 30-ти и более новостей. Из них по частотности упоминания в каждом издании отбирались только по 4 импакт-новости дня. Затем формировалась «Информационная карта» еженедельных новостей, которая подвергалась количественным измерениям.

Как показало исследование из анализируемых в период исследования новостей 63.4 % составляют локальные новости, соответственно 36.5% - зарубежные новости.

Спектр зарубежных новостей представляют

следующие страны в соотношении:

Россия – 50%

США – 30%

Кыргызстан – 4 %

Иран – 2%

Афганистан – 1 %

Европа – 10%

Азербайджан – 1 %

Беларусь – 2 %

Анализ новостей из России по степени агрессии и негативизма составил 50% на 50%. Причиной негативной информации послужила катастрофа запуска «Протона» в Байконуре, которая нанесла большой экологический ущерб местности, где был разлит топливный материал - гептил, являющийся сильным ядовитым веществом, используемый для ракет. Эта информация была самой длительной по повторяемости, так как местные экологические службы, а также общественные движения привлекали к действиям российского космодрома в Казахстане повышенный интерес. Со своей стороны российские СМИ старались снизить негативный имидж произошедшего события сообщениями о снятии с должностей ответственных за этот запуск персон. Негативизм к действиям на Байконуре перекинулся и на местную информацию, где агрессию выражали по отношению к руководителю казахстанского космического ведомства, известному казахскому космонавту. Журналисты позволили по отношению к нему действия, которые вызвали негативное отношение не столько к произошедшей катастрофе, а к личности казахской космонавтики. Произошло смещение информационного повода: журналисты сменили акцент с произошедшего события – катастрофы, нанесшей значительный урон экологии страны, на частный конфликт. Это можно считать формой манипуляции, которую сознательно или неумышленно создали местные журналисты. Последствия данной информации оказались пролонгированными. Например, появилось даже местное общественное антигептиловое движение. Другая часть информации о России носила позитивный характер.

Значительная доля зарубежной информации была о США. Здесь также половина информации

¹ Gerbner, G. (1988). Violence and Terror in Mass Media. Paris: UNESCO.

² Бакулев Г. П., М.: Аспект Пресс, 2005.— 176 с.

была посвящена судебному процессу, происшедшему в США, в связи с нанесением морального и физического вреда усыновленным казахстанским детям. Эта информация была также пролонгированного характера и интерес к ней поддерживался всеми СМИ. Другая часть информации о США носила позитивный характер, касалась, в частности, возможности получения визы в США сроком на 5 лет. Это было хорошей новостью, так как ранее, в связи с событиями

в Бостоне во время марафона, в которые были вовлечены студенты из Казахстана, циркулировала негативная информация о возможном запрете выдачи виз в США студентам и стажерам.

Другая зарубежная информация была в основном позитивного содержания. Была составлена таблица, которая позволяет ясно увидеть соотношение зарубежной и местной информации.

Таблица востребованности зарубежной информации со 2 июля по 4 октября 2013 года.

зарубежная	3	6	4	8	12	9	9	8	9	3	9	6
локальная	17	14	16	12	8	11	11	12	11	11	11	14

Локальная информация оказалась наиболее востребованной, по сравнению с зарубежной информацией, составила 63.4%. Это подтверждает существующие теоретико-практические исследования, что во всех странах преобладает интерес именно к местной информации.

Другим важным аспектом исследования является соотношение негативной и позитивной информации «хороших» и «плохих» новостей. В телевизионном пространстве Казахстана есть один-два телеканала, которые считают своего рода «выхлопной трубой общества», так как именно эти источники несут «желтизну», сосредотачивают внимание на негативе, авариях, катастрофах и сенсациях. Анализ информации онлайн изданий показал, что «температурный режим» позитивной и негативной информации выдерживается. Позитивной информации за анализируемый период было 56.5%, а негативной – 43.5%.

Достаточно высокий процент негативной информации объясняется высоким числом сообщений протестного характера, сообщений о коррупции чиновничества, о ЧП, о невыплате заработной платы, экологических катастрофах, банковских скандалах. Но эта информация не несла сильного негатива в общество.

Если следовать ранее принятой автором типологии, в которой были выделены такие типы информации как политическая, экономическая, социальная и спортивная, то в процентном соотношении данные показывает следующее.

Политическая информация составляет 24.5%

Экономическая – 55.5 %

Социальная - 19%.

Спорт – 1%

Таким образом, аудиторию Казахстана привлекает больше всего экономическая информация.

По типу получения информации. 95% информации – собственная информация, в том числе и зарубежная, и 5% - предоставленная иностранными агентствами.

Results.

Казахстан преодолевает информационный дисбаланс и создает собственную модель информационной медиаструктуры. Это позволит разрешить вопросы информационной безопасности, противостоять в информационной войне, создать альтернативные информационные каналы, преодолеть последствия информационного дисбаланса с признаками «улицы с односторонним движением».

Во-первых, государство предпринимает мощные финансовые вливания в медиа отрасль, впервые создавая как творческие, так и социальные условия для журналистов.

Во-вторых, картина актуальных новостей показывает, что медиа структуры не заиклены на показе негативной информации в ущерб позитивной. Это позволяет создавать благоприятный имидж новостной картины дня жизни страны. Вместе с тем, негативная информация присутствует, но становится инструментом разрешения конфликта или события. Нельзя

считать, что медиа искусственно создают благоприятную картину событий в стране.

В-третьих, использование различных новостных источников, позволяет объективно оценить отношение учредителей таковых каналов, которые преследуют свои интересы и цели, вступая в информационное пространство страны.

В-четвертых, позиции российских СМИ

остаются устойчивыми, больше информации транслируется через онлайн, в том числе и видео, что заставляет казахские власти активнее проводить свою политику, формируя своеобразную информационную модель, в которой внимание уделяется сохранению национальной идентичности, внимание к глобальным процессам в СМИ.