

Барлыбаева С.,
Тлепбергенова А.

**Реализация программы
«Информационный
Казахстан-2020»**

В настоящее время происходит процесс глобализации, дигитализации медийного пространства, развития новых медиа, что повлияло на изменение коммуникационной среды в мире и в Казахстане.

В статье говорится об основных государственных проектах и программах, которые реализовываются в настоящее время в республике. Это программа «Информационный Казахстан-2020», проект по переходу на цифровое вещание к концу 2016 года, «Цифровой Казахстан» и другие.

Ключевые слова: массовая коммуникация, медийная среда, новые медиа, информационные технологии, «Информационный Казахстан-2020».

Barlybayeva S.,
Tlepbergenova A.

**The realization of program
«Information Kazakhstan-2020»**

At present time is the influence the process of globalization, digitalization of media sphere, development of new media to communication changes in the world and Kazakhstan. In this article is about the main government projects and programs, which realize at present time in our Republic. This programs is «Information Kazakhstan», «Digital Kazakhstan» and others.

Key words: mass communication, media sphere, new media, information technologies, «Information Kazakhstan-2020».

Барлыбаева С.,
Тлепбергенова А.

**Ақпараттық «Қазақстан-2020»
бағдарламасының жүзеге
асырылуы**

Мақалада жаңа медианың даму ерекшеліктері және дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарымен салыстырыла қарастырылады. Әлемдегі жаңа медианың қалыптасуы мен дамуына нақты мысалдар келтіреді. Жаңа медиа дамуы жайлы ғалымдардың теориялық еңбектеріне сүйене отырып, тәжірибемен байланыстырады. Сонымен қатар, мақалада жаңа медиа ұсынған жаңа мүмкіндіктер туралы ақпараттар берілген.

Түйін сөздер: масс медиа, ақпараттық «Қазақстан-2020» бағдарламасы, жаңа медиа.

**РЕАЛИЗАЦИЯ
ПРОГРАММЫ
«ИНФОРМАЦИОННЫЙ
КАЗАХСТАН-2020»**

Во всем мире происходит либерализация и глобализация медиарынков. Одновременно с этими процессами происходит слияние компьютерных, телекоммуникационных и вещательных технологий, т.е. конвергенция. Подобная интеграция приводит к тому, что информационная индустрия расширяется, стирая жесткие границы между секторами традиционных систем массовой коммуникации и создавая новые медиасистемы. Исторически эти сектора развивались отдельно, но в настоящее время, благодаря технологическим новшествам, границы этих секторов размылись, идет активный процесс их интеграции. Процесс интеграции в гораздо большей степени охватывает технологии и системы передачи информации.

Свободный рынок идей в эпоху глобальной информационной инфраструктуры все больше определяется коммерческими целями, которые и диктуют стремление к либерализации. В расширяющемся медиaprостранстве печать, аналоговое радио и телевидение воспринимаются как традиционные СМИ, новые каналы доставки информации и сама информация, основанные на дигитализации (переход на цифровой стандарт), определяются как «новые медиа». Новые медиа воспринимают как каналы цифровой коммуникации, в которых текст, графические и движущиеся изображения, звук представлены в едином «пакете» и которые имеют различные формы производства, распространения, приема и хранения информационного продукта.

Особенностью новых медиа стало изменение характера коммуникации. Потребление новых медиа имеет более индивидуальный персональный характер. Возникли новые структуры межличностной и индивидуальной коммуникации (сотовая, мобильная телефония, видео по требованию и др.). По мнению исследователей, коммуникологов, новая коммуникационная среда будет выглядеть как телевидение, но функционировать будет как Интернет.

Глобальное распространение информации и коммуникации создает возможности для свободного общения на разных уровнях: вертикальном, горизонтальном, сетевом, массовом и индивидуальном. Модели изменения медиасистем в Казахстане и за рубежом становятся похожими, а тенденция глобализации играет в этом процессе не последнюю роль. Использование

новых информационных технологий усиливает процесс конвергенции и ведет к построению глобального информационного общества.

Информационные процессы имеют глобальный характер, но они имеют национальную специфику того государства, в котором они происходят. В Казахстане с обретением суверенитета сформировалась новая система средств массовой коммуникации, развивается новое медийное пространство. И важно здесь учитывать национальную специфику, культурную самобытность общества, специфику телекоммуникационного развития в республике в эру глобализации. Важно понять влияние этого информационного потока на культуру, образование, образ жизни людей.

Государство при создании и решении больших информационных проектов, программ учитывает экономические, политические, технологические условия, влияние этого коммуникационного процесса на культурно-духовное развитие общества.

Электронные средства массовой коммуникации имеют широкий диапазон воздействия на наиболее универсальные средства общественной коммуникации: образование, вероисповедание, досуг, развлечения и др. Данные структуры, в свою очередь, оказывают прямое или косвенное влияние на формирование культурных ценностей. По силе воздействия, по степени влияния на взгляды, убеждения, поведение людей средства массовой информации не имеют себе равных в общественной жизни.

В системе средств массовой коммуникации, включающей традиционные – печать, радио и телевидение (ТВ), сложилась группа «новейших» средств информации. К ним относятся: спутниковое ТВ, кабельное, видео, мобильная телефония, сотовая связь, телетекст, Интернет, волоконно-оптическая связь, ТВ высокой четкости, интерактивное и цифровое вещание, блогосфера, социальные сети. Новейшие медиа изменяют наше мировоззрение, изменяют информационный уровень общества, открывают новые коммуникационные возможности.

Аналитики «Internet Live Stats» представили статистику по числу Интернет-пользователей и проникновению интернета в 201 стране мира. Согласно данным на 1 июля 2016 года, на первом месте по числу пользователей оказался Китай, где доступ к Интернету имеют более 721 миллиона человек (52,2% от всего населения страны). На втором и третьем местах – Индия – более 460 млн. человек (34,8%) и США (более 286 млн. человек (88,5%) [1].

Казахстан по данному показателю занимает 43 место, число Интернет-пользователей в нашей стране достигло 9,9 млн. человек, увеличившись за год на 1,8%. (По другим данным отмечалось 12 млн. пользователей Интернета в республике). Но что же интересует казахстанских пользователей в сети? По данным анализа медиа потребления TNS, Интернет обычно используется для работы с электронной почтой, поиска информации и просмотра новостей. Кроме того, фильмы смотрят 54% пользователей, музыку слушают 43%. Согласно рейтингу «SimilarWeb», наиболее популярные площадки в Казахстане – социальные сети (Вконтакте, Одноклассники, Facebook), поисковые системы (Google, Яндекс), портал Mail.ru, а также видеохостинг YouTube.

Активными пользователями социальных сетей в Казахстане являются 3,3 миллиона человек, то есть пятая часть населения страны. Такие данные указаны в отчете, подготовленном агентством «Медиа-Систем» с помощью сервиса «Brand Analytics» (Исследование проводилось зимой 2015-2016 года) [2].

По данным Агентства по статистике Республики Казахстан, по итогам 2015 года в Казахстане зафиксировано 31,4 млн. SIM-карт (+8,4% к 2014 году), при населении более 17 млн. человек. Таким образом, уровень проникновения мобильной связи составил 185%. Более 35% (11 млн.) из этих SIM-карт имеют возможность выхода в Интернет [3].

В медиапотреблении Казахстана, в рейтинге популярности СМИ – лидируют: отечественное телевидение и печатные СМИ. В Казахстане чаще, чем в других странах СНГ востребованы зарубежные, российские масс-медиа, особенно ТВ. И также более выражен интерес к международным событиям. Более 60% опрошенных в стране уверяют, что главными источниками получаемой информации являются отечественные СМИ. Как отмечает ОФ «Стратегия», «в целом жители Казахстана продемонстрировали относительно высокий уровень активности в познавательных процессах, это отразилось и на высоком уровне потребления различных медиа. Удовлетворять свой интерес казахстанцы могут с помощью различных современных коммуникационных средств, отдавая предпочтения тем из них, которые более распространены и экономически приемлемы. Приоритет в выборе был отдан казахстанским СМИ, зарубежные, в первую очередь, российские, масс-медиа играют, скорее, дополняющую роль [4].

На встрече 6 сентября 2016 года Президента РК с министром информации и коммуникации РК Дауреном Абаевым – Нурсултан Назарбаев отметил важность проведения эффективной информационной политики для обеспечения безопасности медийного пространства страны. Одной из главных задач является эффективное противостояние различным угрозам в информационном пространстве.

В Казахстане была разработана Государственная программа развития цифрового телерадиовещания в РК на 2008-2015 годы. С 2012 года в Казахстане запущена сеть цифрового эфирного телевидения. Завершение строительства сети цифрового эфирного телевидения намечено к концу 2016 году.

В настоящее время с 2013 года реализуется государственная программа «Информационный Казахстан-2020». Программа направлена на внедрение инфо-коммуникационных технологий во всех сферах экономики. «К 2020 году должно стать увеличение объема телевизионной продукции казахстанского производства до 60% от общего эфирного времени. Число Интернет-сайтов в доменах .kz и .kaz должно увеличиться на 50% по сравнению с 2012 годом. Объем производства ТВ продукции способом размещения заказа среди частных телеканалов на условии софинансирования составит не менее 15 проектов в год, при этом объем переданного государственным телеканалами в аутсорсинг составит 60%. Казахстанские телеканалы станут доступны на территории 110 стран, как отмечал экс-министр Д.Мынбай – а количество СМИ в Интернете составит 95% от их общего количества. К 2020 году количество абонентов национальной спутниковой сети должно достигнуть 1 млн. человек» [5].

В программе «Информационный Казахстан-2020» особый акцент делается на развитие медийного пространства, на производстве казахстанского контента, на повышение уровня удовлетворенности отечественным информационно-культурным продуктом. Данная программа способствует созданию открытой информационной среды для социально-экономического и культурного развития казахстанского общества.

В настоящее время в правительстве идёт работа по разработке новой программы «Цифровой Казахстан», которая создаст новую цифровую платформу, улучшит возможности ведения бизнеса и повысит качество жизни населения. Как отметил министр по инвестициям и разви-

тию РК Асет Исекешев: «Новая политика призвана стать одним из ключевых драйверов страны в нынешней экономической ситуации. Основным приоритетом в рамках программы будет завершение обеспечения полностью доступа к широкополосному Интернету для населения страны» [6].

Акционерное общество АО «Казконтент» было создано в 2009 году в целях формирования национального контента и развития казахстанского сегмента сети Интернет. Проекты Холдинга ориентируются на формирование национального контента на государственном языке, который будет полезен казахстанцам. Один из проектов АО «Казконтент», реализуемый в рамках государственной программы «Информационный Казахстан – 2020» – «Переход печатных СМИ в Интернет». На сегодняшний день из 2213 изданий более 50% отечественных СМИ приняли участие в проекте, а 1200 печатных изданий получили возможность полностью перейти в Интернет или дополниться онлайн-версией.

Вот некоторые из проектов «Казконтент», как отмечает председатель правления АО «Казконтент» Аскар Ахметов [7].

Bnews.kz

Казинформ продолжает быть информационным агентством, став главным информационным рупором страны. Bnews уйдет в другой сегмент – разъясняющих новостей и будет это делать через призму обзоров, интервью, опросов, экспертизы и мультимедийных материалов.

Baq.kz

Baq.kz будет претендовать на звание главного информационного агентства, работающего на государственном языке. Baq.kz – агрегатор с собственными новостями, информационный портал № 1, дающий эксклюзивные новости из регионов с аналитической составляющей и возможностью влияния на широкие круги населения.

Kaztube

Первый национальный видеопортал Kaztube станет самым большим агрегатором и хранилищем всего казахстанского видеоконтента. На Kaztube будет размещен уникальный национальный видеоконтент, в том числе «золотой» медиафонд.

E-History.kz

E-History.kz – формат исторического портала. Сайт будет работать для тех, кто любит историю и хочет знать о ней как можно больше. Весь материал будет представлен в увлекательной научно-познавательной форме. На сайт будет добавлен раздел «Казахстаника»

с уникальным историческим контентом в интерактивном виде.

В настоящее время средства массовой коммуникации влияют на нашу жизнь гораздо сильнее, чем все остальное, отсюда быстро меняющиеся ценностные ориентиры, потребительские запро-

сы. Глобальный информационный процесс сильно повлиял на развитие национальных средств массовой информации. Медийное пространство республики адаптировалось к этому процессу, а государство разработало информационную политику, отвечающую требованиям современного времени.

Литература

- 1 Profit.kz, 25 июля 2016
- 2 Сколько людей «сидят» в соцсетях в Казахстане // Tengrinews.kz, 8 февраля, 2016
- 3 Уровень проникновения мобильной связи в Казахстане составил 185% // Computerworld, 12.04.2016
- 4 <http://www.eurasiamonitor.org/rus/>
- 5 Казинформ, 27 ноября 2012г.
- 6 Ишекенова Б. Количество Интернет-пользователей в Казахстане выросло с 8% до 68% // BNews.kz, 17 февраля 2016.
- 7 Profit.kz, 7 сентября 2016,

References

- 1 Profit.kz, 25 July, 2016
- 2 How many people "site" in social network of Kazakhstan // Tengrinews.kz, 8 февраля, 2016
- 3 Level of spreading of mobile telephone in Kazakhstan is consist 185% // Computerworld, 12.04.2016
- 4 <http://www.eurasiamonitor.org/rus/>
- 5 Казинформ, 27 ноября 2012г.
- 6 Ishekenova B. Number of Internet-users in Kazakhstan increase since 8% until 68% // BNews.kz, February 17, 2016.
- 7 Profit.kz, September 7, 2016