

© 2004 г.

Г.Ж. ИБРАЕВА, С.Ю. ПЕТРЕНКО, Ю.О. БУЛУКТАЕВ

ЭКСПЕРТНАЯ ОЦЕНКА МЕДИАПРОСТРАНСТВА КАЗАХСТАНА

ИБРАЕВА Галия Жунусовна - доктор политических наук, заведующая кафедрой международной журналистики Казахстанского Национального Университета им. Аль-Фараби. ПЕТРЕНКО Светлана Юрьевна - кандидат политических наук, научный сотрудник Центра гуманитарных исследований. БУЛУКТАЕВ Юрий Очирович - кандидат исторических наук, старший научный сотрудник Института философии и политологии Министерства науки и образования Республики Казахстан.

Пути развития современного общества, скорость и направление социальных и политических изменений во многом определяются параметрами медиапространства и развитием медиа и медийной техники. Так, медиапространство уже создает вектор трансформации механизмов формирования политического поля через изменение базовых технологий взаимодействия го-

сударства и общества. Вот почему его изучение представляется особенно актуальным. Методом точечного (разового) исследования, позволяющим в определенной мере диагностировать состояние медиапространства, был избран экспертный опрос, который предполагает обращение к непосредственным носителям изучаемой проблемы и нацелен на те ее стороны, которые мало поддаются или вообще не поддаются прямому наблюдению. Его тема "Медиапространство Республики Казахстан: состояние, тенденции, перспективы". Основная цель опроса, проведенного группой исследователей, в которую входили сотрудники Института философии и политологии МОН РК, КазНУ им. Аль-Фараби и Центра гуманитарных исследований г. Алматы летом 2003 г., состояла в изучении мнений экспертов о параметрах и текущем состоянии медиапространства нашей страны.

В качестве экспертов выступили руководящие работники масс-медиа, журналисты, редакторы, ведущие сотрудники государственных и негосударственных СМИ, преподаватели факультета журналистики КазНУ - все те, кто непосредственно участвует в формировании медиапространства Республики Казахстан. Исследователи выдвинули две гипотезы. **Первая.** Современное состояние национального медиапространства определяется степенью интегрированности в региональное и мировое медиапространство; темпами развития информационно-компьютерных технологий медиаотраслей. **Вторая.** Отношение к проблемам развития медиапространства Казахстана у казахскоязычных и русскоязычных журналистов должно быть существенно различным.

В разработанной анкете преобладали открытые вопросы. Обработка и анализ данных осуществлялись с помощью методов математической статистики и контент-анализа. На первоначальном этапе проведено 25 нестандартизованных интервью (с использованием диктофона) на тему "Состояние и перспективы развития медиапространства Республики Казахстан" и 50 стандартизованных интервью (с использованием регистрационного листа). Затем все интервью сопоставлялись и анализировались. В качестве респондентов на первом этапе выступили гости и участники Второго Евразийского Медиа Форума, который проходил в г. Алматы в апреле 2003 г. Среди респондентов были представители республиканских и региональных масс-медиа (руководители, редакторы и журналисты).

Целевая выборка составлялась, исходя из поставленных целей исследования. Критерием отбора являлось непосредственное отношение эксперта к исследуемому вопросу и понимание всех его аспектов. С учетом этого на втором этапе исследования для участия в опросе были приглашены 114 экспертов (24 из них - сотрудники государственных СМИ; 75 - негосударственных СМИ; 15 - научные работники и преподаватели факультета журналистики КазГУ. Национальный состав участников опроса: казахи - 63; русские - 45; другие - 6).

Одной из отличительных особенностей медиапространства нашей страны - является сосуществование, в основном, казахскоязычных и русскоязычных СМИ. Поэтому эксперты были поделены на две группы по языковому принципу. Другой важный фактор такого деления - попытка выявить, каково отношение у казахскоязычных респондентов к состоянию медиапространства в республике; третьим фактором стала обостряющаяся конкуренция между казахскоязычными и русскоязычными СМИ, диктуемая рыночными отношениями и принимающая то открытый, то латентный характер.

В первую группу вошли 54 эксперта, работающих в казахскоязычных СМИ: "Жас Алаш", "Егемен Казахстан", радио "Азаттык", "31 канал", "Рахат", журнал "Зерде", "Улан" и др. Вторая группа состояла из 60 респондентов, представляющих русскоязычные СМИ: "Казахстанская правда", "Экспресс К", "Рахат", "Хабар", "Шахар", азиатская служба ВВС, "СолДат", "Вечерний Алматы", "Время", "НП", "Панорама" и др. По ходу работы был сформирован информационный банк данных о СМИ, куда были включены сведения как о казахстанских журналистах, так и о представителях зарубежных СМИ (всего 189 человек), к которым можно обращаться в дальнейшем для мониторинга состояния казахстанских СМИ.

Респондентам предлагалось ответить на вопрос, что такое медиапространство и какую оценку ему можно дать? По мнению трети из них, медиапространство в республике еще не сложилось, поэтому невозможно дать ему оценку. В то же время другие респонденты считают, что "медиапространство - это возможность использования разной и дифференцированной информации"; оно создает возможность распространять информацию на государственном языке; возможность доступа к информации в мире. Определение дали немногие эксперты. Так, например, самыми распространенными оказались следующие: "Медиапространство - это сфера распространения и влияния средств массовой информации", "территория распространения и влияния СМИ"; "это новость, которая не должна иметь границ. Когда любая новость может распространяться в одно и то же время по всему миру - это и есть медиапространство"; «авторитетные, объективные и значимые для большинства проживающих на этом "пространстве"

Параметры медиапространства

Ключевые слова	Количество упоминаний
Свобода слова	30
Доступность информации, общедоступность	17
Конкуренция	14
Сформированный информационный рынок	12
Распространение информации, отсутствие ограничений; свободный поток информации	11
Отсутствие преследования за право выражения мнения	5
Независимость СМИ	5
Единое информационно-технологическое пространство	2
Взаимодействие СМИ	2
Влияние СМИ на общественно-политическую ситуацию	2
Наличие оппозиции	2
Отсутствие давления на журналистов	2
Развитие новых технологий	2

людей, газеты, радиостанции и ТВ-каналы»; "это любое место, где журналистика, общественное мнение, СМИ влияют на общественно-политическую ситуацию". В таблице 1 представлены результаты контент-анализа ответов на вопрос «Назовите три ключевых слова, определяющих понятие "медиапространство"».

Один раз были названы такие ключевые слова: влияние региональной информации на политику каждого отдельно взятого государства - участника "пространства"; информационные агентства; наличие медиа-холдингов; проникновение на другие информационные рынки; совместная работа с иностранными информационными компаниями; расширение информационно-экономического состояния рынка; информационный обмен; безграничный информационный поток; высокий журналистский уровень; большие затраты и доходность; медиаэтика; либеральное законодательство; разнообразие СМИ в политическом спектре; достаточно значимое реальное количество СМИ (то есть фактическое число действующих СМИ). На уровне слов чаще всего были отмечены: свобода СМИ (18); сотрудничество (15); информация (13); единство (12), а также взаимодействие, обмен опытом, журналист, связь, доступность, мобильность, государство, телевидение, Интернет, аудитория, масса, глобализация, коммуникация, разумное общение. Словами, нагруженными отрицательным смыслом, для экспертов явились; давление, монополия, зависимость, дезинформация. То есть факторы, препятствующие, по их мнению, достижению оптимального состояния медиапространства.

Эксперты 1 и 2 групп в оценках текущего состояния рынка масс-медиа очень сильно разошлись во мнениях. О чем свидетельствует таблица 2. Такое значительное расхождение мнений между участниками групп связано с тем, что респонденты 1 группы (то есть казахскоязычной) впервые получили возможность равного вещания на казахском языке (по отношению к вещанию на русском языке) через государственные заказы, что помогло творческому развитию казахскоязычных СМИ, значительно улучшило финансовое положение редакций и телерадиокомпаний, позволило повысить уровень технологии подготовки программ. Но, тем не менее, многие журналисты, работающие в казахских СМИ, считают, что испытывают давление со стороны администрации СМИ.

Большинство опрошенных в качестве значительных событий, повлиявших на развитие медиапространства в нашей стране, выделили следующие: Первый Евразийский Медиа Форум (2002 г.); Второй Евразийский Медиа Форум (2003 г.); I и II Конгресс журналистов; Молодежный форум "Кольцо Евразии"; открытие телевизионного канала "CaspioNet"; выпуск новых газет и журналов на казахском языке; переход телеканала "Тан" в собственность медиа-холдинга "31 канал"; введение нормы о пятидесятипроцентном вещании на государственном языке МКИОС и расширение информационного пространства государственного языка СМИ; восстановление "Союза журналистов Республики Казахстан"; создание Общественного Совета СМИ

Таблица 2

Состояние рынка масс-медиа, %

Оценка	1 группа	2 группа
Благополучное	25,7	5,3
Хорошее	37,1	18,4
Удовлетворительное	28,6	55,3
Неудовлетворительное	8,6	18,4
Затруднились ответить	-	2,6

Таблица 3

Темпы развития медиаотрасли (1 группа), %

Виды коммуникации	Оценки экспертов					Затруднились ответить
	Очень низкие	Низкие	Средние	Высокие	Очень высокие	
Спутниковое телевидение	8,8	35,2	29,4	17,6	2,9	6,1
Кабельное телевидение	5,7	16,7	36,1	27,8	2,8	11
Интернет	9,4	9,4	37,5	37,5	6,2	3,6
Компьютерно-сетевые коммуникации	6,3	18,8	30,6	31,3	9,4	

Таблица 4

Темпы развития медиаотрасли (2 группа), %

Виды коммуникации	Оценки экспертов				
	Очень низкие	Низкие	Средние	Высокие	Очень высокие
Спутниковое телевидение	13,2	23,7	60	3,1	
Кабельное телевидение	5,3	18,4	55,3	15,8	5,3
Интернет	5,3	15,8	44,7	28,9	5,3
Компьютерно-сетевые коммуникации	5,3	18,4	50	26,3	

при Президенте РК; увеличило вещание на казахском языке (на 2 часа) радио "Свобода"; усиление влияния медиакорпорации "Хабар".

В таблицах 3 и 4 представлено распределение темпов развития медиаструктуры Казахстана по оценкам экспертов 1 и 2 группы. Из таблицы 4 видно, что 60% экспертов 2 группы считают, что спутниковое телевидение развивается средними темпами, а кабельное телевидение находится немного впереди по темпам развития. Из всех медиаотраслей быстрее всего, по их мнению, развиваются в Казахстане в настоящее время **Интернет и компьютерные технологии**. В целом они оценивают развитие спутникового и кабельного телевидения выше, так как имеют доступ к этим видам коммуникации и активно ими пользуются. Респонденты 1 группы ставят более низкие оценки, поскольку редакции не всегда имеют возможность для подключения к Интернету и электронной почте, а также приобретения спутниковой тарелки для подключения к мировой информационной системе.

Медиапространство Казахстана в мировом и евразийском контексте. Чтобы получить представление о степени развития современного медиапространства Казахстана в евразийском контексте, экспертам было предложено сравнить его развитие со странами Евразии (в качестве которых выступили страны СНГ). Предлагалось проранжировать страны в соответствии с уровнем развития медиапространства. Для сравнения были взяты: Азербайджан, Армения, Беларусь, Кыргызстан, Украина, Россия, Туркменистан, Узбекистан. Россия оказалась вне конкуренции. Так, все участники опроса полагают, что Россия - страна с самым развитым медиапространством, то есть является лидером. В таблице 5 представлено, какие места занимают страны СНГ в развитии медиаотраслей, по мнению респондентов (при подсчете был использован % респондентов, присвоивших то или иное место).

Уровень развития медиапространства

	1 группа	2 группа
	Название страны	
1	Россия	Россия
2	Казахстан	Казахстан
3	Украина	Украина
4	Беларусь	Беларусь
5	Азербайджан	Армения
6	Кыргызстан	Азербайджан
7	Армения	Кыргызстан
8	Туркменистан	Узбекистан
9	Узбекистан	Туркменистан

Таким образом, можно сделать вывод о том, что мнения обеих групп совпали относительно темпов развития медиапространства Казахстана среди стран СНГ. 41,2% экспертов 1 группы оценили степень интеграции медиапространства Казахстана в Евразийское пространство как среднюю; 23,5% - как не очень высокую; 23,5% - как высокую; 8,8% - как низкую; 2,9% затруднились ответить. 47,4% участников 2 группы оценили степень такой интеграции как среднюю; 23,7% - как не очень высокую; 15,7% - как низкую; 5,3% - как высокую; остальные 7,9% затруднились ответить. Как видим, мнение обеих групп в этом вопросе в большей степени совпадает.

Участники 1 группы, оценивая степень интеграции медиапространства Казахстана в мировое, проявляют повышенный оптимизм, ставя средние и высокие баллы. Эта позиция характерна для казахскоязычной прессы, которая впервые почувствовала государственную поддержку не только технологическую, финансовую, социальную, экономическую, кадровую, но и моральную, которая наполняет их надеждой на быстрое вхождение страны в мировое информационное пространство: 37,1% опрошенных считают такую степень средней; 20% - высокой; 14,3% - не очень высокой; 14,3% - низкой; 14,3% - затруднились ответить.

Степень интеграции медиапространства Казахстана в мировое пространство, по мнению экспертов 2 группы, существенно ниже: 28,9% респондентов считают ее крайне низкой; 28,9% - низкой; 18,4% - средней; 7,8% - не очень высокой; 5,3% - высокой; 10,7% - затруднились ответить.

Таким образом, **большинство экспертов оценивают степень интеграции медиапространства Казахстана в мировое как крайне низкую и низкую.** В то же время респонденты отметили, что проведение двух Евразийских Медиа Форумов в Алматы является существенным вкладом республики в развитие **Евразийского** медиапространства. Проведение подобных мероприятий, по их мнению, оказывает благотворное влияние на отечественную журналистику. Такая активная позиция Казахстана свидетельствует о том, что он становится связующим регионом Евразии и выполняет свою интеграционную функцию.

По мнению экспертов 1 группы, наша страна играет в формировании Евразийского медиапространства роль одного из лидеров. Вместе с тем, они считают, что Казахстан в формировании Евразийского медиапространства может столкнуться с серьезными проблемами, в числе которых: доминирование русскоязычных СМИ в Казахстане; зависимость Казахстана от позиции российских СМИ; воздействие "дешевых" прозападных программ (типа MTV) на подрастающее поколение казахстанского населения.

Отмечая некоторые сдвиги (имея в виду форум), участники опроса, тем не менее, несколько не преувеличивают вклад своей страны. По их мнению, это только первые шаги в данном направлении. Были зафиксированы пожелания экспертов, чтобы такие форумы были "не показательными", то есть носили неформальный характер, и направлены на обсуждение реальных профессиональных проблем.

По мнению некоторых экспертов, ведущую роль в формировании Евразийского медиапространства Казахстан еще не может играть в силу того, что в стране нет пока достаточного количества конкурентоспособных, оперативных негосударственных СМИ, предоставляющих качественную информацию, да и принцип свободы слова не всегда соблюдается. Они считают,

что влияние нашей республики будет возрастать по мере успешного разрешения внутренних проблем.

Что касается **отношения к казахстанским и международным СМИ**, то большинство респондентов 1 группы доверяют государственным СМИ. Интернетом практически не пользуются. А большинство респондентов 2 группы доверяют негосударственному телевидению, негосударственной прессе и Интернет-сайтам международных СМИ, к примеру, сайту РИА-новости. Среди влиятельных международных СМИ, которым доверяют в настоящее время респонденты, были названы: Euronews, BBC, CNN, Sky News, Fox News, НТК, НТВ, РТР, Аль-Джазира, Радио "Свобода", "Голос Америки", New York Times, Week Times. Среди информационных агентств больше доверия вызывают Interfax, Reuters, ИТАР-ТАСС, ЮПИ, AP, Синь-Хуа.

Итоги опроса позволяют сделать следующие основные **выводы**. **Во-первых**, обнаружилось существенное различие мнений экспертов 1 и 2 групп по таким вопросам, как: текущее состояние масс-медиа Казахстана (62,8% экспертов 1 группы удовлетворены его состоянием, между тем как 73,7% участников 2 группы не удовлетворены); степень интеграции вхождения страны в мировое информационное пространство (57,1% респондентов 1 группы считают, что медиапространство республики достаточно хорошо интегрировано в мировое пространство; 76,2% опрошенных 2 группы полагают, что степень интеграции низкая); ожидания экспертов 1 группы относительно перспектив развития медиапространства в целом значительно оптимистичнее ожиданий их коллег из 2 группы. **Во-вторых**, отношение представителей обеих групп к исследованию и само их участие в опросе также существенно различалось. Эксперты 1 группы во время интервьюирования занимали открытую и более заинтересованную позицию по сравнению с респондентами 2 группы, они давали расширенные ответы. Эксперты, работающие в русскоязычных СМИ, в целом были настроены более критично и менее охотно шли на контакт, аргументируя это тем, что положение СМИ и параметры медиапространства Казахстана вряд ли кардинально улучшатся в ближайшем будущем. **В-третьих**, мониторинг развития медиапространства страны должен осуществляться систематически с применением техники панельного исследования, основы для которого уже заложены исполнителями данного проекта.