

*Абдикеримова Ж.Т.***КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНЫН МААЛЫМАТ ТАЛААСЫН
ӨЗГӨРТҮҮГӨ ИНТЕРНЕТТИН ТААСИРИ***Абдикеримова Ж.Т.***ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ
ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ***Zh.T. Abdikerimova***THE IMPACT OF THE INTERNET ON THE TRANSFORMATION
OF THE INFORMATION FIELD OF THE KYRGYZ REPUBLIC**

УДК: 32.019.51

Кыргыз Республикасы ММКнын өнүгүү деңгээли жогору, ошондуктан бул өлкө бир жолу "Борбордук Азиядагы демократия аралынын" имиджин алган. Журналисттер бир топ күч-аракеттерди жумшап, сөз жана басма сөз эркиндигинин негизги багыттарын улантышууда. Социалдык тармактардын жаралышы жана өнүгүшү менен, Интернет мейкиндигинде жарандык коом мамлекеттин жашоосуна жигердүү катышып, экономикалык жана саясий процесстерге таасирин тийгизип, өз пикирлерин ачык жана натыйжалуу билдирип, тигил же бул жаңылыктарга комментарий бере алат, фото жана видеотасмаларды колдонот. фактылар, көйгөйлүү маселеге көңүл буруңуз. Бул макалада Кыргыз Республикасынын маалымат мейкиндигинин өнүгүшү жөнүндө кыскача баяндама келтирилген жана ЖМКнын Интернетке акырындык менен өтүшү талдоого алынган.

Негизги сөздөр: маалымат талаасы, массалык маалымат каражаттары, Интернет, социалдык тармак, медиа базар, интеграция, трансформация, ресурстар, угуучулар.

Кыргызская Республика имеет высокие показатели в области развития СМИ, благодаря которым эта страна когда-то приобрела имидж «острова демократии в Центральной Азии». Журналисты, приложив значительные усилия, продолжают придерживаться основных линий свободы слова и прессы. С появлением и развитием социальных сетей, ухода СМИ в интернет-пространство гражданское общество получает возможность более активно участвовать в жизни государства, влияя на экономические и политические процессы, более открыто и оперативно высказывать свое мнение, комментируя ту или иную новость, оперировать фото и видео-фактами, привлекать внимание к проблемным вопросам. В данной статье дана краткая характеристика развития информационного пространства Кыргызской Республики и проанализирован постепенный переход СМИ в интернет-пространство.

Ключевые слова: информационное поле, средства массовой информации, интернет, социальные сети, медиарынок, интеграция, трансформация, ресурсы, аудитория.

The Kyrgyz Republic has high levels of media development, thanks to which this country once acquired the image of an "island of democracy in Central Asia." Journalists, having made considerable efforts, continue to adhere to the main lines of freedom of speech and the press. With the advent and development of social networks, the departure of media in the Internet space, civil society is able to participate more actively in the life of the state, influencing economic and political processes, more openly and efficiently express their opinions, comment on this or that news, operate photos and video facts, draw attention to a problematic issue. This article gives a brief description of the development of the information space of the Kyrgyz Republic and analyzes the gradual transition of the media to the Internet.

Key words: information field, media, the Internet, social networks, the media market, integration, transformation, resources, the audience.

В формировании информационного поля современного Кыргызстана принимают участие многочисленные источники информации, начиная с местных СМИ, информагентств, пресс-служб государственных органов, заканчивая зарубежными СМИ. Но это еще не весь перечень, с приходом Интернет картина глобально изменилась. Данная статья рассматривает трансформацию современной медиа-системы, продиктованную потребностями аудитории и развитием рынка медиа в целом. Данные тенденции определяются степенью проникновения и влиянием Интернета на формирование информационного общества, а также экономическими факторами развития системы средств массовой информации той или иной страны. И как следствие, экономическое развитие, активность гражданского сектора и развитие политической свободы общества в целом.

На сегодняшний день, Интернет стал не только платформой для активного развития и деятельности СМИ, а также он способствовал созданию условий

для развития различных типов и жанров СМИ [1]. И именно переход наших традиционных медиа в Интернет во многом определяет суть изменения в кыргызской медиа-системе и становится ее характерной чертой.

Не так давно, характеризуя наше информационное поле, исследователи выделяли несколько периодов развития СМИ Кыргызстана.

1991-1992 гг. – приобретение суверенитета и провозглашение свободы прессы.

1993-1995 гг. – отдаление от государственной власти, выработка собственных позиций в отношении роли и функций СМИ.

1996-1999гг. – полное размежевание с государственной властью.

1999-2005гг. – сосредоточение медиа-собственности путем создания медиа-холдингов.

С 2005 года по настоящее время – рекомбинация собственности СМИ, объединение медиа-холдингов и концентрация их в «одних руках» [2].

Если говорить о содержании деятельности СМИ этих этапов, то их можно охарактеризовать как формирование определенного политического института, а также весомого инструмента внутривластной борьбы и избирательных политических технологий.

Время активного развития интернет-изданий пришлось на период после 2005 года. В это же время отмечается наращивание их влияния на общественно-политическую жизнь страны. Появление новых информационных агентств, таких как «24.kg», «Кnews», достаточно быстро завоевавших признание и популярность в стране, наряду с действующим ИА «АКИ-press», которое вышло на рынок центральной Азии и создало первый портал блогов в кыргызстанском сегменте Интернета. Также это время обусловлено появлением первого в стране информационного видеопортала «Stan.kg» и первого центрально-азиатского Агентства фото-новостной, репортажной и стоковой информации «Фото.kg».

Большинство традиционных печатных СМИ создали электронные версии изданий. Так, своими сайтами обзавелись кыргызоязычные газеты «Суперинфо», «Кыргыз Туусу», «Де факто», «Жаны ордо», «Алиби», «Маек». Аналогичная ситуация была и с русскоязычной прессой.

Высокий накал общественно-политической жизни республики после двух революций 2005 и 2010 годов, объясняет столь стремительное развитие Интернета в Кыргызстане [3].

Приобретая за годы независимости Кыргызстана неформальный статус «четвертой власти», СМИ

играют роль посредника между органами государственной власти и гражданским обществом, активно участвуют в формировании нового типа политической культуры, пытаются обеспечить интеграцию Кыргызской Республики в международную систему политических коммуникаций и отношений, выступают как политический институт общественной информации, социального общения и контроля власти, а также, исполняют роль инструмента всевозможных общественно-политических сил, работа которых явно несет в себе манипулятивные тенденции.

Выполняя указанные функции, СМИ должны придерживаться законов, которые регулируют их контент, таких как: ст. 36 Конституции Кыргызской Республики (культура, искусство, литература, наука и средства массовой информации свободны), Закон о «СМИ» [5], «О свободе доступа к информации», «О защите профессиональной деятельности журналиста», «О рекламе», «Об авторском праве», «О защите чести, достоинства и деловой репутации», а также «Кодекса о выборах в Кыргызской Республике», который имеет прямое отношение к СМИ.

Вся история распространения информации, формирование информационного пространства во многом определяется развитием техники и технологий. Развитие письменности, изобретение печатного станка Гуттенбергом, появление азбуки Морзе, изобретение электричества, радио, телевидения, спутниковой и мобильной связи и, наконец, появление Интернета оказали колоссальное влияние, как на структуру, так и контент данного поля.

В настоящее время развитие информационного пространства связано со стремительным развитием интернет-СМИ, интегрирующими технические возможности интернета и традиционных медиа, отличающихся оперативностью в предоставлении информации для современной аудитории, формирующими информационное общество и повышающими гражданскую активность [1]. Традиционные средства массовой информации всегда являлись важнейшим информационным инструментом в общественно-политических процессах, но в последние годы эта роль все больше переходит к Интернет-ресурсам, что позволяет им позиционировать себя как полноценным СМИ, конкурируя с печатными изданиями, радио и телевидением, за право лидировать в различных рейтингах и как следствие, добиваться увеличения читательской аудитории.

Сегодня ведущие СМИ и информационные агентства «АКИ press», «Кабар», «Спутник», «24.kg» и

многие другие, активно работают в интернет-пространстве, в то время как печатным изданиям пришлось значительно сократить свои тиражи. Степень проникновения интернета является признаком экономического роста, гражданской активности, а также общественно-политической независимости общества.

Интернет не только представляет и предоставляет платформу для развития и деятельности средств массовой информации, он также синтезирует виды и жанры СМИ: лонгрид, артдок, сноуфол, фейк, фактчек. Подобная трансформация происходит в системе СМИ Кыргызстана, которая переживает очередной переходный этап своего развития, отличительной чертой которого является симбиоз традиционных СМИ и интернет-пространства [4].

Если взять, к примеру, Азаттык и АКИpress, которые активно формируют общественные настроения и гражданскую позицию, то они наладили обратную связь со своим читателем с помощью онлайн-комментариев, предоставляя возможность любому гражданину страны участвовать в создании видео и фотоматериалов. Эти издательства стараются проявлять независимость и честность при освещении событий. Этих же позиций придерживаются большинство других, функционирующих в республике и за ее пределами, интернет-ресурсов. Активно пользуются обратной связью с аудиторией, в том числе для создания собственного контента и освещения актуальных вопросов, такие Интернет-ресурсы как «Kloop. kg», «Kaktus.media», «SMI.kg».

Исходя из вышесказанного, можно сказать, что именно информационные ресурсы и инфраструктура, средства информационного взаимодействия являются главными элементами современного информационного пространства.

В свою очередь, для информационного пространства важны такие критерии как количественный и качественный рост информационных ресурсов – так, например, в настоящее время у нас официально зарегистрировано более 400 СМИ как государственных, так и частных средств массовой информации.

Изменились способы доставки информации и информационной инфраструктуры; произошло изменение видов информации, предоставляемой потребителям, вернее их трансформация из традиционных в мультимедийные; медиа позиционирование, направленное на формирование особого, отличного от других, образа СМИ и его контента, в сознании целевой потребительской аудитории.

Согласно данным исследования «Медиа пред-

почтения населения Кыргызстана (8 волна)», осуществленный фондом Сороса, в Кыргызстане активными пользователями сети являются 59% населения, причем в на севере республики доля пользователей выше, чем на юге (63% и 55% соответственно) [8]. Более 80% пользователей приходится на столицу республики город Бишкек и не менее 73% жителей областных городов активно используют интернет. В селах же процент пользователей составляет 52%. Уровень пользования сетью среди молодежи значительно выше, чем у людей более старшего возраста. Основным гаджетом при доступе к сети интернет, как в селах, так и в городах, является сотовый телефон (смартфон).

Использование домашних компьютеров, ноутбуков и других девайсов, составляет около 20%. Их используют, в основном, люди старшего поколения. Также, хотелось бы отметить, что число пользователей сети посредством кабельного и телефонного подключения домашних компьютеров на юге страны составляет всего 1%, против 25% в Бишкеке и 17% в Чуйской области.

Как показало исследование, активнее всего пользователи используют мессенджеры (59%), новостные интернет-ресурсы посещаются значительно реже (29%). WhatsApp мессенджер используют подавляющее количество пользователей (96%). Среди почтовых ресурсов лидируют Gmail (22%) и Mail.ru (70%), Google Chrome респонденты активно используют для поиска образовательной и научной информации (22%), новостной портал Super.kg пользуется популярностью среди новостных сайтов у кыргызоязычной аудитории (19%), для совершающих покупку/продажу в сети, наиболее актуален сайт Lalafo (38%). Более 46% населения являются активными пользователями социальных сетей.

Активными пользователями социальных сетей является молодежь, свыше 60% опрошенных в возрасте от 14 до 35 лет ежедневно посещают их платформы, в то же время, респонденты старшего возраста используют социальные сети гораздо реже (5%). Самыми посещаемыми социальными сетями в Кыргызстане являются Facebook (13%), Instagram (23%) и Одноклассники (35%)[8].

Современные технологии органично вписались и укрепились в жизни общества, сеть Интернет охватила весь цивилизованный мир, и Кыргызстан не стал исключением. Степень проникновения и освоения интернета в стране оказывает непосредственное влияние на формирование медиа предпочтений потенциальной аудитории [6].

Стремительное развитие технологий, расширяющих возможности доступа к актуальной информации, и влияние внешних факторов, постоянно меняют ситуацию на медиарынке. Огромный выбор медиаисточников открывающийся пользователям благодаря тому, что современные гаджеты и девайсы стали доступны и распространены в обществе.

Все изменения, происходящие на медиарынке, непосредственно влияют на изменение поведения медиа-аудитории. Трансформируются ценности и предпочтения, а соответственно и отношение к различным источникам информации и СМИ, в частности.

В данном случае, для понимания и восприятия постоянно изменяющейся на медиа-рынке ситуации, своевременным является проведение различных медиа-исследований, необходимых для эффективного развития его участников, а также для более эффективного управления и ценообразования в области рекламы [7].

В системе данных критериев информационное поле Кыргызстана характеризуется собственными особенностями: «зжатостью» дискурса трудности выбора пути и курса становления страны; концентрация интереса в вопросах государственной самоидентификации; желание мифологизировать и персонифицировать политику; высочайшая политизация общественного мнения [7].

С появлением и развитием социальных сетей, ухода СМИ в интернет-пространство гражданское общество получает возможность более активно участвовать в жизни государства, влияя на экономические и политические процессы, более открыто и оперативно высказывать свое мнение, комментируя ту или иную новость, оперировать фото и видео-фактами, привлекая внимание к проблемным вопросам.

Социальные сети помогают формировать общественное мнение, образуются группы по интересам, в том числе представляющие реальную силу, заставляя власть реагировать на послылы граждан. Яркий тому пример реакция государственных органов, в лице ГСБЭП при Правительстве Кыргызской Республики (финпол), начавшей досудебное производство, в ответ на заявления экс-сотрудника Генпрокуратуры, а ныне главы ГСБЭП Сыймыка Жапыкеева, разместившего в соцсетях видеообращение, в котором сообщил, что состояние депутата Жогорку Кенеша Кубанычбека Жумалиева оценивается в \$2,5 миллиарда, и что он его заработал сомнительным путем. Он также записал видеообращения о других политиках с призывом проверить законность приобретения имущества. На фоне борьбы с пандемией и самоизоляции граждан

страны, действующих режимов чрезвычайного положения и комендантского часа, эти заявления произвели эффект «разорвавшейся бомбы», вызвав широкий резонанс.

Особое значение в онлайн-СМИ, в отличие от традиционных, приобретает коммуникативная функция, успешно реализующая модель двусторонней связи. Аудитория сетевых СМИ не только получает информацию, но и становится полноправным участником в ее обмене в режиме реального времени. Дополнительные коммуникативные функции онлайн-ресурсов дают возможность пользователям комментировать те или иные материалы СМИ, участвовать в различных дискуссиях, опросах и рейтингах на актуальные темы [1]. Например, популярный Интернет-ресурс Kaktus.media периодически запускает опросы общественного мнения среди своей аудитории. Пользователи, в свою очередь, могут принимать участие в онлайн пресс-конференциях, задавая вопросы экспертам или журналистам. Первостепенным условием для реализации этого потенциала является доступ к Интернету и активная гражданская позиция.

Помимо активно развивающейся коммуникативной функции, интернет-СМИ также реализуют ценностно-регулирующую функцию, присущую СМИ в целом, обладая исключительными возможностями, благодаря своей интерактивности и эффективности [1].

Хотелось бы обратить внимание на такой вид интернет ресурса как форум, яркий пример которому Diesel.Elcat.kg. Рубрикация сайта дает возможность пользователям высказаться и обсудить различные стороны жизни общества. Начиная с достаточно серьезных рубрик, таких как «Политика и общество» с подрубкой «Мировая политика», и заканчивая всевозможными темами в рубрике «Флейм». Форум предоставляет площадку и для коммерческой деятельности. Как показывает практика, многие проблемы и вопросы, поднимаемые юзерами форума, приобретают общественный резонанс и могут влиять на принятие решений на государственном уровне.

Таким образом, открываются новые перспективы для всестороннего обсуждения актуальных вопросов и проблем, публичного дискурса между гражданами страны и представителями государственной власти. Но, как показывает практика, не все сетевые средства массовой информации реализуют данную функцию.

Резюмируя вышесказанное, можно сказать, что Интернет-ресурсы, позиционирующие себя как СМИ характерны официальный статус, выходные данные и

контакты, профессионализм сотрудников и качественный, регулярно обновляемый контент, массовый охват не только аудитории, но и ее интересов, достаточно высокая посещаемость, а также юридическая и профессионально-этическая ответственность за свою деятельность [7].

Интеграция СМИ и Интернета создала абсолютно новую систему, характеризующуюся техническими возможностями сети. Необходимо отметить стихийность появления и последующего развития Интернет-СМИ, и как результат, не достаточное теоретическое понимание данного феномена, не закрепленное законодательными актами и правами. Эти причины делают необходимым изучение тенденций развития Интернет-СМИ в условиях Кыргызстана [1].

Мы уже отмечали, что с переходом в Интернет, редакционная структура и политика СМИ, принципы вещания и сам контент, претерпели существенные изменения. С преобразованием жанровой палитры, в онлайн-СМИ появились новые рубрики, такие как мобильный репортер, народные новости, блоги, инфографика, интернет-маркет и т.д.

Благодаря политике цифровизации, сегодня наша страна характеризуется большим проникновением интернета. Даже отдаленные горные села подключились к глобальной сети, что позволило Интернету стать частью повседневной жизни граждан страны. Расширение территориального охвата интернет-провайдеров, способствует увеличению числа пользователей, а также увеличению количества локальных ресурсов в глобальной сети.

Если говорить об обществе в целом, то в последнее время подчеркивалась его активная роль в общественно-политических процессах в стране. Традиционным СМИ не всегда удавалось обеспечить полноценный диалог на качественном уровне, так как финансовое и политическое влияние государственных органов и структур становились препятствием проходимости общественного мнения в СМИ. В то же время, Интернет пространство считается высшей точкой демократизации средств массовой информации, играющим особую роль в формировании активного гражданского общества. Именно Интернет консолидирует новые медиа, гражданскую журналистику и блогосферу. Принципиальное отличие интернет-

СМИ от традиционных заключается, прежде всего, в отсутствии однонаправленности и использования принципа «от многих к многим», что делает их аудиторию огромной.

Изменения в информационное поле Кыргызстана несомненно вносят интернет-СМИ активизировавшие гражданское общество, предоставив свои платформы как для информационной деятельности организаций, так и гражданских активистов. Благодаря полученной информации, гражданский сектор имеет возможность формировать собственное представление о деятельности института президента и Жогорку Кенеша, политических партий, объединений и других политических институтов, а также социальной, экономической, культурной и других сферах жизни общества. Эти представления являются одним из основных факторов в привлечении массовой аудитории к активной гражданской позиции.

Именно Интернет-ресурсы являются площадкой для деятельности различных политических групп и сил, обеспечивая плюрализм мнений, свободу информационного выбора, который является неотъемлемой частью информационной безопасности, заполняя информационный вакуум. Определенные доверительные отношения между новыми медиа и аудиторией создает принцип «открытого, прямого диалога», а не «вещания с трибуны», что в очередной раз подтверждает концепцию, что основными направлениями развития информационного пространства являются именно онлайн-СМИ.

В то же время, не стоит забывать, что технические возможности Интернета, вкупе с отсутствием правового и законодательного регулирования этой сферы, создает определенные прецеденты для манипулирования информацией в обществе, порождая в том числе и фейковую информацию [1].

На самом деле, общество, в условиях как политической, так и экономической нестабильности, потенциальной угрозой конфликтной ситуации, связанной с межэтническими проблемами, объединенное эффективной деятельностью Интернет-СМИ, может быть более организованным и сплоченным, благодаря возможностям онлайн-СМИ, предоставляющим уни-

версальную платформу для мобилизации и объединения общественных идей и целей.

Литература:

1. Абдуваитова А.И. Развитие интернет-СМИ в Кыргызстане. Диссертационная работа магистранта программы «Цифровые медиа и межкультурная коммуникация». - Москва, МГУ. - 2012
2. Ибраева Г.К. Куликова С.В. История развития и современное состояние СМИ в Кыргызстане. - Б.: Салам, 2002. - 259с.
3. Торалиева Г.Т. Особенности развития парламентской журналистики в Кыргызстане. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. - Душанбе: ТНУ, 2013.
4. Абдикеримова Ж.Т. Основные этапы взаимодействия журналистики и власти в Кыргызстане. // Вестник КНУ им. Ж.Баласагына. - Бишкек, 2014. - Выпуск 5. - С.74-81
5. Закон КР «О СМИ» от 2 июля 1998 г. - №938-ХП.
6. Куликовский А.В. Современное информационное агентство в Кыргызстане: Учебно-методическое пособие. - Бишкек: КРСУ, 2014. - 56 с.
7. Абдикеримова Ж.Т. Развитие и совершенствование информационной политики – основа модернизации сферы государственного управления. //Научные исследования: от теории к пратике: Сборник материалов V Международной научно-практической конференции. Том I. - Чебоксары, 2015. - С. 34-36.
8. Медиа предпочтения населения Кыргызстана (8 волна). Исследование фонда Сорос Кыргызстан. [soros.kg › wp-content › uploads › 2017/12](http://soros.kg/wp-content/uploads/2017/12).
9. Интернет-СМИ. Теория и практика. / Под ред. Лукиной М. - М.: Аспект Пресс, 2010.