



М.А. Айдаркожин¹, М.Р. Муқанов², М.А. Болысбек³

^{1,2}Костанайская академия МВД РК им. Ш. Кабылбаева, Костанай, Казахстан

³Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан
(E-mail: aidarkozhin.m@gmail.com)

Особенности взаимодействия госорганов со СМИ в Казахстане и России

Аннотация. Несомненно, информация является одним из важнейших ресурсов, требуемого для эффективной жизнедеятельности общества, а новости и социальные сети играют все большую роль в политическом дискурсе. В связи с чем определяется важная роль СМИ, как инструмента сбора, обработки и распространения информации, и что более важно – формирования общественного мнения. По этой причине взаимодействие со СМИ для представителей власти имеет первостепенное значение при проведении государственных реформ и преобразований, которые сегодня происходят в нашей стране, в результате чего образуется особенный характер их взаимодействия.

В данной статье рассмотрены различные факторы, влияющие на взаимодействие государства со СМИ и определяющие их роль в формировании государственной политики. Акцент в данной статье делается больше на традиционные СМИ, как основного получателя государственного информационного заказа. В результате проведенного исследования определены ключевые проблемные вопросы в информационном пространстве РК и РФ, а также предложены рекомендации для более эффективного взаимодействия СМИ с государственным аппаратом.

Целью данного исследования является определение уровня вовлеченности СМИ в политические процессы Казахстана и России, а также их участия в пропаганде политических реформ и идеологии.

Ключевые слова: традиционные СМИ, социальные сети, информационная политика, медиатизация.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-6887/2023-144-3-119-128>

Поступила: 12.05.2022 / Принята к опубликованию: 10.07.2023

Введение

В настоящее время замечается преобладание новых медиа (интернет-ресурсов и социальных сетей) над традиционными СМИ (печатные издания, телеканалы и радио) в качестве основных ресурсов получения информации, в особенности среди молодого поколения. Тем не менее, государство

продолжает выделять средства на развитие традиционных СМИ в рамках размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики.

В данной статье больший упор сделан на телевидение т.к. согласно социологическому исследованию уровня удовлетво-

ренности населения освещением государственной политики оно является наиболее предпочитаемым и интересующим массы среди традиционных СМИ. Что касается печатных СМИ, то они отличаются тем, что в них больше всего присутствует аналитика. Однако в настоящее время в связи с непопулярностью печатных СМИ они перешли в онлайн-формат и публикуются на интернет-ресурсах. Радио является популярным среди автолюбителей, что означает его низкий охват аудитории, наряду с восприятием данного ресурса больше, как развлекательным инструментом нежели новостным.

Научная новизна данного исследования заключается в определении влияния новых политических и социальных изменений в Казахстане, а также преобразований в медиасфере на взаимодействие госорганов с представителями СМИ и населением.

Методы исследования

В ходе исследования были использованы методы анализа и синтеза, системный и сравнительный методы. Посредством анализа изучена и раскрыта структура информационной политики Республики Казахстан, а также механизм взаимодействия государственных органов и СМИ в рамках законодательной базы, в то время как синтез позволил систематизировать данные.

С помощью системного метода была изучена тесная взаимосвязь между традиционными СМИ и госорганами, в рамках которой происходит реализация государственной информационной политики.

С позиции сравнительного методов были изучены и сопоставлены рейтинги казахстанских и российских телеканалов в разрезе регионов Казахстана и их значимость в контексте идейно-политического просвещения.

Обсуждение и результаты

Взаимодействие государственных органов и СМИ имеет свои особенности, которые определяются такими факторами, как политическая система, правовые нормы, экономические и социальные условия, а также профессиональный уровень журналистов и медиаорганизаций.

В Казахстане органом, отвечающим за реализацию информационной политики, является Министерство информации и общественного развития (далее МИОР). Министерство занимается разработкой и реализацией государственной политики в сфере информации, поддержкой СМИ и культуры, защитой прав на информацию, а также регулирует деятельность СМИ в стране, число которых на сегодняшний день составляет 5 283. Из них периодических печатных изданий – 3715, телеканалов – 191, радио – 84, интернет-ресурсов – 536 [1].

Для осуществления деятельности в области информации в Министерстве имеется Департамент государственной политики в области СМИ, Комитет информации, а также подведомственные организации и компании – РГП «Центр анализа и информации», АО «Казтелерадио», ТОО «Управляющая компания «Қазмедиа орталығы». Наряду с этим, имеются государственные информационные агентства и ресурсы, находящиеся в собственности МИОР: АО «QazContent», ТОО «Республиканская газета «Egemen Qazaqstan», АО «Агентство Хабар», АО Республиканская Телерадиокорпорация «Qazaqstan», ТОО «Qazaq gazetteri».

В свою очередь, в Российской Федерации информационную политику реализует Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций, которая занимается регулированием СМИ, обеспечением доступа к информации, поддержкой культуры и образования в области информации и т.д. Количество СМИ в стране – 59 151, из которых периодических печатных изданий – 37 152, телеканалов – 2 269, радио – 2 485, интернет-ресурсов – 8 881 [2].

Кроме того, в России существует Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), которая отвечает за контроль и регулирование СМИ и интернет-ресурсов, а также за защиту детей от вредной информации. Также для осуществления деятельности в области информации в Министерстве имеются такие подведомственные организации,

как НТЦ «Атлас» и ФГУП «Центральный научно-исследовательский институт связи», который интегрирован в НИИ «Радио».

Для реализации информационной политики в Казахстане и России разработаны и приняты по 2 основных закона в медиасфере – о СМИ (в РК и РФ), доступе к информации (РК) и информации, ее защите и доступе к ней (РФ), которые способствуют взаимодействию органов государственной власти со СМИ и обществом. Эти законы регулируют деятельность СМИ, обеспечивают свободу слова и доступ к информации, защищают права граждан на конфиденциальность персональных данных, а также устанавливают ответственность за нарушение законодательства в сфере медиа. Так, Закон «О средствах массовой информации» в России и Казахстане регулирует порядок и принципы деятельности СМИ и журналистов, их взаимодействие с госорганами, а также предоставляет свободу слова [3], [4].

Наряду с этим, согласно Законам «О доступе к информации» и «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», пользователь информации (любое физическое или юридическое лицо, запрашивающее и (или) использующее информацию) имеет право свободно получать и распространять информацию любым не запрещенным законом способом. В свою очередь, госорганы, субъекты квазигоссектора и госорганы, обязаны предоставлять запрашиваемую информацию по запросу, за исключением информации, отнесенной к государственным секретам, личной, семейной, врачебной, банковской, коммерческой и иным охраняемым законом тайнам [5], [6].

Все это определяет характер взаимодействия государственных органов со СМИ. Тем не менее, если взглянуть на ситуацию глубже, на данные отношения оказывают влияние и другие факторы. При анализе информационного взаимодействия госорганов и госслужащих со СМИ отчетливо проявляется двойственная роль самих СМИ. С одной стороны, мы видим, что СМИ в силу своей природы включены в управленческий механизм

государственных структур. С другой, они ориентированы на удовлетворение информационных потребностей и интересов гражданского общества. Помимо этого, характер взаимоотношений СМИ с обществом и государством во многом определяется как особенностями нашего многонационального государства, так и особенностями конкретного региона. В последнем случае понимаются различия регионов в предпочтениях к определенным СМИ. Если смотреть в целом по Республике Казахстан, то по данным исследовательских компаний «TNS Central Asia» («Kantar») и «MediaData» наиболее популярными отечественными телеканалами (по рейтингу – TVR) являются «Qazaqstan», «Первый канал «Евразия», «КТК», «Хабар» и «Хабар 24» [7]. Однако, если смотреть по регионам, то, например, если в большинстве регионах Казахстана население отдает большее предпочтение телеканалу «Qazaqstan», то в северных регионах, где преобладающее население является русскоговорящим (в частности, в Акмолинской, Костанайской и Северо-Казахстанской областях), больше всего смотрят телеканал «Первый канал «Евразия». Это обосновывается его связью с «Первым каналом», который является одним из популярных телеканалов в России.

Кроме того, если взглянуть на рейтинг не только казахстанских телеканалов, а всех, транслируемых на территории страны, то мы увидим, что ТОП-5 заметно меняется. Телеканал «Qazaqstan» по-прежнему остается лидирующим, но в разрезе регионов он довольно сильно уступает российским телеканалам в центральной, восточной и, в особенности, в северной частях страны, что говорит о сильном влиянии российских СМИ в этих регионах, что, в свою очередь, может использоваться в рамках распространения зарубежной идеологии и влияния на население в целях дестабилизации политической и межнациональной ситуации (табл. 1 и табл. 2). В данном контексте возникает вопрос информационной безопасности, в особенности на фоне участившегося упоминания вопроса использования государственного языка в стране.

Таблица 1. ТОП-5 отечественных телеканалов в разрезе регионов¹

№	Телеканал	Астана	Алматы	Кокшетау	Ақтобе	Қунаев	Атырау	Уральск	Тараз	Қарағанды	Қостанай	Қызылорда	Ақтау	Туркестан	Павлодар	Петропавловск	Усть-Қамеунагорск	Шымкент	Талдықорған	Жезқазған	Ср. знач.	
1	Qazaqstan	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1
3	Первый канал Евразия	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2
2	КТК	6	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	5	3	2	3	3	3	3	3	3
4	Хабар	3	4	6	4	4	3	4	4	4	6	4	3	4	5	7	5	4	4	4	4	4
5	Хабар 24	4	5	5	6	7	6	6	5	5	5	7	7	6	4	5	6	7	7	5	5	6

^{1*}Данные по г. Семей в системе телеизмерений отсутствуют

Таблица 2. ТОП-5 телеканалов в разрезе регионов²

№	Телеканал	Астана	Алматы	Кокшетау	Ақтобе	Қунаев	Атырау	Уральск	Тараз	Қарағанды	Қостанай	Қызылорда	Ақтау	Туркестан	Павлодар	Петропавловск	Усть-Қамеунагорск	Шымкент	Талдықорған	Жезқазған	Ср. знач.	
1	Qazaqstan	1	4	5	1	1	1	1	2	4	5	1	1	1	4	8	4	2	1	1	1	2,5
3	РТР-Планета	2	1	1	3	2	6	2	1	1	1	5	4	10	1	1	1	1	2	3	3	2,5
2	Первый канал Евразия	4	6	4	2	4	5	4	5	6	4	2	2	3	5	5	6	5	4	2	2	4,1
4	НТВ Мир	7	2	2	5	3	4	3	3	2	2	6	6	19	2	2	2	3	3	4	4	4,2
5	КТК	11	7	6	4	6	2	5	6	7	7	3	5	5	7	7	8	6	5	5	5	5,9

^{1*}Данные по г. Семей в системе телеизмерений отсутствуют

Тем временем, стоит понимать, что общественное мнение становится все более активным и действенным регулятором происходящих политических процессов как в мире, так и в Казахстане и России. При этом СМИ не только отражают настроения общества, но и формируют общественное мнение. В результате чего, информационная сфера становится одним из важнейших объектов государственного управления, которая формируется государственной информационной политикой. В данном случае возможности государственной власти не ограничиваются только использованием эффективных информационных каналов, с помощью

которых она может разъяснять обществу свои решения, но и создавать обратную связь с обществом, которая позволяет слышать запросы различных социальных групп, анализировать и корректировать государственную информационную политику [8]. Здесь также и проявляется популяризация использования социальных медиа, посредством которых представителями власти проводится информирование населения. Так, сегодня политики активно используют социальные сети в рамках реализации концепции «Слышащее государства» с целью создания конструктивного диалога между гражданским обществом и

органами государственной власти. Яркими примерами использования соцсетей в Казахстане являются глава МРЦИАП Б. Мусин, государственный секретарь Е. Карин, и Глава государства К. Ж. Токаев, чей мобилограф стал обсуждаемой личностью, в России – помощник Президента М. Орешкин, глава Фонда прямых инвестиций К. Дмитриев, мэр г. Москва С. Собянин и др.

Также характер взаимодействия госорганов со СМИ определяется пониманием того, что государство не может проводить эффективную политику без оперативного освещения своей деятельности, а СМИ необходим беспрепятственный доступ к информации, имеющей государственную значимость. В данном случае возникает другая проблема – государственный информационный заказ.

СМИ оперативно освещают работу органов государственной власти, являясь при этом посредником между обществом и государством. В настоящее время, когда будущее власти во многом определяется общественностью, деятельность СМИ становится решающей. Лояльные масс-медиа становятся для государства одним из факторов стабильности, предоставляя ей право рассчитывать на политическое долголетие. Особое значение приобретает экономическая зависимость СМИ, в частности государственных, которая существенно влияет на их политическую ориентацию, при этом создавая риск проведения «слепой пропаганды», как часть отработки госинформзаказа. Кроме того, это создает коррупционный риск. В данном контексте вытекает общественное мнение, что государство использует СМИ в целях популяризации либо поддержания имиджа госоргана или политического деятеля, а также укрепления социального оптимизма граждан.

Отсюда вытекает новая проблема – большинство населения Казахстана и России не способно объективно фильтровать получаемую информацию и подвержено чрезмерному влиянию со стороны СМИ в виду отсутствия должного

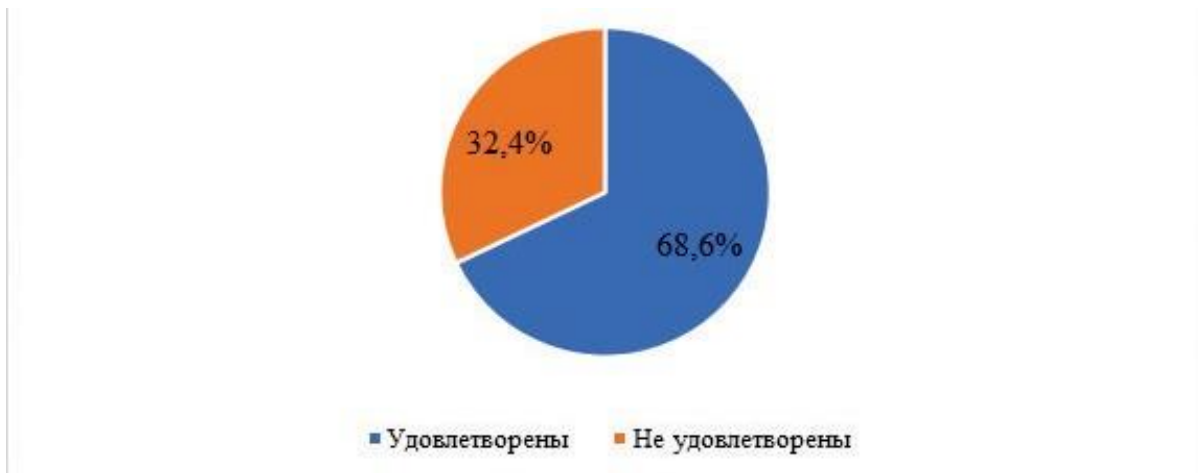
уделения внимания информационной образованности населения со стороны государства. Так, согласно социологическому опросу, упомянутому в начале работы, наблюдается отсутствие интереса к происходящим событиям и узкая ограниченность используемых источников информации, что как правило, не позволяет полноценно и многогранно анализировать информацию, что говорит о информационной неграмотности населения. К сожалению, часто наблюдается неспособность граждан к последовательной и рациональной оценке событий. Происходит стереотипизация образов, формируются ложные представления, основанные на резонансе и эмоциональных спекуляциях, что создает риск создания дестабилизирующей ситуации за счет манипулирования людьми.

Кроме того, ситуация ухудшается тем, что далеко не все работники СМИ понимают важность донесения корректной и правильной информации для населения, и в погоне за популярностью злоупотребляют искажением действительности.

Тем не менее, почти 70% казахстанцев в 2021 г. были удовлетворены освещением государственной политики страны в СМИ (диаграмма 1). Но при этом, около 60% опрошенных подтвердили, что процесс освещения имеет некоторые недостатки. Так, из данного числа 22% считают, что информирование было нечетким и противоречивым, а 38% – информации не поступает своевременно, ограничивая возможность вовремя реагировать на ситуацию [9].

При этом, многие эксперты (директор «Правового медиацентра» Д. Окремова, редактор сайта Tilshi A. Актилеу, медиаэксперт А. Джалилов и др.) считают, что госинформзаказ имеет больше негативное влияние для СМИ и выступают за его отмену, дав больше возможностей зарабатывать СМИ за счет рекламы. По их мнению, госинформзаказ создаёт дисбаланс на медиарынке. То есть демотивирует те СМИ, которые пытаются быть конкурентоспособными, развиваться, внедрять инновации и зарабатывать.

Диаграмма 1. Доля удовлетворенности проводимой информационной политикой в Казахстане



Как упоминалось ранее, госинформзаказ создает коррупционный риск, ставит СМИ в зависимость от государства, затормаживает развитие медиаконтента в связи с отсутствием здоровой конкуренции, в особенности для региональных СМИ, которые имеют меньше возможностей для монетизации. Однако, по мнению автора, его отмена не является наиболее оптимальным решением. Кроме того, посредством госинформзаказа государство продвигает идеи и проекты, которые, к сожалению, не интересуют коммерческие каналы (например, программы и документальные фильмы, направленные на продвижение семейных ценностей, гендерной политике, национальных и культурных ценностей и др.), что является крайне важным в развитии общества.

Если говорить о рекламе, то сегодня компетентные органы испытывают трудности из-за того, что, с одной стороны СМИ просят уменьшить ограничения на публикацию рекламы в целях получения большего заработка, что поможет им в развитии. С другой стороны, население в лице потребителей жалуется на большое количество рекламы, несмотря на ее сокращение. В данном случае, снять ограничения на публикацию рекламы можно при сопровождении данной процедуры с введением премиумных подписок, оплатив которую, для зрителя

будет вырезаться реклама. Однако, это скорее вызовет еще больше проблем. В связи с нынешней экономической ситуацией и повсеместным использованием «пиратской» продукции в сети интернет немногие согласятся платить за подписку, а немногие из тех, кто в принципе не против данной процедуры, предпочтут перейти на зарубежные стриминговые платформы, т.к., к сожалению, контент на отечественных телеканалах уступает зарубежным. Также можно ввести дифференциацию в участии рекламного рынка – чем больше организация получает государственный заказ, тем меньше ей разрешено привлекать рекламу. Тем не менее, вводить данные изменения следует после решения проблем с нарушением авторского права и развития отечественного медиаконтента.

Таким образом, отказаться от госинформзаказа мы покамест не можем. Более того, по мнению автора, госинформзаказ положительно влияет как на развитие СМИ, так и общество страны. Нужно лишь обратить внимание на его модернизацию.

Во-первых, нужно сделать процедуру получения госинформзаказа более прозрачным, акцентировав внимание на открытой подотчетности медиа агентств перед профильным Министерством, а его, в свою очередь, перед населением. Многие из недовольных госинформзаказом видят проблему в этом. Публикация документа, в

котором показывалось бы, какое СМИ и на что потратило выделенные средства решило бы данную проблему, при этом исключив риск возможной коррумпированности госорганов и СМИ.

Во-вторых, следует уделить внимание развитию региональных СМИ. Опираясь на рейтинги, конечно, можно сделать выводы, что они далеки от республиканских СМИ. Тем не менее, региональные СМИ также имеют некоторое влияние в своих регионах ввиду их узкой направленности в соответствии с особенностями каждого региона. Оказание помощи в развитии региональных СМИ в рамках госинформзаказа (материально-техническое обеспечение, подготовка кадров и др.) позволит учитывать особенности регионов для реализации информационной политики и продвижению идеологии.

В-третьих, нужно больше вести работу в продвижении идеологии. Сейчас наблюдается перенасыщение политического контента и следует сделать акцент на ее качестве, нежели на количестве и увеличить количество материалов, направленных на развитие культуры. Как отмечалось ранее, в плане коммерции, телеканалы не заинтересованы в создании информационных продуктов на такую тематику. В этом плане, государству следует не просто финансировать такие тематические проекты, но и проводить работу со студиями по организации более интересного контента для населения, чтобы в будущем студии сами были заинтересованы в создании таких проектов. Вместо информационно-аналитических программ, на которые сегодня делается упор, примером может стать создание сериальной продукции, которая на сегодняшний день является действенным инструментом продвижения идеологии и культурных ценностей в США, Южной Корее, Японии, странах Европы и др.

В-четвертых, следует активно проводить работу в сфере информационного образования населения, обучать распознавать фейки и анализировать. Кроме того, для достижения большего успеха следует также повышать профессионализм журналистов и создания у них понимания важности правильного

донесения информации. Многие СМИ чаще всего занимаются ретрансляцией и описанием каких-то событий, не пытаются разобраться в причинно-следственных связях, и не стараются сравнивать кейсы, прогнозировать события и явления. Это мешает формировать у аудитории более глубокий взгляд на события, а также критическое и аналитическое мышление. В решении данной проблемы положительным является укрепление сотрудничества между МИОР РК и Internews.

Заключение

Таким образом, взаимоотношения государственной власти и СМИ весьма многоплановы и имеют ряд проблем, которые предстоит решить. При этом, невозможно игнорировать роль СМИ, как инструмент информационного воздействия, в котором они выступают посредниками между обществом и государством. В данном контексте они играют посредническую роль как представители и защитники интересов общества перед властью, являясь важнейшим институтом гражданского общества. Для представителей власти данные взаимоотношения дают возможность активно поддерживать стабильность в обществе и в государстве, что в свою очередь гарантирует их собственную стабильность, в то время как для СМИ это позволяет им быть максимально полезными для аудитории, при этом осуществляя контролируемую функцию. Так, при помощи СМИ государство имеет возможность посредством эффективного информирования населения о целях и ценностях своей политики формировать здоровые отношения с общественностью, определять их настроения, касающиеся тех или иных реформ, поддерживать авторитет своей политики и власти, продвигать ценности и традиции. Иначе говоря, СМИ являются мощнейшим инструментом целенаправленного конструирования политических порядков, средством выстраивания необходимых власти связей и отношений с общественностью [10, с. 42]. И для более успешного и эффективного

взаимодействия государственных органов со СМИ следует обратить внимание на создание более прозрачной среды в распределении государственных бюджетных средств в рамках осуществления государственного информационного заказа, оптимизировать данные траты; акцентировать внимание на развитии региональных СМИ для реализации информационной политики, учитывая важные региональные особенности и различия населения; делать упор больше на образовательные и просветительские проекты в сфере СМИ, при этом создавая выгоду для СМИ самим создавать такие

продукты; проводить работу по ликвидации информационной неграмотности населения и готовить квалифицированных работников в сфере СМИ, понимающих важность предоставления населению качественной, полноценной и объективной информации.

Финансирование

Данное исследование финансировалось Комитетом науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан.

(Грант № AP15473291).

Список литературы

1. СМИ // Официальный сайт Комитета информации МИОР РК. [Электрон. Ресурс.]. – 2022. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/activities/145?lang=ru> (дата обращения: 21.10.2022).
2. Статистическая информация // Официальный сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций РФ [Электрон. Ресурс.]. – 2022. – URL: <https://rkn.gov.ru/mass-communications/smi-registation/p885/> (дата обращения: 21.10.2022).
3. Закон «О СМИ». ИПС «Әділет». [Электрон. Ресурс.]. – 2022. – URL: https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z990000451_ (дата обращения: 21.10.2022).
4. Закон «О СМИ». ИПП «Гарант». [Электрон. Ресурс.]. – 2022. – URL: <https://base.garant.ru/10164247/> (дата обращения: 21.10.2022).
5. Закон «О доступе к информации». ИПС «Әділет». [Электрон. Ресурс.]. 2022. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1500000401> (дата обращения: 21.10.2022).
6. Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». ИПП «Гарант». [Электрон. Ресурс.]. – 2022. – URL: <https://base.garant.ru/12148555/> (дата обращения: 21.10.2022).
7. Телеизмерения в реальном времени // Официальный сайт Комитета информации МИОР РК. [Электрон. Ресурс.]. – 2022. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/page/top10frame?lang=ru> (дата обращения: 30.10.2022).
8. Богомолова Е. Г. Особенности взаимодействия органов государственной власти и средств массовой информации // Ученые записки Тамбовского отделения РoCМУ. – 2013. – №1.
9. Краткая справка по результатам социологического исследования «Уровень удовлетворенности населения освещением государственной политики в сми, 2021 г.» // Официальный сайт Комитета информации МИОР РК. [Электрон. Ресурс.]. – 2021. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/documents/details/356953?lang=ru> (дата обращения: 02.11.2022).
10. Харламова Ю. О. Сми как инструмент реализации государственной политики // Власть. – Москва, 2012. – № 8. – С. 41-45.

М.А. Айдаркожин¹, М.Р. Муканов², М.Ә. Болысбек³

^{1,2}ҚР ПИМ Ш. Қабдыбаев атындағы Қостай академиясы, Қостанай, Қазақстан

³Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

Қазақстан мен Ресейдегі мемлекеттік органдар мен БАҚ-тың өзара әрекеттесу ерекшеліктері

Андатпа. Ақпарат қоғамның тиімді жұмыс істеуі үшін қажетті ең маңызды ресурстардың бірі болып табылады, ал жаңалықтар мен әлеуметтік желілер саяси дискурста өсіп келе жатқан

рөл атқарады. Осыған байланысты бұқаралық ақпарат құралдарының маңызды рөлі ақпаратты жинау, өңдеу және тарату, одан да маңыздысы, қоғамдық пікірді қалыптастыру құралы ретінде айқындалады. Осы себепті, бүгінгі күні біздің елімізде болып жатқан мемлекеттік реформалар мен қайта құруларды жүзеге асыруда мемлекеттік қызметкерлердің бұқаралық ақпарат құралдарымен өзара іс-қимылы ерекше маңызға ие, соның нәтижесінде олардың өзара іс-қимылының ерекше сипаты қалыптасады.

Бұл мақалада мемлекеттің бұқаралық ақпарат құралдарымен өзара әрекеттестігіне әсер ететін және олардың мемлекеттік саясатты қалыптастырудағы рөлін анықтайтын әртүрлі факторлар талқыланады. Бұл мақалада мемлекеттік ақпараттық тапсырыстың негізгі алушысы ретінде дәстүрлі БАҚ-қа көбірек мән берілген. Зерттеу нәтижесінде Қазақстан Республикасы мен Ресей Федерациясының ақпараттық кеңістігіндегі негізгі проблемалық мәселелер айқындалып, бұқаралық ақпарат құралдары мен мемлекеттік аппараттың өзара тиімді әрекеттесуі бойынша ұсыныстар жасалды.

Бұл зерттеудің мақсаты БАҚ-тың Қазақстанның және Ресейдің саяси процестеріне қатысу деңгейін және олардың саяси реформалар мен идеологияны ілгерілетуге қатысуын анықтау болып табылады.

Түйін сөздер: дәстүрлі медиа, әлеуметтік желілер, ақпараттық саясат, медиатизация.

M.A. Aidarkozhin¹, M.R. Mukanov², M.A. Bolysbek³

^{1,2} *Kostanay Academy of the MIA of the Republic of Kazakhstan named after Sh. Kabyibaev, Kostanay, Kazakhstan*

³ *L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan*

Features of interaction between government agencies and the media in Kazakhstan and Russia

Abstract. Undoubtedly, information is one of the most important resources required for the effective functioning of society, and news and social networks play an increasing role in political discourse. In this connection, the important role of the media is determined as a tool for collecting, processing, and disseminating information, and more importantly, the formation of public opinion. For this reason, interaction with the media for government officials is of paramount importance in carrying out state reforms and transformations that are taking place in our country today, as a result of which a special nature of their interaction is formed.

This article discusses various factors that influence the interaction of the state with the media and determine their role in the formation of state policy. The emphasis in this article is more on traditional media as the main recipient of the state information order. As a result of the study, key problematic issues in the information space of the Republic of Kazakhstan and the Russian Federation were identified, and recommendations were made for more effective interaction between the media and the state apparatus.

The purpose of this study is to determine the level of involvement of the media in the political processes of Kazakhstan and Russia, as well as their participation in the promotion of political reforms and ideology.

Keywords: traditional media, social networks, information policy, mediatization.

References

1. SMI, Komitet informatsii MIOR RK [SMI, Committee of Information of the Ministry of Information and Social Development of the Republic of Kazakhstan]. Available at: <https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/activities/145?lang=ru> [in Russian]. (accessed 21.10.2022).
2. Statisticheskaya informatsiya, Federalnaya sluzhba po nadzoru v sphere svyazi, informatsionnyh tekhnologij i massovyh kommunikatsij [Statistical information, The Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media of Russian Federation]. Available at <https://rkn.gov.ru/mass-communications/smi-registation/p885/> [in Russian]. (accessed 21.10.2022).
3. Zakon «O SMI», IPS «Adilet» [«On Mass Media», LIS «Adilet»]. Available at: https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z990000451_ [in Russian]. (accessed 21.10.2022).
4. Zakon «O SMI», IPP «Garant». [«On Mass Media», LIS «Garant»]. Available at: <https://base.garant.ru/10164247/> [in Russian]. (accessed 21.10.2022).

5. Закон «О доступе к информации», ИПС «Adilet» [«On access to information», LIS «Adilet»]. Available at: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1500000401> [in Russian]. (accessed 21.10.2022).
6. Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». ИПП «Garant». [«On information, information technologies and information protection», LIS «Garant»]. Available at: <https://base.garant.ru/12148555/> [in Russian]. (accessed 21.10.2022).
7. Teleizmereniya v realnom vremeni, Komitet informatsii MIOR RK [TV measurements in real time, Committee of Information of the Ministry of Information and Social Development of the Republic of Kazakhstan]. Available at: <https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/page/top10frame?lang=ru> [in Russian]. (accessed 30.10.2022).
8. Bogomolova E. G. Osobennosti vzaimodejstviya organov gosudarstvennoj vlasti i sredstv massovoj informatsii [Features of interaction between public authorities and the media], uchenye zapiski Tambovskogo otdeleniya RoSMU [Scientific notes of the Tambov branch of RoSMU]. 2013. No.1, [in Russian].
9. Kratkaya spravka po rezul'tatam sotsiologicheskogo issledovaniya «Uroven' udovletvorennosti naseleniya osvescheniem gosudarstvennoj politiki, 2021 g.», Komitet informatsii MIOR RK [Brief information on the results of the sociological study «The level of satisfaction of the population with the coverage of state policy in the media, 2021 y.», Committee of Information of the Ministry of Information and Social Development of the Republic of Kazakhstan]. Available at: <https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/documents/details/356953?lang=ru> [in Russian]. (accessed 02.11.2022).
10. Kharlamova U. O. SMI kak instrument realizatsii gosudarstvennoj politiki, [Media as a tool for implementing state policy] Vlast' [Power]. 2012. No.8. P. 41-45, [in Russian].

Сведения об авторах:

Айдаркожин Мыхтыбек Абаевич – Қазақстан Республикасы ІІМ Ш. Қабылбаев атындағы Қостанай академиясының қылмыстық-атқару құқығы кафедрасының ассистенті, Қостанай, Қазақстан.

Муканов Малик Рсбаевич – Ph.D., Қазақстан Республикасы ІІМ Ш. Қабылбаев атындағы Қостанай академиясының қылмыстық-атқару құқығы кафедрасының бастығы, Қостанай, Қазақстан.

Болысбек Мухаммед Әбдішімұлы – постдок, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан.

Aidarkozhin Mykhtybek Abayevich – assistant of the Department of Penal Enforcement Law of the Kostanay Academy of the MIA of the Republic of Kazakhstan named after Sh. Kabylybaev, Kostanay, Kazakhstan.

Malik Mukanov Rsbavich – Ph.D., Head of the Department of Penal Enforcement Law of the Kostanay academy of the MIA of the Republic of Kazakhstan named after Sh. Kabylybaev. Kostanay, Kazakhstan.

Bolysbek Mukhammed Abdiashimuly – Postdoc, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.