

ӘОЖ 316.42:004.738.5(574)

**ҚАЗАҚСТАНДЫҚ АҚПАРАТ КЕҢІСТІГІНДЕГІ ЖАҢА АЛАНДАРДЫҢ  
ӘЛЕУМЕТТІК ҚЫРЫ**

**Армангүл Тоқтамұрат**

Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,  
6М050100-«Әлеуметтану» мамандығының 1-курс магистранты  
Ғылыми жетекші - Смағамбет Б.Ж., ә.ғ.к, доцент

Жаһандық медиа нарығындағы өзгерістер Қазақстан қоғамында да тиісті деңгейде көрініс тауып отыр. Дәстүрлі масс-медиамен қатар жаңа медианың да қоғамдық пікірді қалыптастырудағы ықпалы күшейіп келеді. Бұл - ақпарат кеңістігінде жаңа алаңдардың қалыптасуына алғышарт.

Қазақстан Республикасының ақпарат және қоғамдық даму министрлігінің ресми деректеріне сәйкес, елімізде 2763 қолданыстағы БАҚ тіркелген. Олардың – 86% – баспа БАҚ, 11% – электрондық БАҚ, 3% – ақпараттық агенттіктер. Қазақстанда 1156 газет және 1269 журнал жұмыс істейді. Сондай-ақ, 285 электрондық бұқаралық ақпарат құралы тіркелген,

олардың ішінде телерадиокомпания – 169 (108 – телекомпания және 61 – радиокомпания), кабелдік оператор – 108 және спутниктік хабар тарату операторы – 8 [1] Бұлардан бөлек түрлі интернет сайттары да қызмет жасап тұр. Атап айтқанда, тек қана Zero.kz рейтингіне 4035 сайт қатысуда. Бұл рейтингке қатыспайтын сайттардың да мол екенін ескерсек, елде тіркелген сайттардың нақты санын анықтау күрделі. ҚР Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі 2016 жылдан бері БАҚ туралы ресми статистика жариялаған жоқ. Сәйкесінше, жаңа медиа платформаларының нақты саны белгісіз.

Сондай-ақ, әлеуметтік желілер мен мессенджерлердің ықпалы да артуда. «АСТ Kazakhstan» компаниясының зерттеу нәтижелеріне сүйенсек, қазақстандықтардың 70% әлеуметтік желілерді жиі тұтынады. Тек 30% ғана әлеуметтік желілерге назар аудармайды. Әлеуметтік желілерді қолдану деңгейі тұрғысынан елорда бірінші орында. Астаналықтардың 88% әлеуметтік желілерді жиі қолданады. Ең төменгі көрсеткіш Шымкент қаласында тіркелген. Ондағы тұрғындардың 61% ғана әлеуметтік желілерді пайдаланатыны белгілі болды. [2] Әлеуметтік желілерді ерлерден гөрі, әйелдердің көбірек қолданатыны да анықталды. Әйелдердің үлесі - 55%, ерлердің үлесі - 45%. Қала тұрғындары ауылдық жерлердің азаматтарына қарағанда, әлеуметтік желіде әлдеқайда белсенді. Қалалықтардың 76% әлеуметтік желілерді пайдаланса, ауылдықтардың 61% әлеуметтік желілерді қолданады.

Қазақстандағы ең танымал әлеуметтік желілерге келсек, бірінші орында - ВКонтакте. Қазақстандықтардың 43% осы желіні қолданады. Одан соң 34% көрсеткішпен Одноклассники желісі, 31% - Instagram, 21% - Мой Мир, 19% - Facebook, 5% - Twitter желісі тұр. [3] Бірақ, бұл зерттеуде мессенджерлердің үлесі көрсетілмеген. Атап айтқанда, Whatsapp және telegram мессенджерлерінің ықпалы да артып келеді. Әсіресе, Whatsapp арқылы негізсіз және фейк ақпараттар көбірек тарауымен ерекшеленсе, telegram мессенджерін билікке оппозициялық ұстанымдағы кейбір топтар қолданып отыр.

Жалпы алғанда, Қазақстанның ақпарат кеңістігінде дәстүрлі және жаңа медианың өзара бәсекесі жаңа ақпараттық алаңдарды қалыптастыруда. Дегенмен, қазақстандық медиа кеңістіктің өзіндік ерекшеліктері де бар. Әсіресе, қоғамға ықпал ету үлесі тұрғысынан дәстүрлі БАҚ пен жаңа медианың арасында айтарлықтай алшақтық бар. Дәстүрлі БАҚ доминант кеңістік «тарыла» түсуде. Қазақстанда қазақ тілінде жарық көретін ірі газеттердің саны 10-ға жуық. Олардың ішінде тиражы 100 мыңнан асатыны - «Егемен Қазақстан» газеті ғана. Ал, электронды масс-медиаға келсек, олардың рейтингі коммерциялық сұраныстарға сай жасалады. Мәселен, елдегі бірден бір рейтинг жасаушы «TNS Central Asia» компаниясы көбіне пиплметр қолданады. Телеарналар рейтингін анықтау үшін аталған компания елімізде 1005 үй шаруашылығына немесе отбасыға пиплметр орнатқан. Аталған құрылғылар арқылы зерттеуге 2750 респондент қатысады. Зерттеуге тұрғындарының саны 100 мыңнан асатын қалалар мен елді мекендер тартылады. Компанияның дерегі бойынша бұл зерттеуге Алматы қаласынан 217 отбасы, Нұр-сұлтаннан 112 отбасы, Ақтаудан 21, Ақтөбеден 48, Атыраудан 24, Қарағандыдан 69, Көкшетаудан 21, Қостанайдан 33, Қызылордадан 25, Павлодардан 50, Петропавлдан 34, Рудныйдан 20, Семейден 40, Талдықорғаннан 17, Тараздан 42, Теміртаудан 27, Түркістаннан 12, Оралдан 38, Шымкенттен 87, Екібастұздан 20 үй шаруашылығы қатысады. [3] Яғни елдегі телеарналар рейтингі осы құрылғылар арқылы өлшеніп жатыр. Алайда, осынау деректерден аталған рейтингтің объективтілігіне қатысты күмән тудыратын мәселелерді байқауға болады.

Біріншіден, пиплметрлер орналастырылған отбасы немесе үй шаруашылықтарының әлеуметтік құрылымы анық емес. Қай әлеуметтік топтардың өкілі зерттеуге қатысып жатыр, ұстанымдары қандай, оған нақты жауап жоқ.

Екіншіден, тұрғындарының саны 1 млн-нан асатын үш қалада орналастырылған пиплметрлер саны әртүрлі. Алматыда 217 отбасыға құрылғы берілсе, зерттеуге Астанадан 112, Шымкентте 87 отбасы қатысады. Зерттеу объективті болуы үшін аталған үш қаладағы құрылғылардың саны бірдей немесе бір-бірінен тым алшақ болмағаны керек. Алматы мен Нұр-сұлтанның айырмашылығы екі есеге жуық, Алматы мен Шымкенттің айырмашылығы

үш есеге жақын. Демек, бірден осы тұста қате ақпарат беріледі. Үш қаладағы контингент үш түрлі. Шымкент қаласында мемлекеттік тілге сұраныс мол болуы мүмкін. Нұр-сұлтанда екі тілге де сұраныс бар. Одан бөлек, Түркістан облысында халқының саны 100 мыңнан асатын екі қала бар. Бірі – Түркістан, екіншісі – Кентау. Бірақ, Түркістан облысынан зерттеуге тек Түркістан қаласы ғана енген. Кентау қаласына бірқатар елді мекендер қосылған соң тұрғындарының саны 97 мыңнан 198 мыңға жетті. Маңғыстау облысында халқының саны 100 мыңнан асатын екі қала бар. Ақтау және Жаңаөзен. Зерттеуде екіншісі жоқ. Қарағанды облысында халқының саны 100 мыңға жақындаған, дәлірек айтқанда 90 мыңға жеткен Жезқазған қаласы бар. Қасында 70 мың тұрғыны бар Сәтпаев қаласы тұр. Екеуінің арасы 24 шақырым ғана. Бірақ, олар зерттеуге қатыстырылмаған. Мұның өзі рейтинг мәселесінде нақты дерек алу мүмкін емес екендігін көрсетеді. Айталық, тұтас Қарағанды облысы халқының саны 1 млн 380 мың шамасында. Бұл аймақта 96 отбасында зерттеу құрылғысы тұр. Түркістан облысының халқы 1 млн 961 мың. Онда 12 отбасында ғана арнайы құрылғылар бар. Шымкент қаласын қоссаңыз өңірде зерттеуге қатысып жатқан отбасылардың саны 99 ғана болады. Ал жалпы халық саны 3 млн-ға жуықтайды. [4] Қарағанды облысынан екі есе көп. Демек, зерттеу жасау барысында ұлттық ерекшелік, өңірлердегі тұрғындар саны ескерілмей отыр деген сөз. Павлодар облысына жалпы саны 70 отбасы зерттеуге тартылған. Ал халқының саны Түркістан облысынан екі жарым есе аз, Шымкенттен қосқанда үш есе аз. Міне, бұл деректердің өзі БАҚ-тың ықпалы, қоғамдағы рөлі сияқты мәселелерді анықтаудың күрделі екендігін байқатады. Өйткені, телеарналар рейтингтерінде ағаттық бар.

Ал, сайттар мен әлеуметтік желілерге келсек, олардың нақты ықпалы толық зерттеле қойған жоқ. Әсіресе, ВКонтакте желісінің ықпалы айқын емес. Аталған желіде пронография да, ұлтаралық кикілжің тудыратын контент те, діни контент те мол. Жасөспірімдерді суицидке итермелейтін бірқатар онлайн ойындар да аталған желі арқылы тараған. Қазақстандағы бірқатар этникалық топтар бұл желі арқылы радикалды топтармен байланыс құратыны байқалған еді. Атап айтқанда, «Исламское движение Узбекистана» атты радикалды топ мүшелерімен қазақстандық өзбек ұлтының өкілдері осы ВКонтакте желісі арқылы байланыс құрады. Сол сияқты күрд ұлтының өкілдері де осы желі арқалы «Күрдістан жұмысшы партиясының» идеяларымен танысатыны байқалған. Демек, жаңа медиа алаң ретінде әлеуметтік желілердің ықпалын, әлеуметтік қырын анықтау өте өзекті болып отыр.

Сонымен қатар, қоғамдық тұрақтылыққа ықпал ету тұрғысынан да әлеуметтік желілер мен мессенджерлерді назардан тыс қалдырмау керек. Сондай-ақ, жалпы масс-медияның негативті ықпал ету мүмкіндігі де зерттелуі қажет. Батыс елдерінде бұл бағытта нақты зерттеулер жасалған. Мәселен, өткен ғасырдың 80-ші жылдарында АҚШ та түрмеде отырғандар арасында әлеуметтанулық зерттеу жүргізілген. Зерттеу нәтижесіне сүйенсек, сол жылдары түрмеде отырған америкалықтардың 60% қылмысқа өздері телеарналардан көрген фильмдердің әсерінен барғаны белгілі болыпты. Ал сотталғандардың 22% қылмыс жасау барысында фильм кейіпкерлерінің тәсілдерін қолданғандарын мойындаған. Яғни, фильмдер адам өлтіру, ұрлық, қарақшылық жасау сияқты қылмыстарды «тәлімгер» рөлін атқарған. Ал Оңтүстік Африка мен Канаданың 70 жылдарға дейін теледидарға қол жеткізе алмаған кейбір аудандарында жасалған зерттеулер теледидар қолжетімді болғаннан кейінгі 3-8 жыл ішінде аталған өңірлерде жасөспірімдер қылмысы 2 есе өскенін көрсеткен. Бір сөзбен айтқанда, масс-медиа тек жағымды ақпараттар ғана таратып, бұқараға жаңалықтар ғана деткізуші құрал болудан шығып кеткен жайы бар.

Сонымен, заманауи масс-медиа біртекті емес. Интернет кеңістігіндегі өнімдерді бақылау қиын. Тиісті құрылымдар болмаса, қарапайым адам интернеттің оң-кері тұстарын толық біле қойған жоқ. Әрі интернетте дәстүрлі БАҚ-қа балама болатын ресурстар өте көп. Олар қылмысты насихаттайды, суицидке шақырады, экстермистік идеологияны таратып, террористер қатарына қосылуға үндейді. Яғни, масс-медиа сан қырлы болып отыр. Оның теріс ықпалынан, әсіресе, балалар көп зарап шегетінін зерттеулер көрсетіп отыр.

Бір сөзбен айтқанда, отандық медиа кеңістіктің қоғамдық санаға ықпалы, қоғамдық пікір қалыптастырудағы рөлі біздің елде айқындала қоймаған. Масс-медияның әлеуметтік шиеленіс туғызу мүмкіндігі, қоғамға жаңа идеялар мен тың ойлардың, бизнес-кейстердің тарауына ықпал ету деңгейі сынды өзекті құбылыстар ғылыми сараптаманы талап етеді.

### ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Қазақстандағы тіркелген БАҚ саны, ҚР Ақпарат және қоғамдық даму министрлігінің ресми сайты <http://mic.gov.kz/kk/pages/kazakstandagy-tirkelgen-bak-sany>
2. Итоги опроса: соцсетями пользуются 70% казахстанцев <https://informburo.kz/novosti/itogi-oprosa-socsetyami-polzuyutsya-70-kazahstancev.html>
3. Итоги опроса: соцсетями пользуются 70% казахстанцев <https://informburo.kz/novosti/itogi-oprosa-socsetyami-polzuyutsya-70-kazahstancev.html>
4. «TNS Central Asia» компаниясы жүргізген зерттеу нәтижелер [http://www.tns-global.kz/ru/project/project\\_tv\\_ppm\\_panel.php](http://www.tns-global.kz/ru/project/project_tv_ppm_panel.php)
5. Қазақстан халқының ресми саны, ҚР Ұлттық Экономика министрлігі статистика комитеті <http://stat.gov.kz>
6. Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің хабаршысы. ЖУРНАЛИСТИКА сериясы. № 2 (123) 27.03.2018 жыл <http://www.enu.kz/downloads/materials2/2-123-2018-vestnik-zhurnalistika.pdf>