



DEPARTMENT OF
POLITICAL SCIENCE

FOUNDED 1999

Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева
Факультет журналистики и политологии
Кафедра политологии

**ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ҚОҒАМНЫҢ
ӘЛЕУМЕТТІК-САЯСИ МОДЕРНИЗАЦИЯСЫ:
ПЕРСПЕКТИВАЛАР МЕН СЫН-ҚАТЕРЛЕР**

Х-шы Халықаралық ғылыми-практикалық
конференция материалдары
5 мамыр 2020 ж.

**СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ
КАЗАХСТАНСКОГО ОБЩЕСТВА:
ПЕРСПЕКТИВЫ И ВЫЗОВЫ**

Материалы X-Международной
научно-практической конференции
5 мая 2020 г.

Нур-Султан, 2020

УДК 327(063)
ББК 66.4 (0)
С 69

Редакционная коллегия:

Доктор политических наук, профессор **Р.А. Нуртазина**, Казахстан
Доктор политических наук, профессор **Е.В.Матвеева**, Россия
Доктор политических наук, профессор **Хасан Язиджы**, Турция
Депутат VI Созыва Палаты представителей Национального собрания
Республики Беларусь – **Жданович Павел Леонидович**

Организационный комитет конференции: E-mail: polscience323@gmail.com

Информация о конференции на сайте: enu.kz

Рыстина И.С. – доктор PhD, доцент, зав.кафедрой политологии

Копежанова Д.Е.- доктор PhD, доцент кафедры политологии

Болатулы Нуржан – преподаватель кафедры политологии

«Социально-политическая модернизация казахстанского общества: перспективы и вызовы».

Сборник материалов X- Международной научно-практической конференции. (5 мая 2020 г) – Нур-Султан, ЕНУ им. Л.Н. Гумилева.

ISBN 978-601-337- 131-3

Сборник материалов международной научно-практической конференции содержит тезисы докладов преподавателей, докторантов PhD, магистрантов в области политических наук. Основная тематическая направленность дискуссионных вопросов отражает аспекты реализации социальной политики государства в условиях глобализации, актуальные проблемы политической науки, философии Абая Кунанбаева в современных социально-политических реалиях, волонтерства в контексте формирования гражданского общества и реализация программы «Рухани жанғыру», как новые тренды духовного обновления нации.

В докладах сохранен авторский стиль. Материалы сборника предназначены для широкого круга научной и научно-педагогической общественности, могут быть использованы в теории и практике прикладной политологии и международных отношений.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение закона об интеллектуальной собственности несут авторы публикаций.

ISBN 978-601-337- 131-3

© Кафедра политологии
ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, 2020.

УДК 323/324

*Щегорцова Анастасия Геннадьевна,
докторант 2 курса (PhD) кафедры политологии,
факультета журналистики и политологии,
Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева,
a.schegortsova@election.gov.kz,
г. Нур-Султан, Казахстан.*

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ ТЕНДЕНЦИЙ НА РАЗВИТИЕ МАСС-МЕДИА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Аннотация.

Важнейшей особенностью современных масс-медиа является их зависимость от развития информационных технологий и технического прогресса в целом. В этой связи выделение глобальных тенденций и приоритетных направлений информационной отрасли достаточно сложный процесс, поскольку качественные технологические изменения заставляют СМИ постоянно меняться, приспосабливаясь к новым условиям. В этой ситуации довольно сложно прогнозировать, какие изменения ожидают информационную отрасль в ближайшее время и к каким прямым и опосредованным изменениям в деятельности СМИ они приведут. В статье приведен анализ глобальных тенденций в информационной сфере и определены основные направления развития современных масс-медиа.

Annotation.

The most important feature of modern mass media is their dependence on the development of information technology and technological progress in general. In this regard, the identification of global trends and priority areas of the information industry is a rather complicated process, since high-quality technological changes make the media constantly change, adapting to new conditions. In this situation, it is quite difficult to predict what changes the information industry expects in the near future and what direct and indirect changes in the media they will lead to. The article provides an analysis of global trends in the information sphere and defines the main directions of development of modern mass media.

Информационная сфера в современном мире переживает глубинные изменения. Масс-медиа становятся многоканальными, мультимедийными, интерактивными, способными к передаче информации в режиме реального времени и постоянно обновляющимися. Традиционные СМИ под натиском новых медиа-проектов вынуждены искать возможности апгрейда, позволяющего безболезненно адаптироваться к происходящим трансформациям.

Анализируя современное состояние информационной отрасли, можно отметить ряд новых тенденций, которые проявили себя в условиях глобального мира.

Первая тенденция проявляется в **конвергенции традиционных и новых СМИ**. В условиях глобальной дигитализации происходит слияние традиционных печатных СМИ, радио и телевидения с цифровыми ресурсами, ведущее к появлению гибридных медиа-проектов и онлайн-ресурсов, совмещающих функцию массовых коммуникаций с функцией распространения информации и ряд других. В качестве примера можно указать на видеоплатформы, социальные сети, мессенджеры, многопользовательские онлайн-игры и т.д. Последнее, помимо прочего, рождает серьезную проблему законодательного определения средств массовой информации, так как границы между профессиональной и массовой, традиционной и новой журналистикой уже сейчас являются крайне размытыми.

При этом говорить о том, что конвергенция «уничтожает» традиционные СМИ было бы преждевременно. По данным Online Publishers Association, приводимых экспертами, 56% пользователей Интернета в режиме офлайн обращается к тем же медиабрендам, которые им

известны из Сети. В свою очередь, среди пользователей Интернета наибольшую популярность имеют сайты традиционных СМИ. Например, в Великобритании это сайт вещательной корпорации www.news.bbc.co.uk, газеты Guardian - www.guardian.co.uk.com, Financial Times - www.ft.com, Daily Telegraph - www.telegraph.com. Аналогичная ситуация сложилась и на медиарынке США. Здесь лидерами среди информационных сайтов выступают крупнейшие издатели – New York Times, Washington Post, Los Angeles Times, Wall Street Journal и др. [1].

В условиях конвергенции традиционных и новых медиа, вырабатываются концептуально новые подходы:

- BBC формирует единую базу информационных материалов, куда входит не только собственный контент, но и контент, произведенный пользователями;

- газета Financial Times перестроила работу редакции на сайт, позиционируя себя как ревью дня;

- New York Times, американская ежедневная газета, издающаяся в Нью-Йорке с 18 сентября 1851 года и третья по тиражу газета в стране после USA Today и The Wall Street Journal, поменяла слоган. Если раньше слоганом газеты была фраза «Все новости, достойные печати» (All the News That's Fit to Print), то появлением сайта «Нью-Йорк таймс», этот слоган был изменен на «У нас новости, на которые вы кликаете» (All the News That's Fit to Click);

- французская Le Mond объявила стратегическим направлением работу с UGC (созданный пользователями контент) и начала развивать мультимедийное направление и т.д.;

Вторая глобальная тенденция современных масс-медиа проявляется в **технической унификации доступа ко всем видам СМИ**. Основным каналом такого доступа может стать мобильный телефон, персональный компьютер, планшет или телевизор с электронной приставкой, обеспечивающей доступ в Интернет.

По данным Global Digital Report за 2018г., количество пользователей интернета составило 4.021 миллиарда, что на 7% больше, чем в прошлом году; количество пользователей социальных сетей - 3.196 миллиарда, что на 13% больше, чем в прошлом году; количество обладателей мобильных телефонов - 5.135 миллиарда, что на 4% больше, чем в прошлом году [2].

Новые исследования от We Are Social и Hootsuite показали, что уже более 4 миллиардов человек по всему миру используют интернет, являются активными пользователями социальных сетей, используя для этого смартфоны и мобильные приложения (рис. 1):

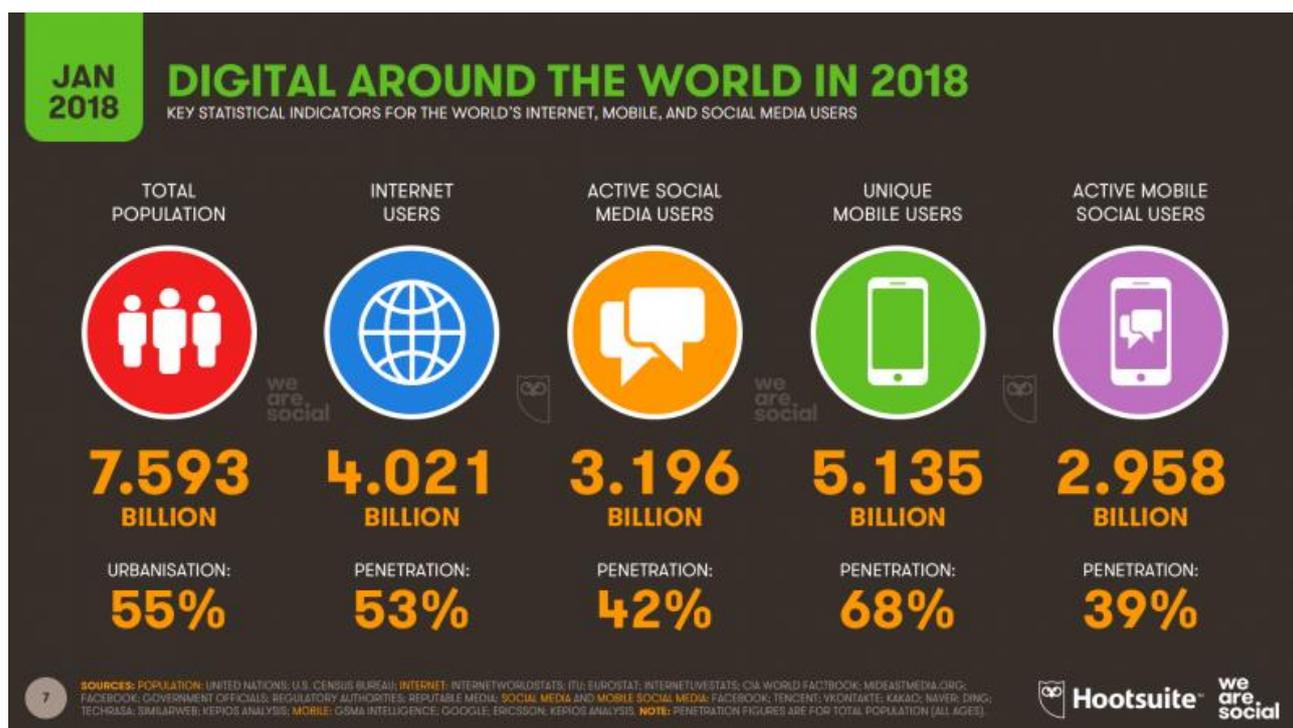


Рис. 1 Ключевые индикаторы цифровизации (в миллиардах человек) - источник - <https://thenextweb.com/contributors/2018/01/30/worlds-internet-users-pass-the-4-billion-mark/>[3].

Важно отметить, что развитие мобильной телефонии вызвало еще одну тенденцию, которая также в определенной степени затрагивает современные СМИ – это развитие сопутствующих видов бизнеса, включая продажу мобильного контента (мобильные СМИ, мобильные игры, мобильные библиотеки и т.д.).

Следующая тенденция - это **демассификация традиционных СМИ**, представляющая собой возможность потребителя самому формировать объем получаемых информационных услуг. В перспективе данная тенденция может привести к медийной индивидуализации, когда информационное меню будет предоставляться даже не группам потребителей, а отдельным лицам. Этот тренд в совокупности с интерактивностью СМИ приводит, помимо прочего, к размыванию границ между массовыми и межличностными коммуникациями.

Еще одна тенденция развития СМИ проявляется в возможности их использования для **манипулирования общественным и индивидуальным сознанием**. «Особенности медийного конструирования реальности детерминированы трансформацией информационной сферы, а также следующими социокультурными явлениями: конвергенцией, конгломерацией и дигитацией медиаресурсов. Изменение информационного пространства, в свою очередь, ведет к формированию единой глобальной медиасреды и искусственно созданной социальной реальности» - отмечают эксперты [4].

Также, по мнению экспертов, значительные риски создает распространение искусственного интеллекта. Наиболее известным в связи с этим стало расследование в отношении Cambridge Analytica и других компаний, связанных с ней, которые использовали данные 500 млн пользователей Facebook, чтобы предсказать итоги президентских выборов 2016 года и итоги референдума по Brexit в Великобритании [5].

Многokrатно возрастает риск создания фейковых печатных, аудио- и видеоматериалов. Современные технологии позволяют подделывать изображения и видео так качественно, что трудно отличить обработанные файлы от оригинальных. И с помощью

таких приложений, как FakeApp и Lyrebird, эти так называемые «глубокие фейки» теперь может создавать любой, у кого есть компьютер или смартфон.

Еще одна опасность – оптимизация поисковых систем и связанные с этим технологии манипулирования. Например, Google и YouTube располагают алгоритмом, который выводит на первые строки результатов поиска, прежде всего, те материалы, которые смотрит больше всего пользователей, и ключевой параметр здесь — затрачиваемое ими время. С помощью этого алгоритма на верхние строчки удастся выводить ложную, ненадежную или экстремистскую информацию, а из-за этого пользователи просматривают такие материалы чаще и воспринимают как более достоверные.

Анализируя глобальные тенденции развития информационной отрасли, необходимо также отметить **дальнейшую глобализацию информационного рынка**, сопровождающуюся концентрацией медиа-ресурсов в руках нескольких гигантов рынка IT. Это усугубляет проблему управления информационным рынком из одного источника, что требует адекватного законодательного и экономического противодействия.

Учитывая возрастающее влияние отмеченных тенденций, можно сформулировать следующие ключевые направления развития информационной отрасли в сфере масс-медиа:

➤ **Возрастающая возможность аудитории формировать свое информационное меню** посредством выбора получаемой информации. Важно понимать при этом, что от аудитории требуются, во-первых, определенные технические навыки работы с цифровыми СМИ, а во-вторых, навыки критического осмысления получаемой информации, развитие информационной культуры общества. Учитывая возрастающий интерес молодежи к информационно-коммуникационным сетям, персонализация медиа-рынка обуславливает необходимость эффективных мер родительского и государственного контроля за реализацией информационных прав несовершеннолетних лиц. При этом надо отдавать отчет в том, что доступность и привлекательность информационных ресурсов открывают беспрецедентные возможности вовлечения молодежи в политические процессы, что может быть использовано не только конструктивных, но и в деструктивных целях.

➤ Для продвижения на современном информационном поле масс-медиа должны активнее использовать **креативные возможности пользовательской аудитории**, создавая собственные сообщества. Новые медиа дали возможность проявить себя миллионам людей, для которых деятельность в информационной сфере не является главной. Скорее они рассматривают ее как способ самовыражения, от которого они не устают и к которому не относятся как к обременительной обязанности. Это рождает колоссальную мотивацию. Фактически, любая медиа-корпорация вместе со своей аудиторией будет становиться огромной редакцией. Такие возможности, как ведение своего блога на сайте любимого ресурса, участие в форумах, чатах, комментирование новостей, гостевое редактирование и модерирование будут создавать ощущение причастности пользователей к общему делу. Следовательно, можно с большой долей вероятности предположить, что СМИ будут активнее развивать информационные механизмы интерактивности и обратной связи с аудиторией. Это направление выглядит тем более перспективным, что Интернет заставляет медиа-ресурсы меняться во многом благодаря своей мощной коммуникативной функции, недоступной традиционным средствам массовой информации.

➤ Активное участие пользователей в создании информационного и новостного контента неизбежно приведет к снижению общего уровня профессионализма медиа-ресурсов, что повлечет за собой спрос на качественную аналитику. В связи с этим перспективным направлением информационной отрасли может стать **переориентация профессиональных журналистов с поиска и создания новостей на их анализ**. Это, в свою очередь, потребует новых подходов к пониманию государственной политики в информационной сфере.

➤ Мультимедийность и гипертекст современных СМИ могут сделать трендом **взаимовыгодное сотрудничество прямых конкурентов**. Исследования показывают, что у

многих конкурирующих онлайн-медиа пересекаются пользовательские аудитории, что может быть следствием непроизвольного кросс-промоушена.

Важно отметить, что законодательное регулирование информационной отрасли не всегда успевает за беспрецедентным развитием новых процессов информационной сферы. В большинстве государств медиа-индустрия продолжает регулироваться двумя блоками нормативных актов, первый из которых относится к содержанию распространяемой информации, второй – к способам такого распространения. Таким образом, законодательство продолжает раздельно регулировать информационную и коммуникационную составляющие деятельности масс-медиа.

В 2015 году мировым сообществом была создана площадка по разработке Конвенции о принципах управления Интернетом, что в перспективе могло бы привести к принятию консолидированного или комплексного закона [6]. Однако, общие консолидированные подходы так и не были определены.

Выводы: основные глобальные тенденции и приоритетные направления развития информационной отрасли в сфере масс-медиа показывают, что государственное регулирование СМИ будет в ближайшее время сконцентрировано вокруг уже известных направлений, основными из которых являются:

- защита информационного пространства от коммерческих интересов. Американский исследователь Л. Беннетт выявил, что в 1990-е гг. количество криминальных новостей в СМИ США увеличилось в семь раз, хотя за этот период преступность в стране существенно сократилась [7]. Это говорит об избирательности и тенденциозности медиа, ориентированных не столько на объективное освещение событий, сколько на коммерческий интерес. Следовательно, государству необходимо будет и дальше проводить политику законодательной защиты независимости общественного вещания;

- борьба с распространением недостоверной информации. Современные информационные возможности, как государств, так и отдельных групп и лиц таковы, что распространение фейков может существенно усилить социальную напряженность в обществе, дестабилизировать деятельность политических и общественных институтов;

- разработка и защита медиа-контента отечественного производства;

- поиск баланса между свободой распространения информации и интересами государства и общества.

В целом, можно констатировать, что современное общество превратилось в «медиагизированный» социум, неспособный сегодня функционировать без средств массовой информации. Несмотря на изменение самой парадигмы развития медийной сферы, нарастание абивалентных тенденций в информационной среде, масс медиа по-прежнему остаются одним их важнейших общественных институтов, оказывая все более возрастающее влияние на судьбы человечества, поэтому чрезвычайно важно, чтобы их дальнейшее развитие происходило на принципах гуманизма, демократии, уважения и сохранения культурного многообразия народов мира.

Литература:

1. Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран//https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Vart/55.php
2. Global Digital Report 2018//<https://digitalreport.wearesocial.com/>
3. Digital trends 2018: 153 pages of internet, mobile, and social media stats//<https://thenextweb.com/contributors/2018/01/30/worlds-internet-users-pass-the-4-billion-mark/>
4. Тутарашвили Р.Ю., Гущина Л.В. Манипуляции общественным сознанием в рамках политического дискурса: роль СМИ в манипулировании общественным сознанием, основные виды манипулятивных технологий// <https://cyberleninka.ru/article/n/manipulyatsii->

obschestvennym-soznaniem-v-ramkah-politicheskogo-diskursa-rol-smi-v-manipulirovanii-
obschestvennym-soznaniem-osnovnye

5. Facebook заблокировал компанию, которая помогла Трампу победить на выборах// <https://nv.ua/world/geopolitics/facebook-zablokiroval-kompaniju-kotoraja-pomohla-trampu-pobedit-na-vyborakh-2458402.html>

6. Итоговый документ совещания высокого уровня Генеральной Ассамблеи, посвященного общему обзору хода осуществления решений Всемирной встречи на высшем уровне по вопросам информационного общества. Принят резолюцией A/RES/70/125 Генеральной Ассамблеи ООН от 16 декабря 2015 г. // URL: <http://workspace.unpan.org/sites/Internet/Documents/UNPAN96090.pdf>

7. Беспалова А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П. и др. История мировой журналистики.//<https://gigabaza.ru/doc/75875.html>

Научный руководитель – Нечаева Елена Леонидовна, к.полит.н, профессор

Автор: Щегорцова Анастасия Геннадьевна, докторант 2 курса (PhD) кафедры политологии, факультет журналистики и политологии, ЕНУ имени Л.Н. Гумилева, a.schegortsova@election.gov.kz

Юсупова Аяна Канатовна
Студент 2 курса кафедры Политологии
ФЖиП, ЕНУ им Л.Н. Гумилева
yusupova_ayana@mail.ru
Нур-Султан, Казахстан

СИСТЕМА ЭЛЕКТРОННЫХ ВЫБОРОВ И ВОЗМОЖНОСТЬ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация

В статье рассмотрена практика проведения выборов с использованием систем электронного голосования. Проведен анализ существующих типов систем в рамках зарубежного и отечественного опыта, выявлены их основные преимущества и недостатки. Проанализирована возможность проведения электронных выборов посредством сети Интернет и “электронных урн” в Республике Казахстан.

Annotation

The article considers the practice of conducting elections using electronic voting systems. The analysis of existing types of systems within the framework of foreign and domestic experience is carried out, their main advantages and disadvantages are identified. The possibility of conducting electronic elections via the Internet and “electronic ballot boxes” in the Republic of Kazakhstan is analyzed.

Ключевые слова: выборы, электронное голосование.

Введение

В современных демократических государствах огромное внимание уделяется привлечению граждан к политическому участию. Выборы являются ключевым механизмом волеизъявления народа, основой любой демократии. XXI век отличается бурным развитием информационно - коммуникационных технологий, определяющих уровень не только общественного, но и политического прогресса. Динамичный процесс компьютеризации общества обуславливает внедрение научных достижений во многие аспекты жизнедеятельности общества, включая принятие важных решений общегосударственных задач, выбор исполнительной и законодательной власти. Новые технологии послужили