



Научно-исследовательский журнал «Вестник филологических наук / Philological Sciences Bulletin»
<https://vfn-journal.ru>
2025, Том 5, № 2 / 2025, Vol. 5, Iss. 2 <https://vfn-journal.ru/archives/category/publications>
Научная статья / Original article
Шифр научной специальности: 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (филологические науки)
УДК 070:004.738.5

¹ Коданина А.Л., ¹ Бревнова Е.С.

¹ Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского

Специфика цифровой трансформации печатных СМИ республики Казахстан (на примере газеты «Казахстанская правда»)

Аннотация: статья посвящена анализу национального опыта практической реализации печатными СМИ Республики Казахстан цифровых трансформационных методик, нацеленных, в частности, на формирование эффективной коммуникации с целевыми аудиторными группами. Эмпирической базой для анализа послужили сайт и социальные медиа газеты «Казахстанская правда» – одного из старейших печатных СМИ Республики Казахстан. Авторы статьи анализируют контент-стратегии газеты на различных цифровых площадках, приемы и способы вовлечения читательской аудитории, поиска новых креативных методик презентации информационной повестки в цифровом медиaprостранстве. В числе используемых методов – структурно-функциональный, системный, методы наблюдения, анализа и синтеза.

В ходе исследования установлено, что на примере казахстанских печатных СМИ хорошо заметны популярные цифровые медиатренды, такие, как мультиплатформенность и мультиформатность. Безусловно положительно может быть оценено стремление к адаптации информационного продукта к особенностям площадки размещения, информационным потребностям и ожиданиям аудиторных читательских групп. В то же время, обращает на себя внимание довольно низкая вовлеченность аудитории, слабо выраженные каналы представления обратной связи. Думается, что пассивность аудитории явилась следствием как слабой контент-стратегии, так и несформированной потребности читателя в коммуникации со средством массовой информации. Очевидно, что такой подход нуждается в пересмотре и корректировке.

Ключевые слова: аудитория, цифровизация, мультиплатформенность, мультиформатность, социальные медиа

Для цитирования: Коданина А.Л., Бревнова Е.С. Специфика цифровой трансформации печатных СМИ республики Казахстан (на примере газеты «Казахстанская правда») // Вестник филологических наук. 2025. Том 5. № 2. С. 11 – 16.

Поступила в редакцию: 23 января 2025 г.; Одобрена после рецензирования: 06 февраля 2025 г.; Принята к публикации: 27 февраля 2025 г.

¹ Kodanina A.L., ¹ Brevnova E.S.

¹ Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

Specificity of digital transformation of print media in the republic of Kazakhstan (on the example of the newspaper "Kazakhstanskaya pravda")

Abstract: the article is devoted to the analysis of the national experience of practical implementation of digital transformation methods by print media of the Republic of Kazakhstan, aimed, in particular, at forming effective communication with target audience groups. The empirical basis for the analysis was the website and social media of the newspaper "Kazakhstanskaya Pravda" - one of the oldest print media of the Republic of Kazakhstan. The authors of the article analyze the content strategies of the newspaper on various digital platforms, techniques and

methods of engaging the readership, searching for new creative methods of presenting the information agenda in the digital media space. The methods used include structural-functional, systemic, observation, analysis and synthesis methods.

The study found that popular digital media trends, such as multi-platform and multi-format, are clearly visible in the example of Kazakhstan print media. The desire to adapt the information product to the specifics of the placement site, information needs and expectations of the audience reading groups can certainly be assessed positively. At the same time, the rather low involvement of the audience and weakly expressed channels for providing feedback are noteworthy. It seems that the audience's passivity was a consequence of both a weak content strategy and an unformed reader's need for communication with the media. Obviously, this approach needs to be reviewed and adjusted.

Keywords: audience, digitalization, multi-platform, multi-format, social media

For citation: Kodanina A.L., Brevnova E.S. Specificity of digital transformation of print media in the republic of Kazakhstan (on the example of the newspaper "Kazakhstanskaya pravda"). Philological Sciences Bulletin. 2025. 5 (2). P. 11 – 16.

The article was submitted: January 23, 2025; Approved after reviewing: February 06, 2025; Accepted for publication: February 27, 2025.

Введение

Процессы цифровой трансформации медиарынка, затронувшие рынок печатных СМИ, протекают неоднородно в постсоветских государствах, входящих ныне в СНГ. В частности, в Республике Казахстан процессы цифровизации печатных СМИ имеют свою специфику, обусловленную в том числе особенностями социально-политического развития. Полагаем, что опыт Казахстана, схожего с Российской Федерацией в историческом, ментальном и коммуникационном аспектах, представляет как теоретическую, так и практическую ценность. Рассмотрение специфики цифровой трансформации печатной прессы Республики Казахстан позволяет прогнозировать развитие медиарынка и в других странах, входящих в СНГ.

Проблемы качественных изменений, вызванных цифровыми процессами, анализируются в трудах российских и казахстанских исследователей. Хочется отметить труды Е.Л. Вартановой [4], А.А. Градюшко [5, 6], К.Р. Нигматуллиной [9, 10], А. Л. Коданиной [8] и других российских исследователей. Большой вклад в осмысление диджитализации традиционной прессы Республики Казахстан внесли С.В. Ашенова [1, 2], С.Х. Барлыбаева [3], Г.Ж. Ибраева [7] и другие ученые.

Отметим, что специфика цифровизации средств массовой информации, выпускаемых в Казахстане, обусловлена осмыслением как международного опыта, так и использованием оригинальных национальных методик и коммуникационных практик. При этом государственная информационная политика Республики Казахстан играет определяющую роль в выборе цифровых моделей казахстанских СМИ.

Среди общественно-политических предпосылок развития национального рынка СМИ можно отметить реализацию программы «Цифровой Казахстан 2018-2022», а также открытое обсуждение нового закона «О масс-медиа», принятого в Республике Казахстан 19 июня 2024 года.

Общественный фонд «Центра социальных и политических исследований «Стратегия» (Казахстан) представил результаты реализации государственной программы цифровизации в своих исследованиях. Так, согласно данным исследований аудитории, в 2022 году большинство опрошенных граждан Казахстана (88%) являются пользователями интернета. За десять лет интернет-аудитория Республики Казахстан выросла более чем в два раза (41,8% пользователей интернета было в 2012 году). Перемещение аудитории в интернет-пространство повлекло за собой трансформацию и рекламного рынка, активно осваивающего ресурсы интернет-коммуникации. Во многом именно это обстоятельство катализировало процесс освоения цифрового пространства традиционными СМИ.

Материалы и методы исследований

Анализ специфики цифровой трансформации печатных казахстанских СМИ (на примере газеты «Казахстанская правда») служит целью настоящего исследования, основными методами которого являются наблюдение и сравнение, структурно-функциональный метод, системный подход, методы анализа и синтеза.

Как следует из данных Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан, за 2024 год в Казахстане зарегистрировано 506 СМИ, из которых 114 – периодические печатные издания, 5 – телеканалы, 3 – радио, 379 – информационные агентства и сетевые издания (из них 189 – ИА, 185 – сетевые издания). Чаще всего в СМИ используются казахский и русский языки [12].

Характеризуя рынок печатных СМИ Республики Казахстан, отметим, что практически все издания республиканского значения имеют собственный сайт в сети интернет: газеты «Время», «Казахстанская правда», «Аргументы и факты. Казахстан», «Литер». Однако администрирование собственного сайта в сети интернет пока не стало общим правилом для казахстанских СМИ. Так, газета «Алтын Босафа» не имеет собственного сайта, в социальных сетях ведет себя неактивно, публикуя в основном сообщения о государственных праздниках.

Присутствие традиционных печатных СМИ Республики Казахстан в интернете, в частности, в социальных сетях, детерминировано самим запросом аудитории. Как показывают исследования, социальные сети стали привлекать интерес не только как платформа для общения и развлечения, но и как источник актуальной информации о текущих событиях в стране и мире, профессиональных сведений, а также платформа для служебной коммуникации.

Результаты и обсуждения

Рассмотрим опыт цифровизации казахстанских СМИ на примере газеты «Казахстанская правда» – одной из старейших в Республике, издающейся на русском языке с 1920 года. Подчеркнем, что «Казахстанская правда» также является официальным источником для публикации законодательных актов Республики Казахстан. На страницах газеты публикуются официальные распоряжения и указы президента Республики Казахстан, постановления правительства, вновь изданные законы, которые после опубликования в «Казахстанской правде» вступают в законную силу.

Газета «Казахстанская правда» выпускается пять раз в неделю на русском языке, ее тираж составляет более 50 000 экземпляров в день и распространяется по всей территории Казахстана. Газета представляет собой общественно-политическое издание, информирующее читателей о политической повестке в Казахстане и за рубежом. Обширная сеть собственных корреспондентов позволяет изданию широко освещать региональные новости, а штат профессиональных журналистов предлагает аудитории материалы разных жанров, включая аналитические.

Будучи источником официальной, деловой и юридической информации, газета «Казахстанская правда» развивается в русле государственных программ цифровизации, декларирующих активное использование цифровых инструментов в информационном обслуживании населения. Стремясь расширить собственную аудиторию, газета наращивает свое присутствие в социальных сетях, среди которых – «Одноклассники», «ВКонтакте», Instagram и Facebook (признаны в РФ экстремистскими и запрещены), также используются мессенджер Telegram и видеохостинг YouTube.

Примечательно, что газета представляет собой пример журналистской конвергенции, предоставляя аудитории, наряду с текстовым, аудиальный и видеоконтент. Темы для видеороликов (рилсов) выходят далеко за рамки официальной информации, являя собой пример так называемой массовой журналистики. Так, например, на YouTube есть видеосъемка со спутника, обращенная на Аральское море, съемка правонарушений на скрытые камеры, съемка частных лиц с мест катастроф и происшествий. Такие ролики формата «live» носят короткий визуально-информативный характер.

Рассмотрим аккаунт «Казахстанской правды» в социальной сети «Одноклассники», насчитывающий в совокупности 8,5 тысяч подписчиков (данные на сентябрь 2024 года). Аккаунт состоит из новостной ленты, обновляемой ежедневно в будни. В среднем публикуется 4-5 новостей разной тематики: жилищно-коммунальное хозяйство, социальная жизнь, спорт, экология, здоровье. Например, 19 сентября 2024 года в паблике было опубликовано четыре новости на следующие темы: успех казахстанских спортсменов на Паралимпийских играх в Париже, чистота городских дворов и территорий, проблемы экспортеров казахстанской фанеры, рецепты домашнего консервирования. Каждая новость при раскрытии перенаправляет читателя на официальный сайт газеты «Казахстанская правда», обеспечивая сайту трафик из социальной сети. Оригинальных публикаций, созданных исключительно для рассматриваемой площадки, не публикуется, что говорит исключительно о вспомогательном значении информационного ресурса.

Отметим, что информационная политика паблика в корне отличается от основной, декларируемой на страницах официального печатного источника. Очевидно, редакция «Казахстанской правды» стремится к увеличению читательской базы за счет расширения новостной повестки в сторону общедоступного и востребованного у массового читателя контента. При этом новостей из мира политики в аккаунте в «Одноклассниках» публикуется ничтожно мало, что подтверждает гипотезу о диверсификации информационных потоков, основанной на учете специфики аудитории информационной площадки.

При этом отметим, что, несмотря на актуальные для обывателя темы, сколь-нибудь заметного читательского отклика на публикации ресурса нет. Ни одна из четырех опубликованных 19 сентября новостей не была отмечена ни комментариями, ни отметкой «нравится» («класс»). Таким образом, можно сделать вывод о

крайне низкой заинтересованности и вовлеченности аудитории. При этом отметим, что вовлекающих аудиторию материалов в виде опросов, конкурсов и пр. на паблике не размещается. Очевидно, что создатели аккаунта планировали использовать его исключительно с целью увеличения трафика на официальный сайт газеты.

Свой официальный сайт газета «Казахстанская правда» kazpravda.kz ведет с 2010 года и входит в двадцатку лидеров республиканского рейтинга в категории «Новости и СМИ Казахстана». Портал отличается качеством как информационных, так и фотоматериалов. Отметим, что в 2023 году было перерегистрировано одноименное сетевое СМИ «www.kazpravda.kz», которое размещается по вышеуказанному адресу. Таким образом, информационный ресурс сегодня может рассматриваться как оригинальный информационный канал, который, хотя и носит наименование «Казахстанская правда», но имеет собственную информационную политику, отличающуюся от печатного органа.

Наряду с новостями, сетевое СМИ «Казахстанская правда» размещает статейные материалы, опубликованные в печатном номере газеты, и авторские материалы в рубрике «Колонка обозревателя». Отметим, что на сайте для авторизованных подписчиков открыт доступ к pdf-версии свежего номера «Казахстанской правды». Доступ к архиву печатного издания открыт только для читателей, оплативших подписку. Оформить подписку можно прямо на сайте, предоставляющем для этого необходимый сервис. У «Казахстанской правды» создано специальное приложение с удобным интерфейсом, в котором можно выбрать период подписки, указать удобный адрес и оплатить.

Отдельные разделы сайта посвящены фоторепортажам и видеороликам на самые разные темы: «Многообразие кочевой культуры», «Военные и антитеррористические учения», «Игры кочевников» и пр. Надо сказать, что раздел «Фоторепортажи» обновляется нерегулярно – с 15 февраля 2024 года по 22 августа 2024 года новых материалов размещено не было. Видеоматериалы обновляются регулярно, раз в несколько дней.

Таким образом, видим, что сайт kazpravda.kz является самостоятельным информационным источником, хотя и интегрированным с печатных СМИ. Предоставляя посетителям контент разного содержания и форматов, издание стремится удовлетворить запросы разных аудиторных групп. Отметим и то, что контент на сайте доступен не только русскоязычным читателям – здесь имеется возможность читать материалы также на казахском и английском языках.

При этом возможности для коммуникации с читательской аудиторией на сайте ничтожны. Так, возможности ставить отметки «нравится» или «не нравится» опубликованным материалам не предусмотрены, равно как и комментировать прочитанные материалы, делиться ими и пр. Также на сайте отсутствует форма обратной связи, дающая возможность оставить читательский отклик. Таким образом, оценить вовлеченность читательской аудитории крайне сложно, если вообще возможно.

Выводы

Подводя итог вышесказанному, отметим, что освоение диджитал-пространства средствами массовой информации Республики Казахстан стимулируют их собственную конкурентоспособность, а качество медиаконтента влияет на информационную безопасность страны. Органы власти к исполнению поставленной задачи подходят комплексно: внедряют цифровые проекты, корректируют правовую базу, освещают и внедряют международные разработки. Таким образом, трансформация СМИ идет при содействии государственной власти, с одной стороны, а с другой – под ее контролем.

Исходя из вышеописанного, можно сделать вывод об очевидном стремлении казахстанских газет освоить различные интернет-площадки для дистрибуции собственного информационного контента. Расширяя присутствие на различных платформах, включая социальные сети, мессенджеры, видеохостинги, газеты тем самым учитывают предпочтения целевых аудиторных групп в отношении форм и форматов медиапотребления, адаптируют информационную политику к особенностям презентации контента в зависимости от специфики интернет-площадки.

Мультиплатформенность и мультимедийность как основные тренды развития современной печатной периодики хорошо заметны на примере казахстанских печатных СМИ. Современные газеты расширяют линейку собственных информационных продуктов, осваивают аудио- и видеоформаты, активно применяют в своей работе инфографику и прочие визуальные форматы предоставления информации. «Казахстанская правда» демонстрирует гибкость в выборе средств и способов художественной выразительности материалов, опираясь на предпочтения целевых аудиторных групп.

Вместе с тем, нельзя не отметить крайне низкую вовлеченность аудитории рассмотренного издания, слабо развитые каналы представления обратной связи. Даже возможность поделиться понравившейся новостью предоставлена не везде. Отметим и отсутствие вовлекающего контента на площадках социальных медиа, где аудитория крайне пассивна. Таким образом, низкая вовлеченность аудитории может быть названа следствием как непродуманной контент-стратегии со стороны самого печатного СМИ, так и несформиро-

ванной потребностью аудитории во взаимодействии со средством массовой информации. Очевидно, что такой подход нуждается в пересмотре и корректировке.

Список источников

1. Ашенова С.В. Актуальные медиатренды цифровой эпохи // Коммуникации в условиях цифровой трансформации: сборник материалов VI Международной научно-практической конференции. СПб: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2022. С. 116 – 118.
2. Ашенова С.В. Риски и манипулятивные техники профессиональной идеологии журналистики // Журналистика XXI века: возвращаясь к профессиональной идеологии / отв. ред. С.Г. Корконосенко. СПб: Медиапир, 2022. С. 82 – 84.
3. Барлыбаева С.Х. Трансформация медиапространства в Казахстане // Цифровая журналистика: технологии, смыслы и особенности творческой деятельности: сборник материалов Международной научно-практической конференции. Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2024. С. 243 – 245.
4. Вартанова Е.Л. К новой архитектуре медиа: вызовы эпохи цифровизации // Донецкие чтения 2023: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: материалы VIII Международной научной конференции. Донецк, 2023. С. 307 – 309.
5. Градюшко А.А. Медiateкст в цифровой среде // Вестник Белорусского государственного педагогического университета. Серия: Педагогика. Психология. Филология. 2021. № 1 (107). С. 61 – 64.
6. Градюшко А.А. Платформизация в цифровой журналистике: новые стратегии медиапроизводства // Труды БГУ. Серия: Принт- и медiateхнологии. 2023. № 1 (267). С. 34 – 40.
7. Ибраева Г.Ж. Цифровизация как тренд современной журналистики Казахстана // Журналистика – 2021: стан, проблемы і перспектывы. Минск: БДУ, 2021. С. 49 – 54. URL: https://www.researchgate.net/publication/356102939_Ibraeva_GZ_CIFROVIZACIA_KAK_TREND_SOVREME_NNOJ_ZURNALISTIKI_KAZAHSTANA_tezisy_BGU_2021 (дата обращения: 08.06.2024).
8. Коданина А.Л., Савельева М.А. Развитие региональной прессы в digital-формате (на примере СМИ ЗАТО Саров Нижегородской области) // Региональная школа журналистики: векторы исследования. Новгород: Изд-во ННГУ, 2022. С. 152 – 156.
9. Нигматуллина К.Р. Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 1. С. 30 – 50.
10. Нигматуллина К.Р. Эмоции аудитории как медийный ресурс в кризисное время // Медиа в современном мире. СПб., 2021. С. 190 – 191.
11. Статистика СМИ. Министерство информации и общественного развития Республики Казахстан. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/activities/145?lang=ru> (дата обращения: 20.11.2024).

References

1. Ashenova S.V. Current media trends of the digital era. Communications in the context of digital transformation: collection of materials of the VI International scientific and practical conference. SPb: St. Petersburg State University of Economics, 2022. P. 116 – 118.
2. Ashenova S.V. Risks and manipulative techniques of professional ideology of journalism. Journalism of the 21st century: returning to professional ideology. Ed. S.G. Korkonosenko. SPb: Mediapapir, 2022. P. 82 – 84.
3. Barlybaeva S.Kh. Transformation of media space in Kazakhstan. Digital journalism: technologies, meanings and features of creative activity: collection of materials of the International scientific and practical conference. Ekaterinburg: Ural University Publishing House, 2024. P. 243 – 245.
4. Vartanova E.L. Towards a New Media Architecture: Challenges of the Digitalization Era. Donetsk Readings 2023: Education, Science, Innovation, Culture and Challenges of Our Time: Proceedings of the VIII International Scientific Conference. Donetsk, 2023. P. 307 – 309.
5. Gradyushko A.A. Media Text in the Digital Environment. Bulletin of the Belarusian State Pedagogical University. Series: Pedagogy. Psychology. Philology. 2021. No. 1 (107). P. 61 – 64.
6. Gradyushko A.A. Platformization in Digital Journalism: New Strategies of Media Production. Proceedings of BSU. Series: Print and Media Technologies. 2023. No. 1 (267). P. 34 – 40.
7. Ibraeva G.Zh. Digitalization as a trend of modern journalism in Kazakhstan. Journalism – 2021: state, problems and prospects. Minsk: BDU, 2021. P. 49 – 54. URL: https://www.researchgate.net/publication/356102939_Ibraeva_GZ_CIFROVIZACIA_KAK_TREND_SOVREME_NNOJ_ZURNALISTIKI_KAZAHSTANA_tezisy_BGU_2021 (date of access: 08.06.2024).

8. Kodanina A.L., Savelyeva M.A. Development of the regional press in digital format (on the example of the media of the closed administrative-territorial entity Sarov, Nizhny Novgorod region). Regional school of journalism: research vectors. Novgorod: NNSU Publishing House, 2022. P. 152 – 156.

9. Nigmatullina K.R. The place of social networks in the development of regional journalism in Russia. Bulletin of Moscow University. Series 10. Journalism. 2021. No. 1. P. 30 – 50.

10. Nigmatullina K.R. Audience emotions as a media resource in times of crisis. Media in the modern world. St. Petersburg, 2021. P. 190 – 191.

11. Media statistics. Ministry of Information and Social Development of the Republic of Kazakhstan. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/qogam/activities/145?lang=ru> (date of access: 20.11.2024).

Информация об авторах

Коданина А.Л., кандидат политических наук, доцент, кафедра журналистики, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского (ННГУ), kodanina@gmail.com

Бревнова Е.С., кафедра журналистики, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского (ННГУ), mail.e.s.p@mail.ru

© Коданина А.Л., Бревнова Е.С., 2025