

УДК 070:004 (575.2)

ДОМИНИРУЮЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРИЧИНЫ
ПОПУЛЯРНОСТИ СЕТЕВОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В КЫРГЫЗСТАНЕ

А.В. Куликовский

Рассматриваются причины популярности веб-ресурсов как информационных источников в Кыргызстане с выявлением основных тенденций сетевой журналистики с начала её возникновения в стране

Ключевые слова: Кыргызстан; сетевая журналистика; популярность; тенденции.

Датой начала существования сетевой журналистики в Кыргызстане является 1998 г., когда на просторах Интернета заработал официальный сайт национального информационного агентства “Кабар”. В начале двухтысячных годов компьютеризация страны шла так же медленно, как и распространение Интернета. Второе агентство (“АКИpress”) было запущено лишь три года спустя, а третье (“24.kg”) появилось в 2006 г., то есть ещё через пять лет. Медленный темп не повлиял на неудержимый прогресс в использовании технологии в системе СМИ. За пятнадцать лет своего существования сетевая форма журналистики развилась в существенную составляющую информационного пространства Кыргызской Республики. К 2013 г. в стране уже функционировало шесть информационных агентств, публикующих свои материалы в Интернете и множество информационно-аналитических ресурсов.

Успех “АКИpress” и “24.kg” продемонстрировал заинтересованность пользователей в новостях и статьях в Интернете. Политики, компании и различные коммерческие организации Кыргызстана проявили интерес к рынку информационных услуг. Первые два информационных агентства Кыргызстана начали функционировать в довольно рискованной ситуации: внутренняя аудитория была невелика, и существовала теоретическая возможность стать невостребованными источниками информации (по данным Internet World Stats, в 2000 г. Интернет-аудитория Кыргызстана составляла 51 тысячу 600 пользователей) [1]. Информационное агентство “24.kg” появилось в начальный период активного прироста пользователей. Все три первопроходца Интернет-журналистики в Кыргызстане оценили перспективы электронной подачи инфор-

мации. Однако для оптимального формирования аудитории потребовалось ещё четыре года: в 2010 г. в Кыргызстане зафиксировано 2 миллиона 194 тысячи 400 пользователей [1]. В 2010–2011 гг. готовность Интернет-аудитории Кыргызстана к полноценному восприятию информации способствовала довольно резкому увеличению количества онлайн-ресурсов. В этот период в Кыргызстане запущено три новых информационных агентства: “КирТАГ”, “K-News” и “Чалкан.kg”. Последнее из перечисленных агентств сегодня не функционирует. Также к этому времени в стране появились несколько платформ для ведения блогов (“Kloop”, “Taboo”) и информационно-аналитических порталов (“Vesti.kg”, “Polit.kg”, “Region.kg”).

Одна из основных тенденций сетевой журналистики Кыргызстана заключается в превалировании частных информационных ресурсов над государственными. Основатель “АКИpress” Марат Тазабеков отметил в одном из своих интервью, что ресурс был создан преимущественно в расчёте на прибыль, исходя из потребностей целевой аудитории: “Мы были первыми, кто увидел в этом виде деятельности некий бизнес. Даже вначале не бизнес, а незаполненную общественную потребность” [2]. В стране работает только один полноценный государственный информационный веб-ресурс – КНИА “Кабар”. Информационные агентства “АКИpress”, “24.kg”, “КирТАГ”, “K-News” и “Чалкан.kg” (в прошлом) являются частными. В Интернете Кыргызстана сформировалась новая форма бизнеса, которая способствовала расширению информационного пространства.

Среди web-источников информации наибольшего успеха у пользователей Интернета в Кыргызстане достигли официальные сайты информаци-

онных агентств. Популярность сетевой журналистики у издателей в Кыргызстане обуславливается удобством формата работы, поскольку неограниченное пространство Интернета позволяет публиковать материалы без создания предварительных макетов размещения (используется готовый шаблон) и в любом объёме. Данный способ менее затратен, поскольку не требуются ни бумага, ни услуги типографии. Удобство Интернета для читателей объясняется свободой доступа к информации: если газета стоит определенную сумму, то с материалами в Сети можно ознакомиться преимущественно бесплатно. Информационное агентство “АКИpress” предоставляет платную подписку на свои архивные материалы, ежедневная “лента новостей” бесплатна для посетителей.

Популярность информационного агентства как источника информации прослеживается в результатах исследования консалтинговой компании “M-Vector”. В нём установлен рейтинг наиболее популярных сайтов в Кыргызстане, включая зарубежные web-ресурсы. В итоговую десятку самых посещаемых сайтов вошли официальные страницы двух информагентств Кыргызстана: “АКИpress” (4,3 %) и “24.kg” (3,4 %). Только эти два сайта в десятке наиболее посещаемых ресурсов в списке являются официальными информационными источниками. Они обошли популярные мировые веб-сервисы “Facebook” (2,9 %) и “YouTube” (2,4 %), уступив только поисковым системам в Интернете, а также российским и кыргызстанским социальным сетям (“Mail.ru” – 11,8 %, “Odnoklassniki.ru” – 9,7 %, “Namba.kg” – 7,1 %), “Google.kg”/“Google.ru”/“Google.com” – 6,7 %), сервис “Мой мир” на “Mail.ru” – 5,9 %). Замкнул десятку популярных сайтов кыргызстанский интернет-форум “Diesel.elcat.kg” – 2,2 % [3]. Предположительно, популярность информационных агентств “АКИpress” и “24.kg” у читателей объясняется предоставлением наибольшего объёма информации.

Сетевая журналистика Кыргызстана имеет региональную особенность – распространённое

указание домена первого уровня страны (“.kg”) в официальном названии организации. Впрочем, эта черта характерна для веб-ресурсов Центральноазиатского региона (например, “Вести.kz” Казахстана или “Avesta.tj” Таджикистана). Ряд информационных агентств и сайтов следуют рассматриваемой тенденции (“24.kg”, “Чалкан.kg”, “Polit.kg”, “Вести.kg”, “Region.kg”).

Интернет сегодня стал частью повседневной жизни Кыргызстана, что является прогрессом в процессе информационного развития. Рост веб-сайтов, направленных на освещение различных экономических, политических, социальных, культурных событий, – естественная закономерность на этом пути. Распространению ресурсов способствуют улучшение технологических возможностей, наличие кадров в стране, событий, а также желания идти в ногу со временем. Кыргызстан, безусловно, будет расширять своё информационное пространство в Интернете впредь, поскольку любой источник информации оказывает воздействие на читателя, в чём могут быть заинтересованы бизнесмены, политики и неправительственные организации. Онлайн-издания будут непреклонно вытеснять печатную прессу в конкурентной борьбе.

Литература

1. Internet World Stats – Kyrgyzstan [Электронный ресурс]. URL: <http://www.internetworldstats.com/asia/kg.htm>
2. ИА “АКИpress”. М. Тазабеков: Я сравниваю возраст агентства с подростком 10 лет. Риск умереть от детских болезней преодолён, но есть другие опасности. Бишкек: 24.06.2010 [Электронный ресурс]. URL: <http://akipress.org/tenyear/news:2371>
3. Исследование поведения и восприятия медиа аудитории 2012 г. 3-я волна. Бишкек, M-Vector: 2013 [Электронный ресурс]. URL: http://www.m-vector.com/upload/Presentation_media_3wave_fin_ru_28022013_fin_2008.pdf