|  |  |
| --- | --- |
| Название работы | Повышение эффективности информационного заказа Республики Казахстан |
| Краткое содержание работы (основные выводы) | Казахстан в течение последних 20 лет является антилидером мировых рейтингов по свободе слова. В 2024 году Казахстан занял 142 место из 180 стран в международном рейтинге по свободе прессы, за год потеряв 14 позиций. Проводимые социологические опросы демонстрируют невысокий уровень доверия к СМИ и слабую информированность населения о реализуемых в стране социальных программах, проектах, мерах государственной поддержки.  Основной формой взаимодействия государственных органов со СМИ является информационный заказ. На его финансирование ежегодно расходуется свыше 50 млрд. тенге.  Вместе с тем, несмотря на существенные расходы, информационный заказ государственных органов не в полной мере решает предусмотренные стратегическими документами приоритетные для государства задачи. Так из данных социологических опросов видно, что популярность СМИ, получающих информационный заказ, ниже, чем у других источников информации. Население предпочитает получать информацию из социальных сетей (45%), из разговоров с близким окружением (29%) и интернет-сайтов (14%). Данное обстоятельство указывает на необходимость пересмотра выбора каналов и методов коммуникаций между государственными органами и гражданами.  В настоящем магистерском проекте представлены результаты исследования, доказывающие необходимость внесения изменений в Правила размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском и региональном уровнях для решения проблем.  В магистерском проекте впервые поднята проблема необходимости законодательного определения смысловых границ информационной политики (*данное понятие нормативно не закреплено, его введение предусмотрено в новом проекте закона «О масс-медиа»*). Данный вопрос имеет фундаментальный характер.  Также на примере результатов социологических опросов уровня информированности по актуальным направлениям государственной политики (семейная и молодежная политика, концепция «Адал Азамат») впервые поднята проблема взаимосвязи эффективности информационного заказа с результатами документов системы стратегического планирования, направленными на формирование и развитие новых прогрессивных ценностей и форм поведения в обществе. |
| Название предмета (в рамках которого подготовлена работа) | Процедуры формирования, реализации и оценки эффективности информационного заказа Министерства культуры и информации РК. |
| Направление работы | Государственное управление |
| Команда (участники проекта) | - Раисова Лира Фазыловна, магистрант  - Абдыкаликова М.Н., к.п.с |
| Методы исследования | - контент-анализ основных нормативно-правовых актов, стратегических и программных документов, аналитических докладов и материалов СМИ по теме исследования;  - экспертное интервью;  - сравнительный анализ. |
| Обратная связь: справка о внедрении результатов работы для подтверждения практической ценности разработанных рекомендаций и предложений | В рамках проекта подготовлена научная статья на тему: «Разработка подходов по повышению эффективности информационного заказа, направленного на укрепление семейных ценностей», опубликованная в Международном научно-практическом журнале «Интеграция образования и науки» в марте 2024 года, выпуск №3. |
| Продвижение и распространение результатов (каналы распространения) | Основные положения магистерского проекта в форме аналитической записки переданы в Отдел коммуникации Администрации Президента РК, Министерство культуры и информации РК, презентованы на заседании рабочей группы по разработке Закона РК «О масс-медиа» в Сенате Парламента РК. |
| Трудности (что мешало и могло помешать, как вы с этим справились) | Дефицит исследований в сфере информационной политики и информационного заказа |
| Прилагаемые материалы: отчет (pdf), презентация, дополнительные материалы ( вопросник, видео, тизер, ссылки на публикации в соц сетях | презентация |
| Ключевые слова | Государственная информационная политика, министерство культуры и информации РК, государственный информационный заказ, средства массовой информации, свобода слова, пресса, медиасфера |