

УДК 070.13

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ РЫНКА ПЕЧАТИ НЕЗАВИСИМОГО КАЗАХСТАНА (1991-2013 ГГ.)

© 2013 И.К. Мамбетова

Российский университет дружбы народов

Поступила в редакцию 30 июля 2013 года

Аннотация: Статья посвящена становлению прессы Республики Казахстан за годы ее независимости. Рассмотрены основные этапы формирования национального рынка прессы, а также его характерные особенности.

Ключевые слова: пресса Казахстана, СМИ Казахстана, информационный рынок печати, периодическая печать.

Abstract: The article is devoted to the establishment of the Republic of Kazakhstan press over the years of its independence. The main stages of the formation of the national press market, and its characteristic features are described.

Key words: Press of Kazakhstan, media of Kazakhstan, printing industries, periodicals.

С момента обретения в 1991 г. независимости Республика Казахстан прошла 22-летний путь построения демократического государства. Казахстан выбрал интеграцию в мировое сообщество и стал рассматривать проблемы формирования информационного пространства через призму процессов глобализации, что дает огромный толчок демократизации и экономическому развитию страны и сегодня.

Главным преобразованием в сфере информационной политики в период становления республики стала необходимость законодательного обеспечения прав и свобод граждан. Согласно казахстанскому законодательству: с 1992 г. запрещено любое вмешательство в деятельность СМИ, если это не противоречит закону, а конституция страны напрямую запрещает цензуру.

Стоит отметить, что до 1990 года в республике издавались всего 10 республиканских государственных газет и журналов [1]. Становление рынка печати независимого Казахстана можно разделить на несколько этапов:

– 1991-1992 гг. – рынок СМИ не развит, прессы принадлежит государству;

– 1992-1996 гг. – появление независимых СМИ, партийная печать уходит на второй план, начало развития национального рынка СМИ;

– 1996-2001 гг. – период стабильного роста рынка масс-медиа, увеличение зарегистрированных СМИ. Тогда же выходит Указ Президента Республики Казахстан от 9 декабря 1997 года

«О формировании единого информационного пространства в Республике Казахстан» [2]. Согласно этому документу формирование единого информационного пространства в Казахстане считается приоритетной сферой государственной политики;

– 2001-2004 гг. – пресса освобождается от уплаты НДС, что способствует улучшению финансового положения редакций, а также развитию рынка печати.

Следующим шагом на пути формирования информационного поля страны было принятие «Концепции развития конкурентоспособности информационного пространства Республики Казахстан на 2006-2009 годы», одобренная Указом Президента Н. Назарбаева в августе 2006 года [3]. Концепция включала в себя два этапа: первый – 2006-2008 годы и второй этап – 2009 год.

В 2008 году происходит слияние компаний, образование первых национальных медиа-холдингов. 2008-2010 гг. – рост и укрепление позиций иностранных СМИ (российской прессы, а также глянцевого журналов). В 2009 году интернет-ресурсы были отнесены к СМИ и с тех пор они несут такую же ответственность.

Важно отметить, что в этот период активизируется правозащитная деятельность различных общественных организаций в данной сфере. Существенно поднялся уровень работы в пресс-службах ведомств.

Информационное законодательство Казахстана содержит около 300 нормативных актов, из них около 140 актов прямо или косвенно со-

относятся с Интернетом и печатными изданиями. Анализ нормативно-правовой базы показывает, что она в основном адекватно отражает мировые тенденции развития информационных процессов, содержит условия для либерализации рынка информационных технологий [4].

Значительную роль сыграла Концепция информационной безопасности Казахстана, утвержденная 14 ноября 2011 года указом №174 президента Назарбаева, в которой прописаны дальнейшие пошаговые инструкции для сохранения целостной и невредимой информационной среды государства [5]. Здесь будет уместно вспомнить опыт российского президента В. В. Путина, который первым (относительно других стран СНГ) в 2000 году предложил Доктрину информационной безопасности России [6].

Важное значение для СМИ имело также Послание Президента Н. Назарбаева в декабре 2012 г. [7] с новым политическим курсом «Стратегия – 2050», в которой озвучены планы развития всех приоритетных отраслей, в том числе роль масс-медиа в формировании нового гражданского общества.

Если посмотреть на тенденции развития казахстанской прессы, то можно заметить, что у нее появляются отдельные черты зарубежных изданий.

Процесс приватизации и акционирования СМИ значительно демократизировал взаимоотношения СМИ и власти, СМИ и общества. Заметным шагом в этом направлении явился перевод многих СМИ на работу по выполнению государственного заказа. Одновременно демократизация внутренней жизни республики пока больше ставит проблем, чем решает их.

В последние годы все большее число политиков и ученых занимается поиском своего казахстанского пути развития, с учетом, конечно, мирового научного прогресса и общечеловеческих ценностей.

Этому способствуют положительные тенденции развития экономики. Однако обольщаться рано. И в отношении деятельности СМИ – тоже. В работе журналистов газет, радио и телевидения наблюдается сразу несколько тенденций:

- все казахстанские СМИ поделены между госструктурами и отдельными группировками, и они отстаивают не столько интересы своих читателей, слушателей и зрителей, сколько интересы своих собственников;
- многие СМИ считают, что только они знают истину и только они могут ее отстаивать;
- в Казахстане все больше появляется различных социальных групп, владеющих СМИ, которые пытаются навязать обществу свою модель интерпретации того или иного события.

Свобода информации является системообразующим элементом демократии. Демократия не может существовать без свободных и разнообразных СМИ, являющихся рупором общественного мнения. Власть также через СМИ имеет возможность оказывать влияние. Отношения власти и СМИ в развитых демократических государствах регулируются исключительно законами. Общим для всех стран является стремление к установлению и сохранению хрупкого баланса между свободой СМИ и их ограничением при соблюдении над ними контроля со стороны общества.

В законодательстве Казахстана, как уже было сказано, цензура запрещена. Гарантирована свобода слова. Предусмотрено право на ответ, оговорены сроки, в которые должны быть предоставлен ответ на запрос СМИ. Однако, эта норма закона чаще всего не соблюдается. Введение ограничений и цензуры в деятельности СМИ государство обосновывает интересами национального развития.

В отражении сложных, порой противоречивых процессов современного периода, а также достижений в построении основ общества с новыми производственными отношениями и реализации экономических реформ огромную роль играет деловая журналистика, которая во все большей степени становится важнейшим институтом демократии, активно способствует формированию складывающегося нового экономического сознания населения, «вербует» и множит ряды последовательных сторонников и участников радикальных реформ, проводимых в обществе» [8]. Правда, их доля в общем объеме прессы невелика.

По данным Министерства культуры и информации Республики Казахстан, половину всех печатных изданий составляют информационные СМИ, доля общественно-политических колеблется в пределах 16 %, научных – 9 %, рекламных – 10,5 %, детских, молодежных, женских и религиозных – не превышает в совокупности 4 % [9].

Лидерство среди печатных СМИ Казахстана делят между собой две газеты – «Инфо-Цес» и «Караван». У первой – читательская аудитория базируется в столице Астане, у второй – в основном у алматинцев, живущих на юге или передислоцировавшихся на север страны. Республиканская газета «Караван», принадлежащая агентству «Kazakhstan Today» (главный редактор Адиль Ибраев), популярна более десяти лет, правда, с переменным успехом. Общий тираж (с учетом региональных приложений) – около 500 тысяч экземпляров. Газета выходит на русском языке, это общественно-политическое издание. В ней публикуется наиболее дорогая реклама [10]. Уровень популярности в последние 2-3 года у газеты упал, поскольку материалы стали носить откровенно заказной характер и оттенок желтизны.

На пике популярности сейчас находится информационно-коммерческая пресса, а также отраслевая печать динамично развивающихся секторов рынка – компьютерного, строительного, нефтегазового, автомобильного и других.

Информационно-коммерческие издания охватывают все аудиторные группы читателей, их можно разделить на две основные группы.

Первая группа информационно-коммерческой прессы – это деловая, или бизнес-пресса. Лучшую ее часть составляет качественная печать, пресса мнений, глубоко анализирующая и оперативно сообщающая о ситуациях в сфере предпринимательства.

Вторая группа ставит своей целью получение коммерческого дохода от выпуска массовых газет, наполненных разнообразной легкой информацией, рассчитанной на широкие круги читателей, независимо от их возраста и профессий. Эта пресса служит товаром, на котором издатели сами делают свой бизнес, выпуская рекламные, справочные, развлекательные издания [11].

Рекламно-справочные издания рассчитаны на все категории читателей, в них содержится упреждающая информация, предлагающая сформировавшийся запрос. Бесплатные городские газеты, журналы, справочники также носят рекламный характер.

Кроме традиционно сложившейся типологической структуры СМИ – появляются новые специализированные издания, базирующиеся на рыночных отношениях, являющиеся атрибутами новой экономической политики. Специализированные и отраслевые издания, выпускающиеся в стране, достаточно обширны, но более всего насыщены газетами отрасли строительства, агросектор, нефтедобывающая отрасль, медицина, сельское хозяйство, ИТ-технологии.

В каждом областном центре, округе, районе есть свои местные издания. В основном это общественно-политические газеты, выпускающиеся на двух языках – казахском и русском.

Партийная и политическая пресса имеет высокий уровень распространенности за счет подписки и госзаказа, обязывающего многие государственные структуры и подразделения покупать и выписывать официальные издания. Религиозные издания выпускаются, но их можно пересчитать по пальцам.

Молодежная, детская печать в стране поддерживается в основном Министерством образования, которое издает свои журналы для детей, их родителей. Большое поле для работы есть у школьных, студенческих изданий, которые издаются самостоятельно в школах и вузах и набирают популярность в последние годы в стране.

По данным КАИГ: 9 из 10 издателей превышают тиражи своего издания в выходных данных. И «прирост» тиража составляет от 20 до 500 % [12].

По версии правительства, в настоящее время с целью выработки оптимальной модели деятельности СМИ на основе принципов свободы слова и независимости в стране проводится целенаправленная работа по взаимодействию с общественными объединениями, ассоциациями, международными организациями, институтами масс-исследований по вопросам развития средств массовой информации [13]. Однако, по мнению большинства журналистов, политическая обстановка в стране такова, что вопрос о свободе слова, о демократизации, о защите прав человека и прочих «вечных» темах тянется всегда как можно дольше и поднимается чаще всего на волне предстоящих выборов или особых для государства случаев. Многие редакторы, журналисты, просветители и просто неравнодушные граждане пытаются добиться не бумажных, а реальных сдвигов в сторону честности и открытости СМИ.

Сегодня СМИ стали индикатором нового мышления, формируя новое общественное сознание. Возросла их роль в демократических преобразованиях общественной жизни. Масс-медиа приобрели новые функции, подчеркивающие самостоятельность СМИ как социального института. Именно рост отечественной журналистики как социального института существенно отличает ее от предыдущих лет [14].

О лидерстве в развитии медийной инфраструктуры в стране за годы независимости свидетельствует ежегодно проходящий в Казахстане Евразийский медиафорум, собирающий большое число авторитетных представителей СМИ и общественных деятелей, как из ближнего, так и дальнего зарубежья. В этом году форум состоялся в апреле. Председатель правления Евразийского медиафорума, депутат Мажилиса Парламента Казахстана Дарига Назарбаева в своем выступлении подчеркнула: «Современные медиа – это грандиозный социальный феномен 21 века. Для меня совершенно очевидно, что происходящие в нашей отрасли процессы остро нуждаются в изучении и осмыслении» [15].

Итак, за более чем два десятка лет существования независимого Казахстана, сформировался национальный рынок СМИ со своими характерными особенностями и проблемами. Наличие развитых, организационно сильных и свободных средств массовой информации является одним из основных показателей демократического общества, но, к сожалению, информационный рынок страны находится в сильной зависимости от государства. Как отметил глава страны Н. Назарбаев на последнем Евразийском медиафоруме,

главной миссией национальных и глобальных масс-медиа в XXI веке является «укрепление единства нашего общества, обеспечения уверенного движения страны по дороге прогресса» [16]. А также появление новых СМИ – «средств массовых инноваций». Вероятно, это и станет новым витком развития информационного рынка страны.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Нурбеков С. Ж. СМИ Казахстана в условиях глобализации / С. Ж. Нурбеков // <http://www.postsoviet.ru>.
2. www.minkultury.kz, данные 2006 г.
3. Концепция развития конкурентноспособности информационного пространства РК на 2006-2009 г. – Астана, 2006.
4. Законодательные условия Республики Казахстан в сфере информатизации и развития Интернет, <http://old.internews.kz/rus/gipi/comments/comments0012.htm>.
5. Власти еще больше прижмут СМИ // <http://www.respublika-kaz.info/news/politics/19101/06.12.2011>.
6. Грабельников А. А. Открытый финал / А. А. Грабельников // Журналисты XX века. – М. : Олма-пресс, 2003. – С. 593.
7. СТРАТЕГИЯ «Казахстан-2050» // http://www.akorda.kz/ru/page/page_poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-naz-

arbaeva-narodu-kazakhstan-14-dekabrya-2012-g_1357813742.

8. Нургожина Ш. Деловая пресса : пресса и экономика / Ш. Нургожина // «Мысль», 2002. – № 10.
9. Средство массовой информации // <http://ru.wikipedia.org/wiki/>.
10. www.karavan.kz.
11. Сейтжанова Ж. Типология современной прессы / Ж. Сейтжанова // История журналистики Казахстана, глава III, http://www.unesco.kz/massmedia/pages/3_1.htm.
12. Науменко Я. Печатные СМИ Казахстана – быть или не быть? / Я. Науменко // <http://www.kapital.kz/gazeta/biznes/pечатnie-smi-kazaxstana-%E2%80%93-bit-ili-ne-bit.html>.
13. СМИ и интернет <http://www.kazakhstanlive.ru/country/soc/smi/>.
14. Нурбеков С. СМИ независимого Казахстана С. Нурбеков // История журналистики Казахстана, глава I, http://www.unesco.kz/massmedia/pages/1_3.htm.
15. Дарига Назарбаева. Взлом твиттер-аккаунта «Associated Press» развеял ожидания, что технологии сами по себе решат все жизненные проблемы/ <http://www.inform.kz/rus/article/2553534>, 25.04. 2013.
16. Нурсултан Назарбаев принял участие в работе XI Евразийского медиа-форума / http://www.zakon.kz/top_news/4553695-nursultan-nazarbaev-prinjal-uchastie-v.html, 25.04.2013.

Мамбетова И. К.

РУДН, аспирантка кафедры массовых коммуникаций.

Mambetova I. K.

PFU, postgraduate student department of mass communications.