**Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ, журналистика факультетінің аға оқытушысы**

**Садуақасов Абай Айтмұқашұлы.**

**ҚАРЖЫ ЖАҒЫНАН ТӘУЕЛСІЗ БАСПАСӨЗ ҚҰРУ ЕРЕКШЕЛІГІ**

Тәуелсіз және тиімді БАҚ-тың өмір сүруі, ертеден кезкелген жетістікті демократияның бейнесін білдіреді, сондай-ақ ол жаңа жұмыс орындарын ашатын нарықтық экономикамен өте тығыз байланысты.

Экономикалық прогреспен қатар тиімді де тұрақты жұмыс істеп тұрған БАҚ тәуелсіздігімен өміршеңдігі жөнінде саяси шеңберден тыс мәселе көтереді. Егер БАҚ-тың дамуы мен балалар өлімінің азаюы экономикалық көрсеткіштерге байланысты болса - онда Дүниежүзілік банк пен БҰҰ-ның даму бағдарламасы сияқты институттар БАҚ-ты жалпы әлеуметтік, экономикалық процестердің қозғаушысы ретінде қолдауы қажет /1/.

Шындығында БАҚ-пен экономикалық құбылыстардың арасындағы байланыс бір көрінгендей қарапайым емес. БАҚ экономикалық әрекеттерге ықпалын тигізеді, бірақ жалпы экономикалық жағдайы өзінен өзі БАҚ-ның денсаулығына әсер етеді, соның бастылары аудиторияға әсер ету және жарнама берушілерге әсер ету болып табылады, себебі оның нәтижесінен бұқаралық ақпарат құралдарының қаржылай тәуелсізді туындайды. Әр елдің тәжірибесі көрсеткендей баспасөз елдің экономикалық жағдайына байланысты құрылады, оған күш бере отырып және өзі де одан күш алады - әрине бұның бәрі заң мүмкіндік бергенде, сонымен қатар БАҚ басшыларының өткірлігі мен саясатының арқасында ғана болады.

Польшаның «Газета выборга» атты ірі апталық басылымы коммунизм кезеңіндегі әскери жағдайдағы қиын-қыстау жылдарды басынан өткерді, түрмеге отырғызылған редакция қызметкерлерін қолдау үшін басылым қолмен терілді. Баспасөзді мемлекеттің темір бұғауынан босатқан демократия бүкіл экономикалық тәртіпті және бұқаралық ақпарат құралдарының жағдайын түбегейлі өзгертті. 90-жылдардың ортасында «Газета выборга» жекешелендіріліп радиода, телевизияда және интернетте жұмыс істей бастады, сондай-ақ Польшадағы жеке жарнама берушілердің нарығын игере бастады /1/.

Бір кездегі қуғын-сүргінге ұшыраған бұл газеттің редакторы София Быдлинска жұмыс ауқымын кеңейте түсу үшін есеп жүргізе отырып өтпелі кезеңде алынған акцияларының құны көтеріліп 2,3 млн.долларға өскенін байқады.

Шындығында, барлық медиа-компаниялар осындай дәрежеге көтеріле алмайтынын айтқан жөн. Малавилік журналист және редактор, кәсіпкер 1999 жылдың қантарында «Бизнес уотч» атты тәуелсіз, айына бір рет шығатын журналдың негізін қалады, бұл журнал Африканың оңтүстігіндегі демократиялық дамуға енді бет алған елдің экономикалық даму жағдайын, кәсіпкерліктегі жаңалықтар тақырыбын бейнелеуге арнаған. Ол үнемдеп табыс сұрамайтын әлі журналистік оқуынбітірмегендерді жұмысқа алды және өз басылымына малавиялық жеке жарнама берушілерді тартты. Бірақ, оқырмандар төлем ақы төлеген төрт нөмірден соң әрбіреуі 500 данамен «Бизнес уотчты» жабуға тура келді. Құны өскен акцияларының пайдасын есептеудің орнына Андерсон Фимуланш, басылымының жабылғанына екі жыл өтседе төлеуге ұсынылған есеп-шоттан арыла алмады және «Мен әлі телефонның төлем ақысын төлемедім» - деп реніш білдіреді.

Көптеген кедей мемлекетгердің қатарына жататын Малавида сауатсыздықтың деңгейі жоғары және тауар тасымалдау мен бизнестің саясатқа ықпалы жоқ. Польшадағы медиа-бизнестерге шетелдік инвесторлар миллиондап долларлар құйғанда, африканың өзін-өзі ақтамайтын бұқаралық ақпарат құралдары ешқандай аудиториясы мен пайда түсіретін жарнамалық базасы жоқ батыр баспасөз ретінде қабылданды, тіпті саяси жағдай мен заңдары бұған кедергі келтірмейтіндігі де айтуға болады. Көбіне бұл елдерде басты жарнама беруші ретінде мемлекет болады. Тіпті тәуелсіз компаниялардың өздері мемлекетті сынға алатын баспасөзге жарнамасын бермейді.

БАҚ-тың құқысы мен міндеті жайлы қызу дебаттардың астарында БАҚ-ты қолдайтын бағдарламалармен айналысатын халықаралық ұйымдар елеп ескере бермейтін қарапайым дерек жатыр: бұқаралық ақпарат құралдары бұл - бизнес. Жоғарыда келтірілген Польша мен Малавидің тәжірибесі ақпарат бизнесі үлкен жетістіктерге жетумен қатар сәтсіздіктерге де әкеп соғуы мүмкін. Кез келген бизнес іспетті ақпаратгық бизнесте қоршаған экономикалық ортаның ықпалына тәуелді. Бірақ ол ішкі валдық өнімінің өсуі мен төмендеуіне қарағанда көп жұмыс атқарады. Медиа-бизнестегі табыстылық аудитория құрудағы, бедел жинаудағы стратегияның әртүрлі экономикалық жағдайға байланысты құрылуымен анықталады.

Сонымен қатар көптеген сараптаушылардың айтуынша тиімді жұмыс істейтін БАҚ «дамуға үлес қосқан» нарықтың тиімділігіне және қоғамның ақпараттық потенциалын көбейтуге үлес қосқан БАҚ, бұл шарттардың бәрі тек қаржылай тәуелсіз БАҚ болғанда ғана іске асатындығын есте ұстау керек. Бүл тәуелсіздік өз кезегінде экономикалық ортаға байланысты, оны нақтылы медиа-компаниялар жекелеген экономикалық құбылыстарды өз пайдасына пайдалана білуі керек.

Қаржы жағынан тәуелсіз болу жолы

Қаржылай тәуелсіз болу өте қиын жол. Қаржылай қиындықтар қалталы байлардың қолына итермелеп тәуелсіздігінен айыру мүмкін. Әлсіз демократиялық жағдайда қаржылай қатынасы әлсіз БАҚ саяси және экономикалық мүдделердің қолында кетіп, бизнестің құралы емес үгіт-насихат жүргізетін құралға айналуы мүмкін.

Өтпелі кезеңде Словакиялық іскерлік апталық газеттердің қолдаушысы болған, кейіннен сол елдегі «Правда» газетінің редакторы Татьяна Репкова былай деп жазады: «Бұрынғы коммунистік елдердегі цензураның орнына сөз бостандығын шектейтін экономикалық жағдай келді. Тәуелсіздік көзқараспен қарағанда бұл жақсы, бірақ оныбәрі түсіне бермейді». Осыған ұқсас пікір 2001 жылдың қазан айында журналистиканың Халықаралық орталығының интернеттегі бюллетенінде жарық көрді

(<http://www.ijnet.org> ) Онда былай делінген: «Сербиядағы басылым БАҚ-ы қиын экономикалық жағдайға душар болып отыр, көбіне қаржыландыру көзін қажет етеді. Нәтижесінде «олар саясаткерлердің қанжығасына оңай түсіп қалады»», - деген, «Бета» ақпарат агенттігінің бас редакторы Драган Янич, Философия және социология Институты жүргізген дөңгелек стол дискуссиясының қатысушыларына қаратып.

Сербтік редактордың айтуынша экономикалық қиындықтар БАҚ-тың қиындықтан шығу жолын іздестіруге міндеттейді, ал бұл саясаткерлердің қолдауымен және жекелеген арнайы мүдделерді құрған топтарға әкелуі мүмкін. Бұл жағдайда редакция саясатының еркіндігі жапа шегуі мүмкін. Газеттің немесе насихат жүргізуші компанияның жұмысы тиімсіз болуы мүмкін, ал егер ол сайлауды жеңіп шығуға көмектессе немесе керекті заңдардың қабылдануына атсалысса ол баспасөздің иесі өз жұмысының нәтижесімен, кеткен шығын ақталды деуіне болады.

Посткеңесік елдер экономикалық процестердің жоғарлауы мен құлдырауларынан болатын қиындықтардың баспасөзге әсер етуі жағынан көрнекті дәлел. Кеңес Одағының құлаған екі жылынан соң елдегі еркін бұқаралық ақпарат құралдарының дамуы қарқынды жүрді, бірақ жаңа медиа-мәдениет экономикалық ауыр шындықтармен қарамақайшылыққа тірелді. Ал, сондай-ақ, он жылдың ішінде кісі басына шаққандағы пайданың кірісі 50 пайызға төмендеп, жарнамаға кететін шығын нүктесінде тұрып қалды, көптеген бұқаралық ақпарат құралдары жаңа жоғары саяси деңгейдегі қаржыландырушылардың қолына түсіп қалды, олар мемлекеттік және БАҚ-ты өз тар мүддесінде қолданатын жеке адамның иелігі.

Кеңес үкіметі ыдырағаннан кейін көптеген ресейлі БАҚ-тар кәсіби тәуелсіздікке, сонымен қатар, мемлекет тарапынан және бизнес саласындағы қаржыландырушылар тарапынан материалдық көмек іздестіре бастады. Бұл форма құлау, құлдыраудың жолы болатын. Біріншіден, мемлекет өте аз қаржы бөлді, оған қазіргі таңдағы медиа-компаниялар құру мүмкін еместі, ал екіншіден, одан әрі партиялыққаржыландырушыларға тәуелді болу сапалы журналистиканы ұйымдастыруға не БАҚ-қа маңызды аудиторияның түсіністігін де посткеңестік кезеңде алшақтатты.

Дьюк Университетінің Терри Сэнфордындағы Ресей БАҚ-ын зерттеушілерінің бірі Эллен Микиевичтің пікірінше БАҚ-тың тұтынушылары мына құбылыспен келесіп кеткен дейді: ресей оқырмандары мен көрермендері ақпараттың дәлдігі мен ақиқаттығын күтпейді себебі «ақпарат атты құбылыстың өзі нақтылы нәтиже емес»-деп біледі. Сондықтан ресейліктер БАҚ өнімдеріне бір тенденциядағы хабарламалардың жиынтығы деп қарайды, соның ішінен тыңдаушылар шындыққа жанасатын ақпараттарды өздері құрастыруы қажет.

Бұл күндері аймақтық үкіметтер өз бюджеттерінен белгілі мөлшерде БАҚ-ты қолдауға қаржы бөлуде, қаржының көлемі көп болмаса да бұл субсидилер тәуелсізбәсекелестерінің басын ауыртуы мүмкін, себебі олардың не саяси әріптестері жағынан қолдауы жоқ және жергілікті үкіметтік органдар көмек көрсетіп орырған жоқ. Олар субсиди алып отырған бәсекелестері тарапынан үлкен проблемаларға душар болып отыр, себебі субсиди алған бәсекелестер кеткен шығынды өтеуде мемлекет бөлген қаржымен есеп айырысып және төмен құнды жарнамаларды басуға мүмкіндігі бар.

Кейбір мемлекеттен тәуелсіздігін сақтап қалған медиа-компаниялар 1990 жылы Ресейде пайда болған қаржылай кәсіпкерлік империяның қолдарына түсіп қалды. Бұл аталмыш «олигархтар» БАҚ-ты сапалы және жаңалықтар көзі ретінде қарастырудан гөрі өз мүдделерін қорғайтын үгіт-насихат жүргізуші топ ретінде қарастырады. Бұндай БАҚ-ы мемлекет пен олигархтар арасында күрес қүралы ретінде пайдаланылды, соның нәтижесінде бұл ақпарат құралдарының және мемлекетке жағымды ақпарат қүралдарының «тәуелсіздігі» шектелді.

Бірақ соған қарамастан көптеген ресей БАҚ-ның басшылары, ел өтпелі қиын кезең фазасынан өтіп енді Польша немесе бұрынғы Шығыс Германияның жағдайына өтеді дейді. Тұрақты экономикалық жағдай құру қажет, БАҚ-на шыншыл жарнама берушілердің тобы келіп мемлекетгік көмек пен олигархтық субсидиялардан азат етуі керек.

Сандық үзіліс және сандық шекара

Бүгінгі таңда «сандық үзіліске» байланысты әлемде алаңдаулар туып отырғанда мынаны айта кеткен жөн, әдетте жоғары сандық технологиялардың дамуы ескі технология негізінде ақпарат кеңістігі бұқаралық ақпарат құралдарына толы болған жерде жүреді. Бұл жөнінде Пиппа Норрис «Сандық үзіліс: азаматтық қоғамның белсенділігі, ақпараттың кедейшілік пен интернет әлем елдерінде» деген еңбегінде былай деп жазады: «Швеция, Америка Құрама Штаттары және Австралия сияқты ақпараттық технологияларға бай елдер басқа елдерден тек интернетті пайдалану жағынан ғана алда емес, сонымен қатар басқада коммуникацияның құралдары тарату жағынан да, персоналді компьютерлер мен кәдімгі ұялы телефондарды пайдалану жағынан да алда. Ескі мен Жаңа медиа-технологияларды пайдалану жағынан белгілі бір өзгешелік жоқ, ол онлайндық БАҚ серверлердің таралуы мен телефон, персоналдық компьютерлер, радиоқабылдағыштар мен теледидарлар және газеттік басылымдарға байланысты. Бұл дамушы елдердің жалпы әлемдік коммуникациялық ағымдардан артта қалып келе жатқанын білдіреді, мысалы, Буркина-Фасо, Йемен мен Вьетнамда көптеген ақпараттық технологиялардан артта қалған, сондай-ақ, дәстүрлі БАҚ, радио сияқты және газеттер, ал мобильді телефон байланысы мен компьютерлік коммуникациядан мүлдем артта қалған»/1/.

Сонда да онлайндық мүмкіндіктер кейбір журналистерге мемлекеттің дәстүрлі БАҚ-қа қадағалауын айналып өтуіне мүмкіндік береді. БАҚ дамуындағы эволюциясының қызықты процестерінің бір Малайзияда болды, бұл «азиялық экономика кереметі елінде», Махатхира басқарып тұрғанда «қатыгездік» пен «зұлымдықты» жариялымдарға тиым салатын заң қолданған. Түгел жаңалықтықбасылымдар жылына лицензияланатын болған. Арандатушылық туралы заң және ішкі қауіпсіздік туралы заң үкіметтің саясатын сынауға тыйым салатын болған.

Бірақ Малайзиядағы онлайндық медиа платформалар жоғары қолдауларға ие, себебі жоғары технологиялардың отаны болып есептелінетін елде бұл салаға дәстүрлі БАҚ-қа қойылған шектеулер қойылмауға тиіс.

Үкіметтің көзқарасына келіспей қарсылық білідіретін новатор-журналист Стивен Ганнің 1999 жылдың аяғында интернеттегі «Малайзиакины» газетіне қолдау көрсетіп оны бүгінгі күнге шейін шығарып келеді. Бұл газеттің оқырман аудиториясы 120 000-нан 150000 адам. Оңтүстік-Шығыс Азияның баспасөз ұйымынан алған бастапқы капиталдың арқасында 18 ай өткен соң өзінің интернет-басылымына 100.000-дай оқырман тартты, бұл ол есептеген 20 000-нан бес есе көп. Жарық көру барысында «Малайзиакины» өзіне жеке жарнама берушілерді тартып, шығындарының 50 пайызын ақшалай жапты.

Мұндай бизнес-стратегия Малайзия экономикалық және саяси реалдарына бейімделген, белсенді жарнама беру базасымен қатар онлайн режимінде дәстүрлі баспасөз баспайтын материалдарды беретін, электронды газетті оқитын аудиториясы бар. «Ең басты мәселелердің бірі осы саланы дамытуға дәстүрлі баспасөзді өз қарамағында ұстап интернетке цензура қоймауға келіскен мемлекеттің саясаты оңды болып біз оны қазіргі күні пайдаланып отырмыз» - дейді Ган/2/.

Тез даму прогресіне ие болған Орталық және Шығыс Европа елдері реформалардың қарқынды жүруі - экономикалық реформаларды БАҚ дамуының құрамдас бір бөлігі ретінде кіріктірген. Бүл елдер бұқаралық ақпарат құралдарының жекешеленуін қолдап қана қоймайды, сонымен қатар мемлекеттік және аймақтық бюджетке салмақ салуды азайту, экономикалық реттеуші саясатын жүргізу, медиа-бизнесгі экономикалық қолдау жағдайын жақсарту мәселелерін ақпараттық негізге қоюды көздеген. Сондай-ақ, олар БАҚ-тың мемлекеттік органдарды сынауы жағдайында еркін өмір сүріп үйренген, себебі ондай сынау үкіметтің саясатында кеткен қателіктерді түзетуіне қызмет етеді деген сенімде.

**Сілтемелері:**

1.Тим Карринггон және Марк Нельсон // « ҒАЛАМДЫҚ ПРОБЛЕМАЛАР»

АҚШ Мемлекеттік департаментінің электронды журналы, 2003 жылдың ақпаны, 8 том, 1 нөмірі.Тим Каррингтон - Дүниежүзілік банк Институтының қоғаммен байланыс және баспасөзбен байланыс қызметкері. Марк Нельсон - Дүниежүзілік банк Институтының Париждегі бағдарламасы жетекшілерінің бірі. Екеуі де негізінде «Уолл-стрит джорнэл» журналының бұрынғы тілшілері болып қызмет еткен.

2. ҒАЛАМДЫҚ ПРОБЛЕМАЛАР. АҚШ Мемлекеттік департаментінің электронды журналы, 2003 жылдың ақпаны, 8 том, 1 нөмірі.

3. http://www.ijnet.org