

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени АЛЬ-ФАРАБИ

ГАЛИЯ ИБРАЕВА

НА ПЕРЕКРЕСТКЕ КОММУНИКАЦИЙ:  
ЖУРНАЛИСТИКА, МЕДИА КАЗАХСТАНА

Алматы  
«Қазак университеті»  
2013

УДК 070(574)  
ББК 76.01(2к)  
И 150

*Рекомендовано к изданию Ученым советом факультета  
журналистики и РИСО КазНУ им. аль-Фараби*

**Рецензенты:**

профессор, доктор политических наук *Н. Романова*  
профессор, доктор политических наук *Г.О. Насимова*

**Ибраева Г.**

И 150 На перекрестке коммуникаций: журналистика, медиа Казахстана. – Алматы: Қазақ университеті, 2013. – 238 с.

**ISBN 978-601-04-0188-4**

В предлагаемой монографии автор анализирует процесс формирования нового информационного пространства в государствах Центральной Азии и Казахстане, показывает взаимосвязь журналистики как общественно-политического и социального института общества, раскрывает роль журналистики в осознании обществом новых экономических и политических реалий.

Предназначена для журналистов, политологов, исследователей теории массовой коммуникации, а также студентов, магистров и докторантов PhD факультетов журналистики, политологии.

**УДК 070(574)**  
**ББК 76.01(2к)**

ISBN 978-601-04-0188-4

© Ибраева Г.Ж., 2013  
© КазНУ им. аль-Фараби, 2013





## ПРЕДИСЛОВИЕ

Медиа-индустрия в Казахстане развивается с учетом современных тенденций, среди которых выделяются два главных вектора.

*Первый* состоит в том, что в нашей стране активно используются новые цифровые технологии, запускаются спутники связи, получают широкое распространение веб-издания, а СМИ разных форм собственности и форматов изданий переводятся на конкурентные формы финансирования, к каким относятся государственные закупки информационных услуг. Последнее дает равные права на жизнь государственным и частным, бумажным и электронным изданиям.

*Второй вектор* – это набирающий обороты процесс национальной идентификации СМИ, с акцентированием именно традиционных морально-нравственных ценностей, что не исключает соблюдения общественных интересов, принципов свободы слова и социальной ответственности.

Возможно ли, чтобы эти два вектора шли в одном направлении и усиливали друг друга в целях поступательного и позитивного развития коммуникации? Как совместить интересы медиа-сообщества, какими способами регулировать его движение и нужно ли это делать в условиях рынка? На эти вопросы нужно обязательно найти ответы, поскольку сегодня мы переживаем очередную революцию в медиа-среде.

Если вдуматься, то за последние 500 лет, со времени первого появления средств массовой информации, можно выделить лишь четыре важных эпизода, повлекших за собой кардинальные перемены в обществе. Это печатный станок (XV век)<sup>1</sup>; телеграф, потом телефон; фотография и синематограф (XIX век) и, наконец, радио и телевидение (XX век)<sup>2</sup>. А затем появился Интернет! До него ни одно из средств коммуникации

---

<sup>1</sup> Вороненкова Г.Ф. Путь длиною в пять столетий: от рукописного листа до информационного общества. (Национальное своеобразие СМИ Германии). – М., 1999. – 640 с.

<sup>2</sup> Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. с англ. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

не предполагало одновременного общения между целыми группами людей, отдаленных друг от друга на огромные расстояния.

Следующее достижение медиа нашего времени – переход СМИ на цифровые носители, что позволяет всем средствам массовой информации получать сведения, используя Интернет. Находясь в Сети, теперь можно не только читать газеты, книги, журналы и смотреть телепередачи, документальное и игровое кино (для развитых стран мира это уже вчерашний день), но и получать новые профессиональные знания, повышать квалификацию, слушать лекции профессоров престижнейших университетов, участвовать в совместных научных и социальных проектах, проходить тесты на профессиональную состоятельность...

«Интернет стал средством организации и управления»<sup>1</sup>, - считает Билл Гейтс, и это третье достижение нашего времени: из пассивных зрителей и потребителей мы, посредством Интернета, становимся производителями услуг, знаний, товаров и так далее.

Процессы, происходящие во всем мире, не только находят отражение на коммуникационном рынке Казахстана, но и входят в плоть и кровь жизни общества. Казахстанцы уже не представляют себе жизни без Интернета, без тех широчайших возможностей, которые он открывает перед каждым экономически и социально активным человеком. Другими словами, наша страна, как и все другие, открыта всем информационным потокам и становится частью «проекта» под названием «глобализация»<sup>2</sup>.

И в этих новых условиях, когда молодые независимые государства, такие, как Казахстан, ведут поиск самоидентификации, строят национальную государственность. Одним из

---

<sup>1</sup>Bill Gates The Road Ahead (+ Audio CD) Серия: Penguin Readers 3 Издательство: Pearson, 2008.

<sup>2</sup> Государственная программа «Информационный Казахстан – 2020»// [http://egov.kz/wps/portal/Content?contentPath=/egovcontent/transports/communications/article/gp\\_inf\\_kaz\\_2020&lang=ru](http://egov.kz/wps/portal/Content?contentPath=/egovcontent/transports/communications/article/gp_inf_kaz_2020&lang=ru)

инструментов этого сложного и многопланового процесса является журналистика, отрасль, которая в современном мире наиболее глубоко включена в глобальные тренды.

Благодаря СМИ возникает мощная информационная коммуникация общества, основанная на содержательной информационной инфраструктуре. Двусторонняя коммуникация между властью и обществом проходит эволюционный путь от массового сознания к структурированному, то есть к определенной группе реципиентов, которые нуждаются в расширении информационного контента.

Государство создает симметричное информационное поле, организует построение диалога, расширяет площадки дискурса и насыщает их информационным контентом. Анализ показывает, что Казахстан создал свою информационную модель, основанную не на сиюминутном успехе, а на формировании качественного контингента потребителя информации. Таким образом, за период независимости создана основа для качественной информационной политики, учитывающей интересы двух сторон, и это становится основой устойчивого развития государства, которое развивается без срывов и провалов. Однако все это может оказаться не столь прочным, как мы себе представляем.

Какие существуют опасности?

Это снижение роли традиционных СМИ, как телевидение, радио и печать, в пользу онлайн медиа, которые работают «точечно» и формируют свою информационную среду. Сегодня казахстанцы предпочитают получать информацию из Интернета. Традиционные СМИ – это, в представлении зрителей и читателей, государственные издания и каналы, в то время как онлайн, которые относительно свободны от контроля со стороны государства<sup>1</sup>, достаточно успешно формируют общественное мнение. Аналитики считают, что «число тех, кто интересовался местными газетами, снизилось с 32% в 2004 году до 18% в 2012 году»<sup>2</sup>. Данные социологов не утешительны, так как «среди семей,

---

<sup>1</sup>Сб.: Безопасность: международная, региональная, национальная (системный подход). - Алматы: Дайк-Пресс, 2007. – 592 с.

<sup>2</sup> Казахстанцы предпочитают узнавать новости в Интернете - президент ОФ "Центр

одинаково хорошо владеющих русским и казахским языками, процент получающих информацию в Сети составляет 38%. Там, где говорят только на русском, - 34%.» Гораздо ниже процент общающихся в «Интернете исключительно на казахском языке для чтения и просмотра новостей»<sup>1</sup>.

Это серьезный повод для принятия экстренных решений по развитию казахского сегмента в Интернете. С другой стороны, чрезмерное увлечение Интернетом, социальными сетями и блогами, не так позитивно, как считалось ранее, что общение в виртуальном мире порождает псевдожизнь, «квазисуществование», становится симулятором деятельности, «социально-культурным адом», что интернет это «коллективная сетевая иллюзия, что все нормально, хотя все ненормально»<sup>2</sup>. Поэтому новые гаджеты, делающие более доступными информационное пространство, имеют свои плюсы и минусы.

Опасности порождает социальное расслоение общества на сельское и городское, бедное и богатое, что в результате делает его малочувствительным ко всем без исключения медиа. Примером может стать активное противостояние пенсионной реформе в Казахстане, несмотря на разъяснительную работу правительства через СМИ. Это возможная «информационная война», которая подтверждает усиление интереса к Казахстану зарубежных СМИ «как к важному энергоносителю, как фактору стабильности в регионе»<sup>3</sup>.

Каковы ведущие тренды в современной журналистике Казахстана?

Самоидентификация актуализирует тренд развития казахско-язычной журналистики. Он проявляется как бы в ответ на угрозу потери политической независимости и обострившуюся конкуренцию на геополитическом уровне. Государство создает

---

социальных и политических исследований "Стратегия" Г. Илеуова  
<http://today.kz/ru/news/kazakhstan/2013-09-06/93689>

<sup>1</sup> Там же.

<sup>2</sup> Дугин А.Г. О ЖЖ и социальных сетях, Дискуссия феномене ЖЖ и социальных сетей  
[http://www.wmos.ru/forum/index.php?FID=32&PAGE\\_NAME=read&TID=1496](http://www.wmos.ru/forum/index.php?FID=32&PAGE_NAME=read&TID=1496)

<sup>3</sup> Бокаев С. Политологи рассказали об информационной войне с Казахстаном  
- Подробнее: [http://tengrinews.kz/kazakhstan\\_news/politologi-rasskazali-ob-informatsionnoy-voyne-c-kazhstanom-226632/](http://tengrinews.kz/kazakhstan_news/politologi-rasskazali-ob-informatsionnoy-voyne-c-kazhstanom-226632/)



все условия для возрождения казахской журналистики. Численность газет и журналов на казахском языке значительно увеличилась. Впервые только на казахском языке стала вещать ТРК «Казахстан». Открылся ряд казахоязычных каналов для детей и юношества, такие, как «Балапан», «Мәдениет» и «Білім». Международный круглосуточный канал «CaspioNet», который выходит под новым брендом «Kazakh TV» на трех языках: казахском, русском и английском. Первый в стране цифровой круглосуточный информационный канал «KZ.24» ежесуточно выдает в эфир 48 выпусков новостей и 40 информационно-тематических программ. Запущена национальная система спутникового телевидения «OTAU TV», в том числе и в кабельных сетях.

Создание позитивного образа Казахстана – тоже тренд. Он позиционирует Казахстан как успешное государство. Более 10 лет проводится Евразийский медиа-форум под патронатом политического деятеля Дариги Назарбаевой. В Астане открыт суперсовременный медиа-центр «Казмедиа орталығы».

Ожидается, что в 2015 году Казахстан окончательно перейдет на цифровой формат. Стоимость Интернета с каждым годом дешевеет, число пользователей расширяется. Решается вопрос о профессиональной подготовке специалистов нового поколения. Открыта кафедра онлайн-журналистики в КазНУ им. аль-Фараби. Создан новый международный университет информационных технологий. Преподаватели, магистранты, докторанты PhD обучаются за рубежом по программе «Болашак», а профессиональные журналисты стажировались в крупных телерадиокомпаниях, издательствах и редакциях газет, журналов. Студенты по программе академической мобильности МОН РК ежегодно выезжают в зарубежные университеты. В будущем Казахстан, согласно Государственной программе «Информационный Казахстан – 2020», ожидает всеобщая компьютеризация и цифровизация информационного пространства.

Тренд *конкурентности* создает модели медиа-бизнеса, структурно соответствующие медиа-холдингам. Издания одиночные станут неконкурентоспособными, они не будут поспевать за технологическим прогрессом. Возникает внутренний *CrossRoad*. Журналист теперь должен создавать медиа-продукт, который легко адаптировать как к телевидению, радио и печати, так и к цифровым носителям, а еще, может, даже для анимации и компьютерных игр<sup>1</sup>.

Еще один тренд – «*снижение*» влияния государственных СМИ, получающих основную долю финансирования за счет государственного бюджета через госзакупки. Постоянная поддержка, не зависевшая от качества предлагаемого данными изданиями контента, снизила их конкурентоспособность на рынке масс-медиа, в то время как частные издания и каналы наращивали мускулы, нащупывали свой особенный контент, своего потребителя<sup>2</sup>. Обостряет ситуацию возможность получения достоверной информации через Интернет, что заставляет государство задумываться о своей роли в получении и распространении информации. Оно не хочет отказываться от функции "регулирующего" и контролера, которому принадлежит право определять медиа-политику<sup>3</sup>.

Вместе с тем от новых трендов никуда не деться. Это признается и на самом высоком уровне. Недаром Президент РК Н.А. Назарбаев, выступая на торжественном собрании, посвященном 20-летию независимости, говорил о том, что «XXI век привёл в движение всю мировую архитектуру», что «в ближайшие 10-15 лет мир ожидает новая технологическая революция», что «ключевое направление социальной модернизации – развитие информацион-

---

<sup>1</sup>Wilkinson J., Grant A., Fisher D. Principles of convergent journalism. - New York, 2009. – 234 p.

<sup>2</sup>См.: Олжас А. Несколько слов о государственной поддержке СМИ или Финансовое извращение. Источник: <http://camonitor.com/archives/4986>

<sup>3</sup>М.Тажин призвал казахстанские государственные СМИ «не подменять реальную работу поверхностной пропагандой». Источник: <http://newsblog.kz/2013/02/22>

ного общества». И поставил задачу: всеобщая компьютеризация общества, цифровизация информационного пространства»<sup>1</sup>.

В связи с этим нужно ожидать, что традиционные средства информации постепенно будут заменяться новыми цифровыми технологиями, компьютерными платформами в Интернете<sup>2</sup>. Динамика развития информационного пространства в Казахстане - яркое свидетельство активности этого процесса.

Показатели глобального индекса конкурентоспособности по фактору «Уровень технологического развития» открывают следующую картину: если в 2004 году количество абонентов сотовой связи составляло 16,3 на сто человек, то в 2011 году – 141,5, то есть возросло почти в девять раз. Количество пользователей Интернета в 2011 году стало составлять 53,4 на сто человек»<sup>3</sup>. Всего через год число пользователей Интернета за третий квартал 2012 года составило 9,7 млн. человек<sup>4</sup>.

Эти цифры не просто показатель информационной оснащенности общества, это, прежде всего, свидетельство нового содержания информационного пространства, которое функционирует по новым правилам. Это не традиционная ежедневная утренняя газета за завтраком, это не новости по утреннему радио в салоне машине и вечерние новости на диване по телевидению, это совершенно новая неограниченная во времени и пространстве информационная среда, которая практически сопровождает каждого казахстанца круглосуточно, с утра до глубокой ночи, где бы при этом он не находился.

Вместе с тем Глава нашего государства предупреждает, что последующие два десятилетия могут быть очень сложными.

---

<sup>1</sup> Выступление Президента Республики Казахстан – Лидера нации Н.А. Назарбаева на торжественном собрании, посвященном 20-летию Независимости Республики Казахстан.15.12.2011г.)// Казахстанская правда.- 16 декабря.- 2011.

<sup>2</sup> Медиаэксперты констатировали неизбежность перехода СМИ в цифровой формат <http://tvpronet.com/archives/1288>

<sup>3</sup> См.: «Развитие интернет-сферы в Центральной Азии InternetCA-2012», Грань между Интернетом и традиционными СМИ стирается.// Панорама. - №22. - 8 июля 2012., Исследование «Интернет в Казахстане. Казахский контент, Казахская Интернет-экономика, Казахское Интернет-право, Казахскоязычный сегмент. - Алматы, 2010.- 400 с. [http://www.stat.kz/digital/inf\\_obshestvo/Pages/default.aspx](http://www.stat.kz/digital/inf_obshestvo/Pages/default.aspx))

<sup>4</sup> Связь в Казахстане. Бюллетень. <http://www.bnews.kz/ru/news/post/120946/>

Имеется в виду и новая система коммуникации глобального мира. Политологи склоняются к тому, что развитие информационных технологий и распространение их создает ситуацию «информационных пожаров». Информация о действиях властей, о событиях самого разного масштаба и значения немедленно попадает в сети и становится доступной всему обществу, формирует общественное мнение и общественную реакцию, которые не могут остаться без внимания и реакции. Непрофессионализм или медлительность последней может стать причиной более серьезного конфликта. Отсутствие грамотной информационной политики, предполагающей переток информации «снизу вверх» или «сверху вниз», чревата непредсказуемыми последствиями, принципы коммуникации и теории информации, разработанные Клодом Шенноном, никто не может оспорить, они стали аксиомой<sup>1</sup>.

В подтверждение высказанных выше тезисов автор приводит дискуссии, происходящие вокруг новых форм медиа, в которых в недалеком будущем будут существовать СМИ. Российский журналист-блоггер И. Засурский считает, что социальные сети и блоги не убьют профессиональную журналистику, потому что журналисты умеют интересно рассказывать любые истории, проверять и поставлять читателю достоверную информацию, что не является основополагающим для блоггеров<sup>2</sup>». А американский аналитик Кен Доктор склоняется к тому, что «традиционные печатные СМИ практически исчезнут к концу десятилетия, а их место займут цифровые медиа, что доходы изданий будут за счет читателей, а не рекламы»<sup>3</sup>.

Автор книги, которая состоит из пяти разделов, уделяет внимание истории появления журналистики в независимом Казахстане, процессу возникновения монополистов на ме-

---

<sup>1</sup> Shannon C. E. Communication in the presence of noise // Proc. Institute of Radio Engineers. - Jan. 1949. - Т. 37. - № 1. - С. 10-21.

<sup>2</sup> Засурский И. Журналистам все равно, о чем рассказывать// [http://piter.tv/event/Ivan\\_Zasurskij](http://piter.tv/event/Ivan_Zasurskij)

<sup>3</sup> Доктор Кен СМИ перейдут на цифровой формат к концу десятилетия// <http://ria.ru/media/20120619/676684092.html>

диарынке, раскрывает особенности формирования модели коммуникации в стране. Автор рассматривает такие аспекты, как парламентская журналистика, журналистика предвыборного периода, независимая журналистика, новые формы медиа в Интернете в Казахстане и т.д.

Если читатель найдет необходимым поделиться своими суждениями о книге или высказать замечания по тексту, автор с благодарностью их примет.

*Профессор, доктор политических наук Галия Ибраева,  
Алматы, Казахстан  
[Galiya.Ibrayeva@kaznu.kz](mailto:Galiya.Ibrayeva@kaznu.kz)*



## MASS MEDIA НЕЗАВИСИМОЙ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

Центральная Азия – это не только географическое понятие. Ее недаром называют сердцем огромного континента. Именно ее территория издревле являлась мостом между Европой и Азией, она соединяла, казалось, несоединимое – Запад и Восток с их различиями в жизненном укладе, философии, литературе, духовных приоритетах, религиозных верованиях. Центральная Азия вынашивала, создала, оберегала новый мир взаимоотношений между странами и континентами, в которых главным было жизнеутверждающее начало, заложенное в человеческой природе, та мера похожести и различия, которая не разъединяет, а соединяет, которая создает условия для возникновения и упрочения государственности, а значит стабильности, мирного урегулирования всех важных проблем.

Великий шелковый путь, который проходил через Центральную Азию, – это не просто торговые тропы, по которым с Востока на Запад и с Запада на Восток перевозились различные товары. Это движение мысли, идей, науки, литературы, искусства, языков, религиозных догматов, всего того, без чего немыслима жизнь, без чего она теряет свои краски и свою самодостаточность. И сегодня Центральная Азия, в новых политических, экономических, социальных и психологических реалиях, не только сохранила свой статус моста дружбы и соединенности со всеми странами и континентами, но и упрочила его. Новый Шелковый путь пролег через ее территорию, став информационной магистралью, объединяющей страны и континенты.

Понятие «Центральная Азия» было забыто и возродилось только с получением независимости, с возникновением новых политических, экономических, социальных и культурологических реалий, возникших после распада СССР. К этому региону в странах СНГ относятся суверенные независимые государства Казахстан, Кыргызстан, Узбекистан, Таджикистан и Туркменистан. Этот конгломерат возник на основе родственности исторических судеб, языка, религии, менталитета и закреплён экономическими и политическими отношениями.

Исторически коренное население Центральной Азии представлено, главным образом, тюркоязычными народами, которые на определенном этапе своего развития стали объектом колонизации со стороны других государств. В период крушения царской империи и формирования советского многонационального государства положение народов региона характеризовалось отсталостью в социально-экономическом, культурном, политическом планах. Форсированное строительство социализма проходило чрезвычайно болезненно и сопровождалось огромными издержками, которые выразились в резком сокращении численности коренных народов в период голода 30-х годов и последующей эмиграцией.

Идеологический вакуум, возникший в результате краха социалистической идеи и коммунистической партии, которая не только создавала, формировала и утверждала идеологию, но и олицетворяла собой государственность, первоначально заполнился национал-радикальными силами, но затем возникли новые политические идеи. С позиций теологических представлений мусульманского верования республики Центральной Азии подвержены ему не в равной степени. К примеру, Казахстан был религиозной окраиной, поскольку ислам утвердился здесь гораздо позже, чем, к примеру, в Узбекистане<sup>1</sup>.

В сфере экономической вызвал интерес прагматично и эффективно реформируемый Китай, потом возникли модели построения общества, сходные с Японией и с государствами, называемыми «азиатскими тиграми». Анализировались как образцовые системы высокоразвитых стран Европы, искались аналогии с мусульманскими высокоразвитыми странами, такими, как Турция.

Но все это были эйфорические поиски своего пути, далекие от реальных возможностей и уровня социально-экономического развития. Не учитывалась как данность то, что в Казахстане, в сельских районах уровень жизни более низкий, чем в городах.

---

<sup>1</sup> См.: Лаумулин М. Центральная Азия в зарубежной политологии и мировой геополитике. Том III. Геополитика и международные отношения (вторая половина XX–начало XXI вв.). – Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2009. - 280 с.



Среди сельского населения преобладают представители коренной национальности, в городах – представители других национальностей.

В политической жизни республики главными стали три идеи: социалистическая, традиционная, либеральная. И могли ли быть иные, если на верху властной пирамиды оказались бывшие партаппаратчики, взращенные на порочной идее – власть всегда права. Подчищены лозунги, отшлифованы цели, подогнана под текущий момент и вроде бы готова новая идеология. И как птица Феникс из пепла возродилась *социалистическая идея*, получила официальный статус коммунистическая партия Республики Казахстан. Поистине: умер король! Да здравствует король!

*Традиционная идея* предполагает возврат к родоплеменному делению на жузы. Болезнь трайболизма охватила некоторых представителей интеллигенции. Средства массовой информации в связи с этим стоят перед серьезной дилеммой: они вынуждены, с одной стороны, критиковать правительство, с другой – общество в целом и племенные группировки. Это ставит в особенно затруднительное положение казахских журналистов.

*Либеральная идея.* В республике длительное время средствами массовой информации распространялась версия о стабильности обстановки, что стало основой для начала проведения экономических реформ, демократизации общества. Одной из ярких примет демократизации было самовыдвижение кандидатов в депутаты при избрании в парламент. Это квалифицировалось как серьезная победа демократии и независимых средств информации.

Процесс создания нового коммуникационного пространства в республиках Центральной Азии сопровождался развитием в основном двух течений в СМИ – внутреннего (локального) и внешнего (международного), весьма сложных и порой противоречивых. Они к тому же были подвержены диффузным явлениям, поскольку не могли действовать изолированно.

Возникновение нового информационного пространства стало неизбежным с коренной перестройкой, происшедшей в бывшей

державе, мощным остовом которой была сложившаяся система средств массовой информации, где каждый элемент имел свои цели, задачи и функции. В регионе Центральной Азии произошли значительные изменения в переориентации средств информации на собственные цели и задачи, что чрезвычайно важно в условиях строительства суверенного государства.

Политологи и социологи имеют разные точки зрения на роль и освобождение средств информации от партийно-бюрократического влияния. Одни считают, что это был сложный и трудный процесс выхода из-под монопольного диктата<sup>1</sup>. По мнению отечественных исследователей, идеологическое влияние КПСС и в «доперестроечный» период не носило всеобъемлющего характера, несмотря на жесткий партийный контроль над средствами массовой информации, и следовательно, это был плавный и естественный переход к новому состоянию<sup>2</sup>.

Система средств информации, особенно в период гласности, приобрела удивительные свойства: предвосхищать появление нового в общественной жизни и в то же время открывать ранее только декларируемые общечеловеческие ценности, такие, как свобода слова, плюрализм мнений, права человека демократия и др. Говоря о роли средств информации, мы имеем в виду и казахстанские, и СМИ стран СНГ, но, прежде всего, российские, поскольку именно в них отразился, в основном, драматический калейдоскоп политической жизни обновляемого государства.

Существовало много групп, заинтересованных в проведении реформ, которые бы, с одной стороны, достаточно сильно критиковали административно-командную систему и в то же время ратовали за сохранение основ прежней системы, слегка подкамуфлировав ее под демократию с использованием таких понятий, как «гласность», «плюрализм», «консенсус» и т.д.; с

---

<sup>1</sup> Варганова Е.Л. Постсоветские трансформации российских СМИ и журналистики. – М., МГУ, 2013.

<sup>2</sup>См.: Куттыкадам С. Казахская драма на сцене и за кулисами. Алматы, 2010; Жусупов С. Политическая аналитика. Исследования. – Алматы: «Агпа-б», 2008. – 714 с., Сотрудничество и безопасность в Центральной Азии, состояние и перспективы. – Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2008 – 312 с.

другой стороны, весьма ощутимым было влияние сильного и мощного направления, которое пыталось, и безуспешно, доказать обреченность коммунистического выбора и преимущество рыночных моделей в сочетании с демократическими вариантами политического строя.

Были среди этих течений и более радикальные - откровенно коммунистические, однозначно выступающие против демократизации общества и рыночной экономики.

В республиках Центральной Азии с восточной нетто-ропливостью ожидали периода завершения политических дискуссий, развернувшихся в демократической прессе типа «Комсомольская правда», «Аргументы и факты», журнал «Огонек», а также на Центральном телевидении «Останкино», в программах «Взгляд», «12-й этаж», «Прожектор перестройки», «ТСН», «7 дней» и др. Эти программы заложили «бомбу» под политическую систему тоталитарного режима, взорвав общественное мнение, пробудив народ, лишив номенклатурную элиту инструмента ее самосохранения. Возникло альтернативное телевидение, куда перешли демократически настроенные журналисты. Противостояние государственных каналов продолжалось вплоть до августовских событий 1991 года<sup>1</sup>. Замечательны слова известного кинорежиссера Стивена Спилберга, которые он как-то сказал в интервью газете «Известия»: «Я думаю, что коммунизм был убит телевидением. Телевидение дало русским взгляд на мир с разных точек зрения. Русские увидели мир на своих домашних экранах. Он оказался не таким, как учила партия. Вы увидели, что мир – очень разный. Я думаю, именно так люди осознали, что они заслуживают большего, чем им дают. Они заслуживают видеть мир таким, каков он есть. И они потянулись к демократии как способу проявить себя в этом мире<sup>2</sup>».

Процесс демократизации, балансирующий с продолжающейся

---

<sup>1</sup> Мицкевич Э. Телевидение, власть и общество. - М.: Аспект Пресс, 2013. - С.184-206.

<sup>2</sup> Спилберг С. Маленькая частичка России принадлежит и мне //Известия.- 19 октября.- 1994.

действовать Коммунистической партией Казахстана, разгул колбинщины, трагические судьбы юношей и девушек, оказавших сопротивление тоталитарному режиму, требовали обнародования.

Однако эти проблемы не получали в 90-х годах достаточно серьезного, аналитического отражения в публикациях все-союзных газет, в передачах Центрального телевидения. Увлеченные собственными не менее важными проблемами, журналисты редко обращались к вопросам, волнующим азиатский регион бывшего Союза. А их было много, и они требовали понимания и разрешения. Самые радикальные публикации и телепрограммы уже не могли удовлетворить читателей и зрителей Центральной Азии, стоящих на разных идеологических позициях. Это было знание априори, блокирующее практическое их применение. Наиболее радикально настроенную молодежь перестали удовлетворять только российские источники информации, возникла потребность создания собственных СМИ, в которых наряду с общими политическими процессами, происходившими в СНГ, отражались бы цели и направления будущего развития суверенных государств.

Создание и распространение неофициальных газет было противозаконно, и это вынудило журналистов и Узбекистана, и Казахстана искать поддержку в России и Прибалтике. Наиболее прогрессивным среди республик Средней Азии стал Кыргызстан. Мощная волна демократического движения привела к победе на президентских выборах представителя неноменклатурной элиты ученого А. Акаева. Все средства массовой информации Кыргызстана праздновали освобождение от идеологической ангажированности, это был поистине великий прорыв к свободе слова, к демократизации государственных институтов. Через два-три года А. Акаев приведет в изумление журналистов своим заявлением. На вопрос корреспондента «А что если узбекский президент потребует закрыть свободную прессу в Кыргызии, как он делал у себя в стране?» экс-президент Кыргызстана неожиданно поддержал узбекского коллегу, ответив: «Я питал иллюзии

относительно свободы слова... Наша пресса разнузданная и сама разрушает ту свободу, за которую она боролась<sup>1</sup>».

Но эти слова будут сказаны гораздо позже, а в начальный сложный период восхождения демократических идей процессы их становления были обнадеживающими. В дальнейшем преследуемая властью главный редактор независимой газеты «RES PUBLICA» Замира Садыкова, оказавшаяся в тюрьме за публикацию материалов, уже после бесславного изгнания экс-президента А. Акаева вдруг заняла высокий пост посла Кыргызстана в США. Кроме того, З. Сыдыкова получила премию от Международного фонда женской прессы «За мужество в журнализме» от Международного фонда женской прессы в мае 2000 года<sup>2</sup>. Эта премия присуждается женщинам-журналистам, показавшим экстраординарную силу характера при выполнении своих профессиональных обязанностей в опасной обстановке, в условиях физической опасности, государственных репрессий, политических гонений и других запугивающих обстоятельств, указывается в условиях предоставления премии.

Под влиянием своеобразия социально-культурного менталитета Узбекистана общественное мнение сформировало негативное отношение к неофициальным изданиям. И тем не менее в республике появились независимые газеты, к примеру еженедельник «Независимость». Но это издание просуществовало непродолжительное время, и его бывший редактор Альберт Мусин на первом в регионе стран СНГ семинаре по развитию независимых и плюралистических средств информации в Алма-Ате в 1992 году заявил о преследованиях со стороны властей, которым подвергаются все представители независимой прессы в Ташкенте. Он проинформировал о том, что «в республике фактически никакой свободной прессы нет, что закрываются независимые газеты, редакторы увольняются. Журналисты и репортеры этих изданий

---

<sup>1</sup> Говорим «Евразия», а слышим «Азия»// Новое время. -1994. - №29. - С. 10-11.

<sup>2</sup> [http://neweurasia.info/archive/2000/free/05\\_29\\_Press29.htm](http://neweurasia.info/archive/2000/free/05_29_Press29.htm)

преследуются и вынуждены эмигрировать, а газеты так запугивают, что они идут на цыпочках вслед за правительством<sup>1</sup>».

Представители Президентского Совета Республики Узбекистан считают, что правительство на законных основаниях применило санкции к газетам, которые подстрекали к межнациональным конфликтам и напряженности. Было отмечено, что мировое сообщество получает информацию об Узбекистане из московских агентств, не всегда объективную, а это может спровоцировать межэтническую напряженность<sup>2</sup>.

Острый диалог представителей оппозиционных газет и властных структур Узбекистана проходил перед участниками семинара ЮНЕСКО и наглядно продемонстрировал уровень свободы и плюрализма в этой республике. В 1996 году Ислам Каримов издал Указ о запрете регистрировать независимые и частные СМИ на всей территории республики. Ранее проведенная регистрация была аннулирована. Целый ряд журналистов, ранее работавших в негосударственных СМИ, был брошен в тюрьмы, подвергся преследованиям<sup>3</sup>.

И сейчас, после почти двух десятилетий в Узбекистане не выходит ни одна независимая или оппозиционная газета. Преследованиям подвергаются журналисты, издающие за пределами республики газету Демократической партии «Эрк». Спецслужбы Узбекистана провели несколько операций на территории Казахстана и России по выявлению и аресту журналистов и издателей газеты «Эрк»-«Свобода»<sup>4</sup>.

Активизировался независимый, выходящий за пределами

---

<sup>1</sup>Проект заключительного доклада ЮНЕСКО. Семинар по содействию развитию независимых и плюралистических средств информации в Азии. - Алма-Ата, 9 октября 1992 г. - 183 с.

<sup>2</sup> Там же. - С. 19.

<sup>3</sup> Опасно быть журналистом в странах СНГ  
<http://www.vestnik.com/issues/97/1111/win/kashlin.htm>

<sup>4</sup>Панфилов О. Журналисты нуждаются в защите // Законодательство и практика СМИ.- 1994. - №1-№4.

страны, интернет источник «Фергана»<sup>1</sup>, а также множество интернет источников о Центральной Азии.

Что касается государственных средств массовой информации, то с первых лет перестройки их деятельность протекала под влиянием мощных политических процессов, затрагивающих избирательную систему, права человека, партийные и государственные органы власти. Произошла трансформация установившихся взаимоотношений - от традиционного представления о партийном руководстве СМИ до постулата о сотрудничестве. События 1991 года положили конец опеке коммунистических структур над органами печати, телевидения и радиовещания.

Новый стиль отношений складывается в сложной ситуации, сопровождаемой демонтажем партийно-административной системы и медленным развитием процессов демократизации в республиках Центральной Азии. А в таких условиях легко возникают напряженные отношения власти и средств массовой информации: авторитарный режим - тормоз на пути демократических преобразований. Потребность в получении объективной и разнообразной информации становилась все настойчивей, а республиканские и местные СМИ не могли их удовлетворить из-за ангажированности старой системой и невозможности быстрой и четкой переориентации.

Рассмотрим процесс трансформации СМИ в начальный период суверенизации государств Центральной Азии и Казахстана с учетом экономических, политических, социальных и этнических отличий.

### **Медиа политика Казахстана: конкурентоспособность информационного пространства**

В современном понимании средства информации и коммуникации — это не только традиционные газеты, журналы,

---

<sup>1</sup> Фергана - международное агентство новостей/<http://www.fergananews.com/>

телевидение и радио, но также iPad, экраны мобильного телефона, компьютера и планшета, на которых теперь новые медиа, онлайн-СМИ, сайты, социальные сети, блог-платформы и так далее. Каждому изобретению понадобилось свое время, чтобы завоевать аудиторию. Если печатные издания развивались в течение нескольких столетий, радио понадобилось около сорока лет, телевидению чуть больше десяти лет, а интернету всего 3-4 года, чтобы стать востребованным у миллионов людей. Сейчас контент на YouTube увеличивается быстрее, чем архивы ведущих телекомпаний, а число пользователей Facebook растет, как население самой многочисленной страны. Лидеры многих стран считают важным иметь свой блог.

Основой информационной медиа политики Казахстана являются Конституция страны, Президентская стратегия развития Казахстана до 2050 г., законы о деятельности средств информации, о национальной безопасности, государственная программа формирования и развития национальной информационной инфраструктуры Республики Казахстан<sup>1</sup>, «Концепция развития конкурентоспособности информационного пространства Республики Казахстан на 2006-2009 годы»<sup>2</sup>; «Программа снижения информационного неравенства в Республике

---

<sup>1</sup> Конституция Республики Казахстан 30 августа 1995 г., Закон «О печати и других средствах массовой информации РК» 28.06.1991 г., Послание Президента Республики Казахстан - Лидера нации Нурсултана Назарбаева народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства»//Казахстанская правда, 16 декабря 2012 г., Закон РК №1899-ХІІ О защите государственных секретов РК 19 января 1993 г., Указ Президента РК от 9 декабря 1997 года № 3787 "О формировании единого информационного пространства в Республике Казахстан" (САПП Республики Казахстан, 1997 г., №52, ст. 476), ратифицирована Конвенция о доступе к информации, участию общественности в процессе принятия решений и доступе к правосудию по вопросам, касающимся окружающей среды (Орхус) 25 июня 1998 года, Указ Президента РК от 16 марта 2001 г. № 573, О Государственной программе формирования и развития национальной информационной инфраструктуры Республики Казахстан.

<sup>2</sup> Указ Президента Республики Казахстан от 18 августа 2006 года № 163// [http://www.akorda.kz/ru/kazakhstan/mass\\_media/on\\_conception\\_for\\_developing\\_competitive\\_information](http://www.akorda.kz/ru/kazakhstan/mass_media/on_conception_for_developing_competitive_information)



Казахстан на 2007-2009 годы»<sup>1</sup>, «Концепция формирования и развития единого информационного пространства казахстанского сегмента сети Интернет (Казнета) на 2008 – 2012 годы»<sup>2</sup>, Государственная программа «Информационный Казахстан – 2020»<sup>3</sup>.

Часть из документов была рассчитана на определенный срок, выполнялись, затем принимались новые документы, которые осуществляли последовательное и планомерное руководство по системному развитию СМИ в стране. В процесс были включены не только творческие аспекты создания аудио-, видео- и текстового контента, а также технологические, поскольку деятельность современных СМИ – это новые технологии, Интернет, собственные ресурсы передачи информации – космические спутники земли, современное наземное оборудование и т.д.

Другой важный аспект функционирования СМИ – создание такого медиaprостранства, которое способно информировать массовую аудиторию достаточно оперативно, достоверно и качественно.

Среди инструментов медиа информации среди населения, имеющего доступ с интернета, стали использоваться социальные СМИ, социальные сети, блоги, интернет-источники. Исследователь Кристиан Меллер считает, что «термин «социальные СМИ» относится к использованию интернет- и мобильных технологий для превращения коммуникации в интерактивный диалог»<sup>4</sup>.

Можно выдвинуть гипотезы, подтверждающие, что на

---

<sup>1</sup> Программа принята Постановлением Правительства РК. Октябрь, 2007 г.// <http://egov.kz/wps/portal/>

<sup>2</sup> Постановление Правительства РК от 17 апреля 2008 года № 358// <http://www.zakon.kz/kazakhstan/109967-pravitelstvom-utverzhdena-koncepcija.html>

<sup>3</sup> Государственная программа «Информационный Казахстан – 2020»// [http://egov.kz/wps/portal/Content?contentPath=/egovcontent/transport/communications/article/gp\\_inf\\_kaz\\_2020&lang=ru](http://egov.kz/wps/portal/Content?contentPath=/egovcontent/transport/communications/article/gp_inf_kaz_2020&lang=ru)

<sup>4</sup> Меллер К. Социальные СМИ и социальные сети как инструменты для журналистов. Путеводитель по социальным медиа – 2013. К. Меллер и М. Стоун Вена: Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2013. - С.13.

казахстанскую журналистику оказывают влияние следующие тренды:

государство определяет правила деятельности СМИ, которые четко сформулированы в законодательной базе, среди которых основной ставится задача информирования общества;

рынок диктует свои правила, которые заключаются не только в получении прибыли, а создании благоприятного имиджа бизнес-структурам в обществе;

в информационном пространстве создана открытая конкуренция с зарубежными источниками информации – печатными, телевизионными, радио и онлайн;

происходит активное развитие новых информационных технологий, которые влияют на общественную активность, путем создания конкуренции между традиционными и новыми медиа;

постепенно развивается так называемая гражданская журналистика, которая осваивает интернет-пространство, значительно изменяет содержание профессии журналиста.

Рассмотрим, как сформировалась современная структура СМИ казахстанской журналистики.

## **Современная структура СМИ Казахстана**

Интерфейс СМИ Казахстана сложился в результате крушения коммунистической идеологии, развала планового хозяйства, процесса приватизации, раздела собственности, экономического кризиса, а затем и экономического подъема. Поэтому характеризовать СМИ Казахстана можно как продукт общества, который постепенно преодолевает трудности переходного периода.

Если взять за основу фактор масштабов распространения СМИ<sup>1</sup>, то структура медиaproстранства может быть представлена следующими типами.

Региональные: Алматы акшамы, Вечерний Алматы, Вечерняя Астана, ТВ Алматы, Эра ТВ, КТК, 31 канал, Рахат ТВ и др.

---

<sup>1</sup> Подробнее: <http://kaz-chronicles.kz/press.shtml>

Общенациональные: газеты «Егемен Казахстан», «Казахстанская правда», «Айқын», «Литер», «Түркестан», «Караван», партийные – «Қала мен Дала», «Страна и мир», экономические – «Панорама», «Деловой Казахстан», общенациональные телеканалы ТРК «Казахстан», «Хабар», «Ел Арна», «Мәдениет», «Балапан», «Білім» и др.

Международные: МТРК «Мир», «CaspioNet» – сейчас «Kazakh TV», круглосуточный информационный канал «24.KZ».

Зарубежные: OPT, РТР, НТВ, CNN, FOXNEWS, BBC, EURONEWS, «RAI Uno» «ССТV», «Deutsche Welle» и др.

До независимости в Казахстане было всего 10 республиканских государственных газет, журналов и 21 теле и радиоканал, включая все региональные студии. Конечно, было много областной, районной и многотиражной печати – тысячи изданий, которые выходили на каждом заводе, каждом поселке. Было также повсеместно радио: республиканское, областное, так и заводское, городское, районное. В каждом областном центре телевидение вещало объемом около двух часов в сутки. Была программа «Алатау», транслировавшая программы на уйгурском, корейском, немецком языках, радио «Шалкар». Были доступны программы телевидения из столицы Киргизии – Фрунзе. Одно время транслировались телепрограммы Ташкента, однако, по неизвестным причинам вещание его в Алма-Ате прекратилось. Возможно, московские идеологи не хотели тесного сотрудничества соседних государств, была политика «разделяй и властвуй». Новости об азиатском регионе фильтровались и передавались из Москвы. Здесь мощным было воздействие общегосударственного телевидения «Останкино», которое через спутники охватывало регионы Центральной Азии и Казахстана.

За один год независимости численность СМИ резко увеличилась. В 1992 году уже выходило 735 новых газет и журналов, на двух языках – 67, а также только на казахском языке – 260, на русском – 395, уйгурском – 4, узбекском – 5, немецком – 2, корейском – 2<sup>1</sup>.

В годы независимости, в 2007 г., по данным министерства

---

<sup>1</sup> См: Казахстанская правда. - 7 мая. - 1992.

культуры и информации, в Казахстане было 7281 издание СМИ. Из них негосударственных СМИ – 78%, а государственных – 22%.

Печатные СМИ составляют 50% от общего числа масс-медиа. Из них общественно-политических – 26%, научных – 9%, рекламных – 10,5%, детских, молодежных, женских и религиозных и др. – по 2% изданий на каждое.

Электронные СМИ – это 212 телеканалов. Аудитория составляет: «Хабар» – 95,70%, «Казахстан» – 96,25%, «Ел арна» – 75,50%, «Первый канал-Евразия» – 78,60%, Казахское радио – 86,99%<sup>1</sup>.

Спутниковый канал «CaspioNet» (теперь «Kazakh TV»), осуществляет вещание на территории стран Центральной Азии, Среднего Востока, Восточной Европы и Северной Африки. В период независимости страны впервые возникло кабельное и эфирно-кабельное ТВ. Сегодня – это 80 операторов – услуги вещания отечественных и зарубежных электронных СМИ: «Алма-ТВ» (вещает в 13 городах страны); «Казинформтелеком»; «Секател»; «Казцентр-ТВ» (5 городов); «КВК» (4 города). В министерстве культуры и информации РК посчитали, что в 2005 году в информационном пространстве функционируют 2392 иностранных СМИ. Это 2309 газет и журналов; 83 телерадиопрограммы; до 1000 каналов систем спутникового телевидения; 80 представителей зарубежных средств массовой информации. Из зарубежных СМИ: на русском языке – 90%, на английском – 5% на других языках мира – 5%. Своих глобальных СМИ страна в тот период не имела<sup>2</sup>.

В данное время рынок медиа изменился. По информации экс-госсекретаря М. Кул-Мухаммеда в Казахстане в 2012 году издавалось 2514 газет и журналов, 238 электронных СМИ, из них

---

<sup>1</sup> «Концепция развития конкурентоспособности информационного пространства Республики Казахстан на 2006-2009 годы»//Казахстанская правда. - 29 августа. - 2006.

<sup>2</sup> «Концепция развития конкурентоспособности информационного пространства Республики Казахстан на 2006-2009 годы» // Казахстанская правда. - 29 августа. - 2006.

около 100 телевизионных каналов и радиостанций<sup>1</sup>. В июне 2012 года Президент РК Нурсултан Назарбаев в ходе телемоста дал старт новому казахстанскому телевизионному каналу «24.KZ». Он отметил, что контент будет казахстанский, что канал будет вещать 24 часа в сутки на уровне мировых компаний. Официальное открытие телевизионного канала «24.KZ» состоялось 1 сентября 2012 года<sup>2</sup>. Впервые на информационном рынке интернет телевидение «OTAU TV», в котором сосредоточены все республиканские и областные телеканалы.

Сегодня казахстанский рынок СМИ характеризуется определенной насыщенностью, однако возможности увеличения тиражей печатных изданий не исчерпаны. Существуют механизмы привлечения читательского интереса за счет открытия новых изданий, снижения стоимости уже известных брендов, размещения местной рекламы. Экспансия мультимедиа, компьютерных информационных сетей, кабельного и спутникового телевидения, меняет традиционные представления о средствах информации в Казахстане.

Интернет-журналистика, или блогговая журналистика, активно завоевывает информационное пространство, и гораздо агрессивнее, чем ожидалось. В настоящее время после унифицирования казахского шрифта созданы платформы для развития казахскоязычных сайтов и блогов. Перспективы онлайн журналистики очень высокие, этому способствует политика государства, постоянного снижения тарифов на пользование интернетом, создания приемлемых дивайсов для пользователей, которых уже около 63% населения<sup>3</sup>.

Началась работа по модернизации информационного агентства «Казинформ». Это не только обновление технической базы, запуск новых мультимедийных сервисов, но и активное

---

<sup>1</sup> [www.akorda.kz/ru/news/2012/06](http://www.akorda.kz/ru/news/2012/06)

<sup>2</sup> Нурсултан Назарбаев дал старт новому телевизионному каналу «24 КЗ»// <http://www.bnews.kz/ru/news/post/87123/>

<sup>3</sup> В Казахстане количество пользователей сети интернет на 1 января 2013 года достигло 62,8%. - А. Жумагалиев // Информационная служба ZAKON.KZ. -19 марта.- 2013.

использование современных способов передачи информации, как онлайн-трансляции, блоги, Twitter, эксклюзивный сервис по подписке и другое. Кроме версий на русском и английском, будет запущен вариант на китайском языке. Эти меры позволят увеличить количество пользователей до 500 000 в сутки. Таким образом, «Казинформ» будет лидером среди информационных агентств Казахстана и Центральной Азии.

Таково, в целом, новое информационное пространство Казахстана. Прогресс в развитии средств информации и различия особенно ясно видны в сравнении с советским периодом, а также начальным периодом развития СМИ в независимом Казахстане.

### **Тренды национальной медиа политики Казахстана**

Существуют международные нормы оценки национальной информационной политики, которые помогают балансировать интересы власти и общества. Это поощрение конкуренции, контроль за процессом монополизации и концентрации СМИ, обеспечение прав на доступ к информации всего населения страны, соответствие правовой базы деятельности СМИ международным стандартам соблюдения свободы слова и СМИ, защита интересов национальных меньшинств, защита самобытности национальных культур в полиэтничном обществе, обеспечение информационной безопасности, борьба в видеопиратством и т.д.<sup>1</sup>

Формирование национальной информационной политики – весьма сложный и подвижный процесс. Традиционно национальные государства ставят цели и задачи, связанные, в первую очередь, с защитой национальных интересов, культуры, национального менталитета, языка, а также сохранения власти. Тесная взаимосвязь коммуникаций с судьбами правительств очевидна. Во время «оранжевой» революции на Украине именно переход государственного телевидения на сторону будущего президента, решил вопрос не в пользу коалиции действо-

---

<sup>1</sup>См.: Сарсенбаев А. Новое информационное пространство РК: проблемы и перспективы. - Алматы, 1998. - С. 161; Алияров Е.К. Информационная политика РК в условиях глобализации. - Алматы: Казак университети, 2008. - С.450.

вавшего. Политическая судьба итальянского экс-премьер-министра и медиамагната Сильвио Берлускони<sup>1</sup> была predeterminedena наличием мощной телевизионной индустрии, создавшей миллионы образов его успеха и могущества, в которое поверили его соотечественники. Он сумел объединить общество, заставил поверить, что мощь нации не исчерпана. В то же время он потерпел фиаско при схватке с другим медиамагнатом австралийского происхождения как Руперд Мердок, что и привело его в итоге к отставке.

Развитие коммерческой медиаиндустрии в странах Запада стало национальной информационной политикой государств, стимулировало активность государственного телевидения в конкуренции за аудиторию. В Италии регулирование коммерческого ТВ произошло с принятием закона о телевидении или как его называли законом Мамми<sup>2</sup>. Во Франции государство также в середине 80-х годов стало стимулировать развитие коммерческого телевидения. В США нет ни одной государственной газеты или телекомпании.

Следовательно, можно выделить первый тренд, о котором мы уже ранее упоминали, влияющий на формирование медиаполитики, – *это государственный*, очень мощный, стабильный, оказывающий большое влияние на системную стратегию информационной политики.

Вторым трендом, влияющим на стратегию медиа политики является развитие *информационных технологий*. Запуск космических спутников разрушил прежние представления о границах, позволив передавать сигналы, невзирая на наземные барьеры. Не все правительства смиряются с информационным

---

<sup>1</sup> См. Берлускони Сильвио Берлускони, я тебя ненавижу: на итал.яз. Изд-во Мондадори, 2005. – 274.

<sup>2</sup> Закон Мамми назван в честь автора закона – республиканца Оскара Мамми – министра Почты и телекоммуникаций (1991). Это был первый закон о телевидении, который прервал 14 лет нерегулирования ТВ. Вот некоторые его положения. 1. Антитрест. Никто не может иметь более 3 национальных сетей. Тот, кто владеет тремя сетями, не может иметь ежедневные газеты, тот, кто владеет 2 сетями, может иметь не более 8% всего тиража изданий, 16 % тем, у кого всего одна сеть, и 20% тиража изданий для тех, кто не владеет телестанциями. 2. Реклама. Три рекламных вставки в каждом фильме. 3. Телегазеты. Каждая национальная сеть должна транслировать свою программу новостей.

потоком, текущим с небес. Есть страны, которые пытаются изолироваться от внешнего мира в своем «убежище» по разным мотивам. Например, некоторые страны африканского континента, или страны арабского востока, даже Китай. Мотивы разные, в том числе цель - сохранение своей национальной идентичности. Совсем другие объяснения политики информационной изоляции у Северной Кореи.

Своеобразна информационная стратегия, к примеру, стран Европейского Союза при информационной открытости и развитости информационных технологий, направленная на сохранение каждой страной своей национальной культуры.

Казахстан с первых дней своей независимости провозгласил политику «открытого неба». Это была опасная позиция для государства, еще не имевшего собственных конкурентоспособных средств информации, также системы высоких информационных технологий. Развитию этого процесса помогает принятие в 2001 году Государственной программы формирования и развития национальной информационной инфраструктуры Республики Казахстан, которая комплексно охватывает все направления развития страны, в том числе средства информации.

Третьим трендом формирования национального медиапространства является *глобализация СМИ*, глобальное электронное взаимодействие страны, подчеркивающей приверженность идеям создания информационного общества, что в целом будет содействовать формированию демократически ориентированного общества. Намечено ввести в действие электронное правительство Казахстана<sup>1</sup>.

Вместе с тем возрастает гипотетически реальная угроза информационной войны – войны образов. Захват инструментов образов станет угрозой XXI века. Возможно, это будет борьба между традиционными ценностями и вестернизированной культурой. В этом противостоянии нужны действенные аргументы, отстаивающие национальную культуру, национальный менталитет и национальную идентичность. Политологи задаются вопросом, почему материалы о преступлении,

---

<sup>1</sup> Концепция развития конкурентоспособности информационного пространства РК на 2008-2009 годы// Казахстанская правда. -2006. - 22 августа.



совершенном на границе с Китаем, персонифицируются с западными образами и обретают ложную героизацию? «На этом фоне пограничник Челах сначала становится “казахским Рэмбо”, эдаким “героем дня”. Не имея более рациональной и прагматичной повестки дня, четкой программы действий, оппозиционные силы всем миром бросаются “спасать рядового Райана”», и повсюду появляются образы массовой культуры и архетипы Голливуда»<sup>1</sup>.

Еще в начале 2000-х представитель РК на Всемирной встрече на высшем уровне по вопросам информационного общества (Женева, 10-12 декабря 2003 г.) подчеркнул необходимость того, чтобы «информационное общество способствовало устойчивому развитию и создавало условия, при которых будут соблюдаться и защищаться национальный суверенитет, религиозные и языковые интересы, а также культурное наследие всех стран и народов без какой-либо дискриминации и ограничений»<sup>2</sup>.

Опасения, связанные с влиянием “глобализации” на развивающиеся страны активно обсуждается, в частности, как влияет глобализация на политические, экономические, культурные процессы. Термин “глобализация” был впервые использован в статье Теодора Левитта, опубликованной в «Harvard Business Review» в 1983 году<sup>3</sup>. Он обозначил этим словом феномен слияния рынков отдельных продуктов, производимых крупными транснациональными корпорациями (ТНК).

Сегодня глобализация стирает культурные, политические и информационные границы. Люди практически независимо от места проживания получают идентичную информацию. Можно ли утверждать, что людям во всем мире навязываются одни и те же образы, идеалы и реальность? Почему разработана французская информационная политика государства, создающая мощную систему защиты информационной среды от американского влияния?

---

<sup>1</sup>См.:Переверзев И., Домнин Д. Власть на аркане//Эксперт Казахстан. - №24 (365) <http://expert.ru/kazakhstan/2012/24/vlast-na-arkane/>

<sup>2</sup>Представитель РК на Всемирной встрече на высшем уровне по вопросам информационного общества, Женева, 10-12 декабря 2003 г.

<sup>3</sup> Levitt Theodore The Globalization of Markets, Harvard Business Review, May–June 1983.

Почему подобная информационная стратегия существует в странах Северной Европы, особенно в Швеции, Финляндии и пр. Почему каждое государство, включая страны Арабского Востока, страны Юго-Восточной Азии, Индии, Китая и пр. сопротивляются стандартам, навязываемым американской попкультурой? Закономерно, что телевидение аль-Жазира, которое стало популярно в странах Запада, после показа интервью с Бен Ладеном, долгое время отвергалось арабскими странами, поскольку работает по стандартам европейских стран, далеким от типично арабского телевидения.

Не везде в мире приветствуется развитие информационных технологий, например, такие страны, как Китай и Вьетнам, ужесточили меры по отношению к сети Интернет. Министерство культуры и информации Вьетнама обязало местные органы власти по всей стране контролировать использование гражданами Интернета в связи с угрозой распространения «плохой информации». «В 1997 г. во Вьетнаме было закрыто интернет-кафе, конфискована рабочая станция по причине появления в электронной почте иностранных клиентов интернет-кафе негативных оценок жизни вьетнамского общества. И так, Китай, а вслед за ним Вьетнам создали в мировой компьютерной сети прецедент политической цензуры»<sup>1</sup>, – считает российский ученый Н.В.Ткачева.

При всей открытости границ между государствами в области распространения информации, скрытые ресурсы воздействия государства на средства информации сохраняются. Печать, радио и телевидение стали свободными и открытыми согласно букве закона. Однако всегда подвергается сомнению готовность государства не применять контроль над средствами массовой информации и агитации, особенно в транзитных государствах, как Казахстан.

Сходный период развития пережили все страны с переходной экономикой, как Бразилия, Аргентина, Индия и т.д. Не миновали эти проблемы и страны Западной Европы. В конце

---

<sup>1</sup> Ткачева Н.В. Информационные стратегии стран Восточной Азии в условиях рыночных реформ. (Серия: Практическая журналистика) - М.: РИП-холдинг, 2003.

70-х годов во Франции компанию ORTF публично клеймили как «прислужницу» правительства, поскольку после каждого выборов происходило назначение новых генеральных директоров этой компании. В Англии, где сильны традиции независимости, предохраняющие Би-би-си от воздействия существующего правительства, существовало мнение, что Би-би-си является частью государственного механизма, «скрыто существует тесная связь между правящей элитой и управляющими Би-би-си»<sup>1</sup>.

Следует признать, что во всем мире правительство использует свою власть для влияния на направления вещания в целях поддержки определенных концепций государства и национальной идентичности.

Не всегда это цензура или специальные директивы, например, какие темы нужно освещать и о чем нельзя упоминать. Так, десятилетиями компания Би-би-си была источником улучшения ораторского мастерства, форпостом пристойности, влияющим на поведение людей. Появление интернета коренным образом меняет отношения власти и общества, которое самоорганизуется и создает новые формы коммуникации. Это не формальное объединение сообществ, а действенные коммуникационные формы, помогающие преодолеть диктат финансовых структур в условиях надвигающегося экономического кризиса. При активном развитии Интернета встает вопрос: каковы границы влияния телевидения? Они расширятся или сохранятся в прежнем масштабе? Или же вообще телевидение уйдет в он-лайн формат? Возможен ли здесь диктат государства?

Диктат государства может быть негативным и позитивным. Государственная диктатура проявилась в печально известном периоде маккартизма в США, когда запрещению подвергались отдельные темы, материалы и даже новости. Телевидение стало судебной ареной сотен и сотен журналистов, писателей, сценаристов и актеров, подозреваемых в коммунистических

---

<sup>1</sup> См.: Рихтер А. Свобода массовой информации в постсоветском пространстве. - М.: Издательство «ВК», 2007.- 368 с.

симпатиях<sup>1</sup>. Другая форма диктата государства проявляется в том, что правительство становится главным распорядителем выделения частот. И это важный инструмент государственной информационной политики.

К примеру, в США, Федеральная комиссия связи (FCC), проводила политику, согласно которой каждая община имела свою собственную станцию. Во Франции, Англии и других странах Западной Европы почти все частоты находились в ведении государственных органов. Правительство могло определять, как оно пыталось сделать в Южной Африке, будет ли вообще разрешено телевидение, когда следует начать внедрение цветного телевидения или, как во Франции в конце 1960-х годов, можно ли разрешить передачи телевидения во время ужина. Или же правительство Южной Кореи, прекращавшее вещание телевидения ровно в 11 часов вечера, поскольку рабочий день начинался очень рано. Практически повсюду именно правительство решало, как использовать телевидение, можно ли показывать рекламу, формировало культуру потребления в обществе<sup>2</sup>. Государство, воплощая идею национальной идентичности, общности, использует инструмент пропаганды.

Пропаганда укрепляет идеи государственности. Общественные потрясения являются проверкой для государства, и радиовещание и телевидение в напряженные времена имеют такую силу, что ни один государственный лидер не может оставить без внимания это самое эффективное средство массового убеждения. Но сейчас «повестку дня» определяют новые медиа технологии, способны ли они защитить государственный суверенитет?

---

<sup>1</sup> Ибраева Г.Ж. Освещение вооруженных конфликтов в СМИ и МГП. – Алматы: Казак университеті, 2009. - С. 99-104.

<sup>2</sup> Ламэй Крег Л., Мицкевич Эллен, Файрстоун Чарльз. Автономия телевидения и государство (Институт Аспена, Центр Де Уитта Уоллеса по исследованию коммуникаций и журналистики, Университет Дьюка, Центр Картера). - М., 1999. - С. 10.

## Политика информационной безопасности

Казахстан идет в русле информационно высокоразвитых стран и формирует инновационную политику в области информационного обеспечения страны, которая становится механизмом политико-социального управления в области информационной безопасности.

Почему актуальным оказался вопрос о переходе на цифровое телевидение именно сейчас? Это связано с тем, что Международный союз электросвязи еще в 2006 году принял соглашение «Женева-06», в рамках которого большинство стран мира, куда вошел и Казахстан, приняли соглашение о частотном выделении цифрового вещания и переходе с аналогового на цифровое вещание. Это повлекло подготовку и опубликование проекта закона РК «О телерадиовещании». Планируется охват эфирным цифровым сигналом территории Казахстана – 95%; охват спутниковым цифровым телевидением территории Казахстана – 100%.

Рассматривая понятия «информационная политика», «информационная безопасность», полагаем опираться на следующие ключевые определения.

*Информационная политика* – это важный ресурс власти для проведения политики государства в области информирования общества. Информационная политика государства всегда имеет стратегию, которая выражается в разработке концептуальных документов, доктрин, концепций законодательных актов и т.д. Для осуществления информационной политики в Казахстане проводится интенсивная работа в сфере формирования национального информационного пространства и поддержки информационного производства. Впервые за многие годы с момента получения независимости страна интенсивно стала осуществлять процесс продвижения к информационным ресурсам цифрового поколения. От декларирования программы информационной политики<sup>1</sup> государство приступило к реаль-

---

<sup>1</sup> Закон «О национальной безопасности Республики Казахстан» [205], Концепция развития единого информационного пространства Республики Казахстан от 29 июля 1998 г., Государственная программа формирования и развития национальной

ному осуществлению ее целей. Сейчас созданы оптимальные условия для предоставления средств и услуг информационных технологий обществу. Успешности осуществления информационной политики способствовало объединение усилий множества отраслей, включающих не только творческий потенциал СМИ, но и сферу телекоммуникации и связи, информационную инфраструктуру, информационное право и информационную безопасность.

Согласно официальным документам, в частности, Закону «О национальной безопасности Республики Казахстан» (1998 г.), «информационная безопасность - состояние защищенности государственных информационных ресурсов, а также прав личности и интересов общества в информационной сфере». На международном уровне принята Концепция информационной безопасности государств-участников Содружества Независимых Государств в военной сфере от 4 июня 1999 года<sup>2</sup>.

Ранее некоторые программы информационной политики не получали реализации, или же реализовывались частично. В начале первого десятилетия считалась востребованной «Концепция развития единого информационного пространства Республики Казахстан» от 29 июля 1998 г., потом была разработана «Государственная программа формирования и развития национальной информационной инфраструктуры» от 6 марта 2001 г., позднее «Концепция развития конкурентоспособности информационного пространства Республики Казахстан на 2006-2009 годы» от 18 августа 2006 г., «Концепция информационной безопасности Республики Казахстан» от 10 октября 2006 г.

Каждая из программ ставила серьезные цели и задачи. Например, «Концепция развития конкурентоспособности информационного пространства Республики Казахстан на 2006-

---

информационной инфраструктуры от 6 марта 2001 г., Концепция развития конкурентоспособности информационного пространства Республики Казахстан на 2006-2009 годы от 18 августа 2006 г., Концепция информационной безопасности Республики Казахстан от 10 октября 2006 г. и др.

<sup>2</sup> Концепция информационной безопасности государств-участников Содружества Независимых Государств в военной сфере от 4 июня 1999 года // [www.mci.gov.kz/](http://www.mci.gov.kz/)

2009 гг.» включала семь целевых подпрограмм: 1) мониторинг состояния информационных систем; 2) создание стандартов электронного обмена данными; 3) внедрение электронной коммерции, аукционов и тендеров; 4) создание информационной инфраструктуры государственных органов; 5) интеграция государственных информационных систем; 6) создание государственных баз данных; 7) мониторинг социально-экономического развития.

Главная задача – «создание условий для улучшения качества работы отечественных СМИ с учетом современных мировых стандартов и повышения их конкурентоспособности» – не была выполнена. Не случайно СМИ систематически подвергались критике, как со стороны главы государства, так и государственных структур. Действительно, оставались нерешенными многие проблемы, но среди всех главная – переход на стандарты цифрового телевидения. Внедрение цифрового телевидения порождали череду других вопросов, как правовые аспекты развития СМИ в условиях информатизации, развития и сохранения казахского языка, технологические вопросы, конкурентоспособности национального информационного пространства.

Для реализации крупной международной программы была разработана совершенно новая концепция МИС РК «Стратегический план Министерства связи и информации Республики Казахстан на 2010–2014 годы»<sup>1</sup>, которая определяет единую стратегию развития инфокоммуникаций и во многом опирается на консолидацию государства и бизнеса. Среди многогранной структуры развития инфокоммуникаций особую роль занимает сфера телевидения и радиовещания.

Как показывает анализ – это весьма доходная часть отечественного бизнеса. К примеру, доход от услуг передачи телерадиопрограмм 215 электронных СМИ РК в 2009 году составил 13,2 млрд тенге, что было больше на 9,8% по сравнению с прежним годом. Хотя в стране работают 167

---

<sup>1</sup> «Стратегический план Министерства связи и информации Республики Казахстан на 2010 – 2014 годы»// [www.mci.gov.kz/](http://www.mci.gov.kz/)

операторов кабельного и 2 оператора спутникового вещания, оказалось, что в полном объеме республиканским вещанием охвачены жители лишь крупных населенных пунктов, в то время как жители сельской местности оказались вне зоны вещания или же частичного охвата только программами государственных каналов, как «Казахстан», «Хабар», «Ел Арна». Не удовлетворял стандарт вещания международного спутникового канала «CaspioNet», покрывающего территорию стран Центральной Азии, Среднего Востока, Европы и Северной Африки.

Министерство связи и информации РК раскрыло следующие данные, что общенациональными телевизионными и радиопрограммами охвачено: «Хабар» – 98,58%; «Казахстан» – 98,3%; «Ел арна» – 87,4%; «Первый канал Евразия» – 86,8%; «Казахское радио» – 87,8%; радио «Шалқар» – 46,2%. Эти цифры отчетливо иллюстрируют, что есть потенциал для развития этой сферы коммуникаций.

Вместе с тем были признаны угрозы и опасности, возможные на пути формирования новой концепции. Это устаревшая инфраструктура телерадиовещательного комплекса, неразвитость казахстанского контента в сети Интернет и на телевидении, несоответствие уровня образования высших учебных заведений и профессионального образования требованиям отрасли и др. Если рассматривать первый аспект как угрозу национальной безопасности, то актуальность задачи, стоящей перед казахстанским телерадиовещанием, очевидна. Это модернизация всей национальной сети телерадиовещания путем цифровизации технологического процесса производства и распространения контента вещания, работа по подготовке кадров нового поколения.

Для полноценного функционирования рынка цифрового вещания важно решение таких вопросов, как совершенствование нормативной базы, которая включает лицензирование телерадиовещательных организаций, социальный пакет телеканалов, определение принципов тарифной политики для операторов связи, осуществляющих трансляцию социально значимых телевизионных каналов и радиоканалов, определение



принципов взаимоотношений основных участников рынка телерадиовещания. Важные нормативные акты по внедрению цифрового телевидения как перечень телевизионных и радиоканалов, включаемых в состав социально значимого пакета; состав и количество мультиплексов социального и коммерческого назначения; трансляция социально значимого пакета цифрового телерадиовещания; прекращение выдачи лицензий и прекращение вещания аналогового телерадиовещания; ограничение ввоза телевизионных приемников без встроенных цифровых тюнеров и т.д.

Все эти мероприятия Министерство связи и информации РК осуществляет по трехэтапной программе перехода на цифровое телерадиовещание в течение 2009 по 2015 годы. Однако для сферы государственных интересов остается самым актуальным вопрос о состоянии информационной безопасности страны. Среди официальных документов следует отметить такой, как «Концепция информационной безопасности РК»<sup>1</sup>. Основными целями обеспечения информационной безопасности обозначены: 1) создание и укрепление национальной системы защиты информации; 2) защита государственных информационных ресурсов, а также прав человека и интересов общества в информационной сфере; 3) недопущение информационной зависимости Казахстана, информационной экспансии или блокады со стороны других государств. Однако как не парадоксально, в данной концепции была слегка проигнорирована законодательная база масс-медиа и ее роль в системе информационной безопасности.

Вероятно, разработчики концепции включили СМИ в систему формирования общественного сознания (мировоззрение, политические взгляды, моральные ценности и пр.), а также систему принятия политических решений. Но не в этом суть. Главное, как будет работать эта концепция в условиях, когда создаются реальные условия для внедрения современных информационных технологий.

В начале 2000-х годов Министерство информации и печати

---

<sup>1</sup> Концепция информационной безопасности РК//[www.mci.gov.kz/](http://www.mci.gov.kz/)

РК заверяло, что территория Казахстана практически покрыта информационным «зонтиком» ведущих информационных каналов страны. В 2011 году министр связи и информации РК честно заявил, что «охват территории республики телерадиовещанием приближается к 65%. Половина населения страны может принимать только 4 телеканала. Посредством тарелок и кабельных сетей в Казахстане показывают 220 зарубежных телеканалов. А отечественных каналов - только 54»<sup>1</sup>. О какой информационной безопасности можно говорить в условиях неполного информационного охвата населения собственными источниками информации?

За короткий срок, с 2009 по 2010 гг., МИС РК осуществило громадную работу. Первым практическим шагом к реализации программы «Стратегический план Министерства связи и информации Республики Казахстан на 2010 – 2014 годы» стал официальный запуск в эксплуатацию Национальной спутниковой сети телерадиовещания в цифровом стандарте DVB-S2 18 января 2011 года. Первый этап запуска спутникового цифрового телевидения стал свидетельством перехода национального телевидения на новые цифровые технологии. Этот проект осуществлен в рамках Стратегического плана развития Республики Казахстан до 2020 года, его цель – снижение уровня информационного неравенства жителей отдаленных регионов республики.

Внедрение проекта способствует решению вопросов информационной безопасности. В частности, все жители страны, в том числе отдаленных и приграничных сельских населенных пунктов, впервые получили возможность бесплатного приема до 37 республиканских, региональных телерадиопрограмм по спутниковому каналу связи. С запуском Национальной спутниковой сети телерадиовещания в цифровом стандарте в тестовом режиме в бесплатном пакете со спутника транслируется 18 республиканских, 14 областных телеканалов и 3 радиоканала. Кроме того, на платной основе

---

<sup>1</sup> [http://primeminister.government.kz/blogs/Zhumagaliev\\_a](http://primeminister.government.kz/blogs/Zhumagaliev_a)

пользователи могут принимать до 50-ти зарубежных телеканалов.

Для реализации проекта был проведен ряд работ по модернизации технологии, в частности, была обновлена технологическая составляющая трех приемно-передающих станций в Алматы, Астане и Уральске, произведен перевод спутниковой сети АО «Казахстанские телекоммуникации» на новый стандарт спутникового вещания. Теперь пользователи могут принимать каналы высокой четкости в формате HD, вещание областных телеканалов увеличилось от одного часа до 14 часов в сутки. Организационные вопросы Министерство связи и информации РК сразу решило совместно с акиматами всех областей путем подписания Меморандума о сотрудничестве в области развития цифрового спутникового телерадиовещания. Это создает реальные возможности для совместной работы с населением в регионах Казахстана. Предстоит еще второй этап: перевод аналоговой сети эфирного вещания на цифровой стандарт DVB/T2. Реализация проекта рассчитана на период 2011-2015 гг. и направлена на покрытие цифровой эфирной сетью телерадиовещания территории всего Казахстана. Пилотный проект запускается в Караганде, затем до 2015 года по Казахстану. Решение технологических проблем – это одна сторона вопроса, поскольку не менее важным является контент вещания. В своем блоге экс-министр связи и информации Аскар Жумагалиев, сообщал, что на государственных каналах введены новые должности: музыкальный редактор и креативный директор, разработаны новые концепции каналов по формированию оригинального контента. В Международном университете новых технологий открылась специальность «IT-журналистика», открывается новый, оснащенный новейшим оборудованием телерадиокомплекс в столице, Астане.

С развитием технологических ресурсов будут активно развиваться услуги для электронной коммерции. Экс-министр информировал, что для этого утверждены и проводятся мероприятия совместно с Интернет-провайдерами. Кроме того,

для развития контента на государственном языке открыт новый портал [www.bak.kz](http://www.bak.kz). Ведется работа по развитию порталов Vnews и Kaztube. В 2012 году на портале «электронного правительства» были доступны более 100 электронных государственных услуг.

Канал «CaspioNet» теперь работает в новом формате, с 7 июля 2012 года называется «Kazakh TV». Впервые создан в казахстанском эфире телеканал для детей «Балапан» на казахском языке. В 2011 году открыт канал «Мәдениет», в 2012 году – телеканал «Білім». Идет разработка концепций новых предпринимательских информационных каналов. Проводится большая работа по созданию принимающих устройств, кроме телеприемников. В частности, в Казахстане будут производиться электронные книги и планшетные компьютеры. Это будут четыре больших национальных проекта: «электронное образование»; «электронная коммерция», «телемедицина»; «умный город».

Поскольку прием информации СМИ планируется не только через знакомые теле и радиоприемники, а как принято в современных технологиях, и через смартфоны, то государство уже внедряет стандарт сотовой связи третьего и четвертого поколения 3G и 4G, готовится к реализации проект по развитию широкополосного доступа на селе, по повышению конкурентоспособности информационного пространства. Таким образом, к 2014 году цифровым телевидением будет охвачено 95% территории страны. Согласно новому документу, в 2012 году «охват цифрой» достигнет 25% территории страны, в 2013 - 62% и в 2014 - 95%. Это позволит уменьшить ретрансляцию программ иностранного производства на отечественном телевидении Казахстана. Экс-глава МИС РК А. Жумагалиев уточнил, что после запуска спутникового цифрового вещания в 2012 году начнется постепенное внедрение эфирного цифрового вещания по всей стране<sup>1</sup>.

Какие угрозы и опасности возникают в связи с новыми

---

<sup>1</sup> [http://primeminister.government.kz/blogs/Zhumagaliev\\_a](http://primeminister.government.kz/blogs/Zhumagaliev_a)

технологическими преобразованиями в информационной сфере? Сначала о тех, которые будут предотвращены. Во-первых, это преодоление навязываемых в последние два десятилетия западных ценностей, в том числе понимание свободы информации в соответствии с американскими и европейскими критериями. Во-вторых, возвращение понимания национальной идентичности и ценностей, традиционно характерных для казахского менталитета, так как попытки подстраивания под нормы и правила, исторически не присущие обществу, могут привести к утрате политической независимости. В-третьих, нельзя игнорировать фактор стран, находящихся южнее от нашего государства (имеется в виду и Афганистан), которые географически и информационно потенциально создают угрозу информационной безопасности деятельностью международных террористических и экстремистских организаций.

Каковы же угрозы информационной безопасности? Их нельзя рассматривать чисто технически, поскольку резонанс СМИ на общественное сознание и мнение происходит не внезапно, а путем постепенного конструирования политической реальности и создания сценария тех или иных событий в рамках политической кампании или экономических реформ, имеющих быстрое воздействие на общественное мнение.

Контроль за информационными потоками с приходом новых технологий будет осуществляться более системно, что позволит осуществлять политику в области распространения казахского языка, воспитания молодого поколения. В сфере интернета, к примеру, законодательного оформления деятельности блогеров, как своего рода предпринимателей творческого союза. Но это все детали процесса контроля информационной сферы, важнее то, что может произойти виртуализация политического процесса, которая станет подменять деятельность реальных субъектов политического процесса символическими фигурами. К примеру, события, которые происходят в ряде североафриканских стран, привели к тому, что заставили руководство страны поспешно покинуть ее пределы или же предстать перед судом. Средства информации, наряду с другими социальными и политическими факторами, становятся

катализатором народных выступлений, приводят к беспорядкам и жертвам, дестабилизации политической ситуации. Здесь политический процесс становится борьбой не конкретных индивидов, а закулисных виртуальных фигур, осуществляющих сценарий определенных авторов, которые ведут борьбу за власть. Волна протестных выступлений североафриканских стран была информационно регулируема онлайн-новыми СМИ.

Конечно, влияние СМИ на принятие политических решений не таково, как хотелось бы журналистам, но в какой-то мере публикации СМИ становятся источником новых идей. СМИ – это способ системного напоминания власти о народе, обществе, в то же время СМИ становятся лоббистами интересов определенных групп.

Важным направлением концепции СМИ РК является сфера безопасности духовной жизни. Политолог и экс-министр Е. Ертгысбаев отмечает, что «характерной чертой назарбаевской модели реформ является большая идеологическая нагрузка... Урегулирование конфликтов, согласование интересов, идейное воздействие – прерогативы элиты, ждущей от народа не участия, а поддержки. Важнейшая проблема, с которой сталкивается политическая система на любом уровне, – становление сознания общности граждан. Для Нурсултана Назарбаева всегда было важным ощущение идентичности, лояльности, социальной солидарности в системе, которую он создает. Потому что сознание общности интегрирует различные социальные группы, порождает консенсус и сотрудничество, столь важные для мира и успеха страны»<sup>1</sup>.

В Казахстане произошли значительные перемены. Граждане быстро избавились от патернализма, стали активно развивать свою жизненную позицию, предприимчивость, психологическую устойчивость. Однако произошли и такие негативные явления, как утрата чувства коллективизма, рост криминала и т. д. Если в первые годы независимости была брошена идеологема «Хочешь быть счастливым – будь им», то сейчас власть обращается к народу с новой (старой, пос-

---

<sup>1</sup> Ертгысбаев Е.К. В мире назревает левый поворот // Литер. - № 58 (1242). - 04.04.2009.

кольку впервые была сформулирована президентом США Дж. Кеннеди) идеологемой: «Не спрашивай, что государство может сделать для тебя, спрашивай, что ты можешь сделать для государства».

В настоящее время становится актуальной проблема информационной безопасности именно в духовной сфере, так как пока не проработаны концептуальные документы в сфере государственной информационной политики в условиях цифровизации СМИ, как в сфере телевидения, радио, так и в сфере интернета. Скандалы с разоблачениями WikiLeaks - международного социально-сетевого проекта, дело бывшего американского сотрудника спецслужб Сноудена – меняют содержание понимания «информационной безопасности».

Как повлияют новые технологии на жителей сельской местности, аулов, как защитить систему ценностей и психическое состояние общества от негативизма новых технологий, которые неизбежны при всех своих совершенных качествах.

Подводя итоги, отметим, что необходимость формирования новых принципов информационной безопасности как в научном, так и практическом плане, и, следовательно, в информационной политике государства становится все более актуальной. Хотя экс-премьер-министр РК К. Масимов признавался в том, что государство в условиях интернет-журналистики не может регулировать современные СМИ, с ним можно не согласиться, так как у государства всегда найдутся ресурсы, с помощью которых можно влиять на этот процесс. Сейчас становится более актуальным вопрос конкуренции блогеров и профессиональных журналистов, их влияния на общественное мнение и поведение. Но это предмет специального социально-психологического исследования.

Таким образом, можно резюмировать следующее:

1. Государство смогло успешно осуществить первый этап программы «Стратегический план Министерства связи и информации Республики Казахстан на 2010–2014 годы» и тем самым продемонстрировало, что способно осуществить инновационную политику в области распространения и внедрения цифрового телерадиовещания, проводить эффективную инфор-

мационную политику. В настоящее время государством предложена новая программа « – 2020»<sup>1</sup>.

2. СМИ – это инструмент политики, ресурс государства и политических элит, поэтому задача информационной безопасности в условиях цифровизации СМИ требует модернизации законодательных механизмов. Сейчас серьезно прорабатываются парадигмы безопасности совместно с общественными организациями и представителями правовых структур государства, чтобы предотвратить социальные риски потенциальных информационных конфликтов.

3. На начальном этапе становления цифрового вещания в области телевидения, радиовещания, интернет-журналистики важно создать модель сотрудничества государства и институтов гражданского общества как модель партнерства, чтобы обеспечить национальную безопасность.

4. Инновации в сфере информационной политики могут иметь и скрытые механизмы воздействия на общество. К примеру, будет ли соблюдаться процентное соотношение каналов на казахском и других языках, будут ли включены в социальный пакет и в каком объеме отечественные каналы, будет ли их контент конкурентоспособным с зарубежными, и прежде всего, российскими телеканалами.

Возникает дилемма между инновациями, которых требует технология информационных преобразований эпохи информатизации, и вопросами национальной информационной безопасности информационно-коммуникационного процесса. Поэтому решать этот вопрос следует своевременно, чтобы не породить новые противоречия и конфликты.

## **Демассификация как угроза традиционным СМИ**

Традиционным СМИ угрожают не только новые медиа. Ходу развития традиционных медиа препятствует радикальное изменение направленности СМИ не на массовое потребление, а

---

<sup>1</sup> [http://egov.kz/wps/portal/Content?contentPath=/egovcontent/transport/communications/article/gp\\_inf\\_kaz\\_2020&lang=ru](http://egov.kz/wps/portal/Content?contentPath=/egovcontent/transport/communications/article/gp_inf_kaz_2020&lang=ru)



структурно детерминированное, то есть получение информации индивидуумом. Кроме того, возникают осложнения в связи с изменениями инфраструктуры СМИ, связанные с процессами глобализации. Сопrotивляться и тормозить этот поступательный ход развития общества невозможно, да и вряд ли нужно. Согласно позиции американского исследователя Д. Белла в книге «Конец идеологии»<sup>1</sup>, вышедшей еще в 1962 году, в которой он подкрепил концепцию постиндустриального общества, выводом о возникновении нового типа общества, опирающегося на технологию знаний и на информационную индустрию – информационное общество, он выделяет две главные тенденции информационного общества: глобализацию и регионализацию. Если глобализация предполагает стандартизацию, массивфикацию информации, то регионализация – это демассивфикация. Этот процесс еще мало изучен и требует серьезного анализа, поскольку гипотетически можно предположить, что демассивфикация – это угроза для существующей системы СМИ. В теории коммуникативистики востребованы такие труды социологов, как Маршал Маклюэн, Мануэль Кастельс, Френсис Фукуяма и др.<sup>2</sup>

Возникает много вопросов, на которые надо давать обоснованные ответы. Что нового несет для индустрии СМИ информационное общество? Какие процессы станут преобладающими? Эти вопросы сопровождается опасением исчезновения традиционных средств передачи информации, как газета, радио или телевидение. Потому что появился новый мощный конкурент – *кибержурналистика*.

Этот вид журналистики обеспечивает более доступные пути к информации, меняет представление о СМИ. И, самое главное,

---

<sup>1</sup> См.: Bell D. The End of Ideology: On the Exhaustion of Political Ideas in the Fifties. - N.Y.: Free Press, 1965., Белл Д., Иноземцев В. Эпоха разобщенности. - М.: Центр исследований постиндустриального общества, 2007.

<sup>2</sup> McLuhan M., Hutchon K., McLuhan E. - City as Classroom: Understanding Language and Media. The Book Society of Canada Limited, 1977, Маршалл Маклюэн Понимание медиа: внешние расширения человека = Understanding Media: The Extensions of Man. - М.: Кучково поле, 2007. - 464 с., Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. - М.: ГУ ВШЭ, 2000. - 608 с., Yoshihiro Francis Fukuyama America at the Crossroads: Democracy, Power, and the Neoconservative Legacy (Yale University Press, 2006)

индивидуализирует процесс получения информации. Человек становится не односторонним получателем сообщения, активным соучастником информационного сообщения. Это проявление нового явления, как интерактивность.

Российский журналист и блогер Андрей Мирошниченко выделяет следующие три уровня «персонализации медиа-выдачи». Он считает, что «во-первых, пользователь сам настраивает закладки своего браузера, выбирая их себе по нраву и увлечениям. Во-вторых, пользователь подбирает себе в соцмедиа круг друзей, которые становятся его личными собкорами и формируют его информационную ленту через механизм вирусного редактора. И, в-третьих, заправили интернета создали алгоритмы релевантности, вроде гугловского *Page Rank* или фейсбуковского *Edge Rank*. Алгоритмы создают каждому из нас персональную выдачу на основе наших предыдущих лайков, контактов, запросов и посещений. Подгоняют мир под наши интересы, уже не спрашивая нас<sup>1</sup>.»

Все эти факторы коренным образом меняют стройные теории о массовой информации, представление о процессе воздействия на аудиторию, о явлении, которое называли «массовым сознанием».

Об этом убедительно говорит автор «Третьей волны»<sup>2</sup> Элвин Тоффлер, когда вспоминает, что существовал стандартизированный образный ряд, который, в свою очередь, стандартизировал сознание. Он пишет: «Сегодня уже не массы людей получают одну и ту же информацию, а небольшие группы населения обмениваются созданными ими самими образами». Он приводит мнение критика из газеты «New York Times»: «Одно точно: коммерческое телевидение не может больше нам диктовать, что смотреть и когда смотреть».

Развитие информационных технологий позволяет нам самим формировать свое медиа окружение. Этот процесс совсем не

---

<sup>1</sup> Мирошниченко А.// Кто сообщил о метеорите вам, или Что сообщили о метеорите вы? [www.colta.ru](http://www.colta.ru), 18 февраля 2013. - Медиа Комментарии.

<sup>2</sup> Тоффлер, Э. Третья волна = The Third Wave, 1980. - М.: АСТ, 2010. - 784 с.; Тоффлер, Э. Шок будущего = Future Shock, 1970. - М.: АСТ, 2008.

простой, поскольку требует напряжения и усилий, работы над собой по преодолению инерции. Однако результат всегда позитивный, поскольку помогает формировать компетентных и грамотных людей, далеких от стандартного мышления. Возникает новая модель общения со средствами информации, процесс, который требует специальных исследований как социологов, политологов, психологов, так и коммуникативистов.

Исследования активно проводятся в США. Не случайно, в основном, американские исследователи стали главными спикерами на конференции «Медиа будущего» в Москве в 2012 году, предлагая смело смотреть вперед, так как по их мнению, потенциально все традиционные СМИ решительно уйдут в онлайн.

На самом деле в одноэтажной Америке, по наблюдению автора в штате Мэриленд в 2011 году, тенденция к использованию традиционных СМИ очень сильна. Почтальоны на довольно вместительных фургонах развозят газеты и журналы, рекламные вкладыши, которые выпускают на федеральном, региональном и местном уровнях. К примеру, «Вашингтон Пост», обязательная газета штата, а также множество журналов, посвященных рыболовству или гольфу, оформлению интерьера дома или цветоводству. Газеты традиционно размещают рекламные материалы, а также публикуют купоны для скидок на разные товары. Скидки помогают сохранить до 60% от стоимости товара. Особой популярностью пользуются общинные газеты, черно-белые, в виде брошюр, но с информацией, иллюстрациями, востребованными именно этой общиной. Активно используется телевидение, которое предлагает более тысячи каналов, а еще подписку на фильмы, которые можно посмотреть в удобное время. Новостные программы смотрят в трактовке политических «комедиантов», как Джон Стюарт, популярны в развлекательной трактовке спортивные программы. С десятками конвертов и пакетов по почте приходят письма с просьбой поддержать единственное общественное телевидение США – PBS, так как это единственное телевидение, не использующее рекламы и существующее практически на спонсорские средства.

По вечерам во время ужина слушают радио, выбор огромен: от латиноамериканского до европейского классического репертуара. Эксперты медиа США считают, что наступила эпоха ренессанса периодической печати, когда информационные возможности стали очень продуктивными и активными.

Быстрая смена традиционных СМИ новейшими медиа произойдет не так скоро, как это представляют некоторые футурологи. Скорее, это характерно для крупных мегаполисов, где ускоренный темп жизни.

Другой важный аспект, если активно развиваются новые технологии, то по каким техническим платформам люди могут получать информацию? Было мнение, что их должно быть несколько. Американский медиа эксперт, вице-президент «The Boston Globe» Джефф Мориарти считает, «в разное время суток одни и те же люди предпочитают потреблять контент с экрана персонального компьютера, смартфона, планшета, интернет-телевизора и т.п. Например, пик использования планшетов приходится на вечернее время, компьютеров на рабочие часы, а динамика использования смартфонов относительно сглажена в течение суток»<sup>1</sup>.

### **Интернет медиа среда Казахстана**

Например, уже сегодня в Казахстане существует своя медиа среда, которая позволяет получать и обмениваться информацией в интерактивном режиме. Сейчас пользователей Интернета и социальных сетей стало достаточно много<sup>2</sup>.

Исследователи приводят данные, что в 2009 году насчитывалось около 6000 работающих сайтов. По направленности распространенными являются коммерческие сайты. Сайты информационной направленности составляют 32%, в то время как государственные информационные ресурсы

---

<sup>1</sup> Медиаэксперты констатировали неизбежность перехода СМИ в цифровой формат// <http://tvpronet.com/archives/1288>

<sup>2</sup> Нурмаков А. Развитие новых интерактивных проектов в казахстанском Интернете. Контент интернета в Казахстане//В сб.: Исследование «Интернет в Казахстане. Казахстанский контент. Казахстанская Интернет-экономика. Казахстанское Интернет право. Казахстанский сегмент. – Алматы, 2010. - 400 с.

– 9%. В первой тридцатке рейтинга 11 проектов: [www.kiwi.kz](http://www.kiwi.kz) - видеохостинг, [www.koleca.kz](http://www.koleca.kz) - частные объявления, [www.nur.kz](http://www.nur.kz) - портал, [www.bb.ct.kz](http://www.bb.ct.kz) - форум, [www.kino.kz](http://www.kino.kz) - афиша, [www.zakon.kz](http://www.zakon.kz) - новости, [www.gameworld.kz](http://www.gameworld.kz) - игры, [www.kazakh.ru](http://www.kazakh.ru) - общение, [www.nomad.su](http://www.nomad.su) - новости. В 2012 году стали популярными такие новостные ресурсы, как [www.tengrinews.kz](http://www.tengrinews.kz) [www.bnews.kz](http://www.bnews.kz). Из казахскоязычных сайтов наиболее популярными являются [www.massagan.com](http://www.massagan.com), [www.Qazag.kz](http://www.Qazag.kz), [www.masa.kz](http://www.masa.kz), [www.minber.kz](http://www.minber.kz), [www.abai.kz](http://www.abai.kz), [www.zamandas.kz](http://www.zamandas.kz) и др.

По данным исследователей, «Мэссаган» считается первым национальным порталом, он был зарегистрирован в 2005 году казахами из Монголии Б. Байтели и Ж. Матай, которые обучались в Корее. Активно продвигает информационные газеты в интернете молодой ученый и исследователь А. Еркимбай вместе со студентами факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби. Востребованными стали сайты официальных газет на казахском языке «Айқын», «Жас Алаш», «Ана тілі» и др.

Популярны так же религиозные сайты [www.kuran.kz](http://www.kuran.kz), [www.dinislam.kz](http://www.dinislam.kz), [www.muftiyat.kz](http://www.muftiyat.kz), [www.iman.kerek.info](http://www.iman.kerek.info) и др.<sup>1</sup>

Один из популярных форум «Центр тяжести» ([www.bb.ct.kz](http://www.bb.ct.kz)), который стал одним из первых казахстанских социальных проектов. Сайт объединяет людей независимо от уровня образования, интересов, возраста, национальности. Группы людей постоянно общаются и передают друг другу разнообразную по тематике информацию от психологии общения в семье, в коллективе, организации досуга и в вопросах в области казахстанской экономики, банков, финансов, даже политики.

Киберпространство создает новую информационную среду для индивидов. Общение в веб-сайте – это реальная возможность открытого обмена мнениями, свобода слова в реальном проявлении. Масштабы он-лайн журналистики в

---

<sup>1</sup> Сембай А. Развитие казахскоязычной сферы казахстанского сегмента в Интернете// В сб.: Исследование «Интернет в Казахстане. Казахстанский контент. Казахстанская Интернет-экономика. Казахстанское Интернет право. Казахстанский сегмент. – Алматы, 2010. - 400 с.

Казахстане растут с каждым годом, тем не менее, для большинства вопрос доступа к интернету остается актуальным. Правительство страны разработало специальную программу информатизации общества, продумывая такие его элементы, как электронное правительство, как электронное голосование и т.д. Подробнее можно посмотреть в сайте [www.unesco.kz](http://www.unesco.kz)., а также на таком источнике, как <http://kaz-chronicles.kz/press.shtml>.

Создание кибержурналистики – это важный инструмент продвижения к демократии, к созданию открытого гражданского общества. Конечно, насыщенность информационными технологиями еще не гарантирует безопасность от авторитаризма даже в информационном обществе. Потому что уже есть опасения возникновения авторитаризма элит, не личностей президентов, а элит международного масштаба. Например, экономической и финансовой элиты. Одна из передач НТВ «К барьеру» (октябрь, 2004) с ведущим интеллектуалом А.Соловьевым привела к схватке президента Альфа-банка и президента газетно-журнального консорциума «Коммерсантъ». Повод для схватки был существенным: одна публикация в журнале (июль, 2004) нанесла ущерб банку в размере одного миллиарда долларов. Хотя в передаче позорное поражение потерпел журналист, неизвестно чей это был триумф: капиталистической элиты над элитарной журналистикой, или наоборот. В Казахстане тоже не надо далеко ходить за примерами, наиболее яркий из них – моральное уничтожение газеты «ЭкспрессК» банкирами, о которых журналисты «посмели» написать негативную информацию.

Информационная среда настолько открытая, гибкая и эластичная, что реакция происходит мгновенно. И это не приказ из некоего центра. Это уровни поступления информации: горизонтальные и вертикальные. Информатизация не может функционировать по приказу из одного центра.

В информационном обществе особенно важно существование средств массовой информации, способных оппонировать власти, в том числе власти элит, действующих в рамках транснациональных сетей. Эти проблемы возникают в обществе так же, как и проблемы национального развития,

государственности.

В связи с этим вернемся к вопросу: может ли информационное общество быть открытым и гражданским, гарантировать демократию и свободу слова? Приведенные выше примеры отношения к средствам информации как в России, так и в Казахстане показывают, что информатизация спасает от авторитаризма, но не спасает от авторитаризма новых элит и, прежде всего, экономических или транснациональных элит, в руках которых новые технологии становятся инструментом общения и управления.

Что же входит в понятие медиа среды? Первое, это глобализация (сокращение расстояний, быстрый обмен информацией). Второе – конвергенция (от латинского *convergence* – приближаться, сходиться), или совмещение всех СМИ в электронной среде – радио, ТВ, газета. Третье – дигитализация – перевод информации в цифровое выражение.

В чем проявляется суть глобализации в СМИ, выражением противостояния которой становится регионализация или демассификация? Это возможность одновременного получения одной и той же информации в любом городе на всех континентах мира.

Таковыми всемирными изданиями стали следующие газеты: “USA Today” – массовая, общенациональная и глобальная газета, “Wall Street Journal” – американская качественная экономическая газета, “Financial Times” – английское качественное издание, “International Herald Tribune” – американское международное издание “New York Times”. Из журналов это такие, как “Cosmopolitan”, “Elle”, “Marie Claire”, “Burda”, “Playboy”, “Penthouse”, “Economist”, “Time”, “Newsweek” и т.д. Радио – Voice of America, Deutsche Welle, Свобода, BBC. Телевидение – CNN, BBC, FOX, al-Jazira, специальные каналы для Европы – Euronews, MTV, Euro-sport. Информационные агентства: AP, AFP, Reuters. Одна особенность в том, что интернет-версии изданий становятся платными. Газеты размещают некоторые статьи с вводными материалами. Основную информацию можно прочитать в бумажном варианте или же оплатить доступ в интернете. Руперт Мердок – владелец FOX – придерживается

политики коммерциализации всех новостей, что заставляет задуматься конкурентов в информационном пространстве. Такую же политику ведет казахстанское информационное агентство КазТАГ, предоставляя бесплатно только заголовки основных событий.

В последние годы возникла новая тенденция – создание в социальных сетях своего рода «звезд», которые становятся популярными в подростковой и молодежной среде. В США есть свои мегазвезды интернета, популярность которых уже изучается учеными университетов, как Гарвард. Неожиданным стал эффект миллиардного просмотра видеоролика с участием корейского певца PSY с клипом "Gangnam Style". В России видеоблогер по имени Рома Желудь набирает миллионы «лайков» в ВКонтакте, YouTube, СпросиМеня, Twitter и др. социальных сетях<sup>1</sup>. Новый тип молодежного кумира – это ухоженный мальчик в модной одежде и с независимым мнением по любому вопросу. Все видео насыщены подростковым нигилизмом и уверенностью в собственной жизненной философии. Смелость в оценке общественных проблем, ироническое отношение к консерватизму, сленги, создают образ «bad boy».

В 2010 году ученые Центра Беркмана Гарвардского университета США провели исследование «Публичный дискурс в российской блогосфере: анализ политики и мобилизации в Рунете»<sup>2</sup>, методология которого представляет интерес для прогнозирования интернет-сферы в Казахстане.

Интересное исследование было проведено докторантом КазНУ им. аль-Фараби Станиславом Лосем на тему «Интернет-СМИ Казахстана как конкурент традиционных медиа республики»<sup>3</sup>.

Важные статистические и аналитические материалы об интернет пользователях и ситуации интернет-медиа среды

---

<sup>1</sup> Рома Желудь - «новая власть Рунета». Что Вы думаете о кумирах нового типа? <http://nn.by/?c=ar&i=107424&lang=ru>

<sup>2</sup> <http://cyber.law.harvard.edu>

<sup>3</sup> Лось С. Интернет-СМИ Казахстана как конкурент традиционных медиа республики: автореферат дис. на соиск. академ. степени д. философии (Ph.D.) по специальности «Политическая коммуникация, журналистика». – Алматы: КазНУ им. аль-Фараби, 2010.



размещают казахстанские блоггеры. Например, вице-президент ОЮЛ “Интернет Ассоциация Казахстана”, автор известного блога «Большая энциклопедия Казнета» Александр Ляхов, директор “Центра изучения конкурентоспособности”, автор проекта Blogbasta Адиль Нурмаков, руководитель исследовательской группы по новым медиа-технологиям при фонде поддержки журналистов «Мінбер» Асхат Еркимбай и др.<sup>1</sup> Молодые блоггеры во многом способствуют появлению единой платформы веб-ресурсов казахоязычных СМИ. Это важно для реализации задач и по поддержанию государственного языка. Государством поддерживаются интернет-ресурсы на казахском языке, в особенности, онлайн-версии казахоязычных СМИ. По состоянию 2010 года каталог Казнета представлен 6997 сайтами, из которых только 617 на государственном языке<sup>2</sup>. Это пока невысокий уровень использования государственного языка в Казнете.

### **Конвергенция СМИ**

Другой признак демассификации – *конвергенция, которая привела к переменам в медиа-технологии, медиа-содержании, медиа-рынках*. Ее последствием стало изменение отношения политиков к происходящим трансформациям общества. Это появление новых законов, направленных на либерализацию телекоммуникационных рынков, ослабивших монополизм, приблизив спектр информационных услуг к потребителю. Политики ведущих развитых стран мира, в первую очередь, США и стран-членов Европейского Союза, понимая опасность и неизбежность глобализации, приняли Закон «О телекоммуникациях» (США, 1996) и «Зеленую книгу о конвергенции», одобренную ЕС в декабре 1997 года. Это известные политические документы призваны стимулировать прогресс конвергенции на политическом уровне. Конвергенция снимает проблему ограниченности частот, потому новая

---

<sup>1</sup> Большая энциклопедия Казнета// <http://lyakhov.kz/>

<sup>2</sup> В Казнете появится единая платформа казахоязычных СМИ// <http://www.zakon.kz/kazakhstan/185822-v-kaznete-pojavitsja-edinaja-platforma.html>

информационно-коммуникационная среда не будет более нуждаться в распределении частот, благодаря дигитализации или цифровизации.

Свободный доступ к современным коммуникационным системам становится целью новой политики государств. Совмещение функций различных СМИ, появление общих для разных каналов содержательных продуктов ведет к рождению новых интегрированных жанров, по мнению российских ученых. В частности, они считают, что продуктом телевизионной эпохи стал инфотейнмент (information+entertainment), в эпоху Интернета – эдютейнмент (education + entertainment), а сегодня, когда созданы индивидуализированные каналы современной информации, – создан инфорториал (information + editorial). Примером последнего и служит описанный ранее казахстанский веб-сайт. И таких сейчас в стране множество, где потребитель информации одновременно и является производителем ее.

В свою очередь, *конвергенция влечет слияние рынков*. Современная индустрия СМИ движется ко все большей интеграции с телекоммуникационным сектором, производством бытовой техники, информационными технологиями. В результате создается новый интегрированный рынок, на котором неразрывными связями скрепляются мультимедийные услуги, сетевое обслуживание, создание программных продуктов. Многие газеты стали создавать свои “виртуальные” версии. Меняется и ТВ – его можно смотреть через компьютер в интерактивном режиме.

Конвергенция меняет сейчас даже облик городов. К примеру, одна из множества прогрессивных идей мэрии столицы страны Астаны - создание smart-city или умного города. Идея умного дома уже стала реальностью во многих домах казахстанцев. Это и система безопасности, ухода за детьми, стариками, а также все бытовые операции, основанные на цифровых технологиях или дигитализации.

Дигитализация – это замена аналогового сигнала (электромагнитные колебания) цифровым. Этот способ дает

огромные преимущества в передаче большого числа сигналов по волоконно-оптическому кабелю, позволяет создавать сотни новых телеканалов, развивает телефонную связь, дает высокое качество изображения на экране телевизора, воплощает в реальность множество операций удобной и комфортной жизни. Идея smart-city соответствует амбициям Казахстана, который стремится стать полноправным членом информационного общества.

Таким образом, в современном казахстанском медиа пространстве сложились технологические условия, характерные для информационного общества.

Рассмотрим, как формируются современные средства информации Казахстана, как появление медиа-олигархов повлияло на содержание (контент) медиапродукта.

### **Медиа олигархи и медиа корпорации в Казахстане**

К сожалению, тема о реальных владельцах крупнейших казахстанских медиа-структур остается под завесой секретности. Хотя это, скорее, «секрет Полишинеля», потому что всем известно, что большая часть медиaprостранства поделена между олигархическими группами, это подтверждают как официальные, так и неофициальные исследования, проводимые на основе опросов специалистов и экспертов. Особый интерес к принадлежности тех или иных СМИ возникает в периоды обострения информационных войн, которые ведут собственники медиа в борьбе за сохранение власти, влияния, решения неких экономических задач, стоящих перед их группами.

В первые годы независимости Казахстана СМИ не привлекали такого заинтересованного к себе внимания. Во-первых, власть пыталась отойти от идеологических стереотипов советского периода и дистанцировалась от СМИ, отпустив их в свободное плавание. Во-вторых, в Казахстане еще не было достаточно богатых людей, которые могли бы взять на себя издание газет и журналов, производство телевизионной продукции; в-третьих, ввиду отсутствия рынка, неразвитости

предпринимательского сектора у СМИ не было возможности самостоятельно зарабатывать средства «на жизнь». Напротив, СМИ были, прежде всего, озабочены контентом, а не собственным материальным благополучием, оставаясь на стопроцентном государственном финансировании. Например, в те годы была актуальной идея формирования национального самосознания. Не случайно главой ведущего государственного телеканала, как мы говорим, «первой кнопки», стал известный писатель и журналист Шерхан Муртаза. В этот период на канале создается большое количество оригинальных передач на казахском языке, первая утренняя программа новостей «Тан Шолпан» и так далее. Но снижение государственного финансирования, объективные законы рынка, тем не менее, поставили вопрос ребром – СМИ это не только идеология, но и бизнес, и обе эти темы должны идти рядом. Для оживления республиканского телевидения ведущий государственный канал был отдан на откуп группе, владевшей телеканалом «Тан», но этот проект оказался провальным. Так называемые кризис-менеджеры не смогли решить вопросы технического перевооружения телевидения, насыщения эфира актуальными программами, подготовки новых кадров. Ситуация осложнилась резким неприятием «реформаторов» со стороны коллектива телеканала. Конфликты и скандалы прекратились только после того, как в 1994 году вице-президентом республиканской корпорации «Телевидение и радио Казахстана» и директором национального телевизионного информационного агентства «Хабар» стала Дарига Назарбаева. Можно как угодно относиться к такому решению властей, но с этого времени началось поступательное укрепление позиций государства на медиа-рынке Казахстана.

Обозреваемый период также характерен тем, что наряду с государственными СМИ, начавшими учиться самостоятельно зарабатывать, стали активно развиваться и частные. Крепнущее бизнес-сообщество не ограничивалось периодическими печатными изданиями, а открывало новые радио- и телеканалы, постепенно формируя целые медиа-холдинги, которые соз-

давались, в том числе, с целью диверсификации экономических рисков и усиления собственного политического влияния.

Одним из поводов к созданию крупных медиа-структур послужил тендер 1997 года, когда за 15 частот боролись более 120 заявителей. Успеха добились только три компании: «Ирбис ТВ», канал «Астана» и ТК РИО «Арна», которые были поддержаны властью. Вспомним и поправки в закон о СМИ весны 2000 года, согласно которым с января 2002 года была урезана на 50% ретрансляция российских телеканалов. Но в реальности для многих телерадиокомпаний ретрансляция российских передач была вынужденной мерой, так как у них не доставало средств для создания собственных программ. Исследователь Ю. Юнисбай, анализируя данную ситуацию, подчеркивает, что власть не монополизирует СМИ и, тем самым, не нарушает определенные демократические стандарты, но при этом сохраняет возможность влиять на информационную политику медиа<sup>1</sup>.

Медиахолдинги своим появлением изменили контекст информационного пространства Казахстана. Информирова, они продвигали интересы своих учредителей, которыми являлись олигархические группы. Как утверждает та же Барбара Юнисбай в статье “Олигархи и владение СМИ в Казахстане”, средствами массовой информации у нас владеют не политические партии, а корпоративно-властные группировки, которые используют СМИ в качестве “сильного и острого оружия”, помогающего им добывать и сохранять богатство и власть. Финансово-промышленные группы выкупили или получили иным способом контроль над большей частью электронных и печатных СМИ страны. Эти группы, возглавляемые богатыми представителями деловой и политической элиты, руководят, управляют или владеют промышленными предприятиями, финансовыми учреждениями, средствами информации и другими активами. И отношения между

---

<sup>1</sup> Юнисбай Б. Олигархи и владение СМИ в Казахстане. “After the Czars and Commissars” Journalism in Post-Soviet Central Asia. Michigan State University press, East Lansing. Edited by Eric Freedman and Richard Shafer. 2011. – С. 217-232.

конкурирующими группировками достаточно жесткие. Для примера она приводит медиа-олигарха Рахата Алиева, бывшего зятя президента Казахстана, который буквально сразу же потерял все свои медиа-активы.

Всегда ли финансово-промышленные группы преследуют цель получить прибыль от медиа-ресурсов? Практика показывает, что нет – важнее возможность влияния на общественное мнение, борьба против соперничающих элит.

Рассмотрим активы некоторых медиа-холдингов, работающих в Казахстане.

### *Медиахолдинг «Алаш Медиа Групп»*

Крупнейший в Казахстане медиахолдинг, в состав которого входят телеканал СТВ, радиостанция Tengri.fm, казахстанский новостной общественно-политический портал Tengrinews.kz, газета «Алаш Айнасы», информационно-спортивный портал Vesti.kz, первая социальная сеть на казахском языке Massaget.kz, казахстанская блог-платформа на русском и казахском языках On.kz. На базе медиахолдинга реализуются уникальные проекты: Первая национальная рок-премия, проект «На вершине Тенгри», программы «Неизведанный Казахстан», «Акустика. Живой звук» на телеканале СТВ<sup>1</sup>. Владелец – Александр Клебанов<sup>2</sup>.

### *Медиахолдинг «Алма-медиа»*

В 1995 году НТИА «Хабар» был преобразован в автономную структуру при правительстве РК. Была четко сформулирована концепция «Хабара» как самостоятельной и основной телекомпании Казахстана. После проведения тендера на частоты «Хабар» стал вещать на первом канале в качестве основной

---

<sup>1</sup> Медиахолдинг «Алаш Медиа Групп»//<http://internet-avenue.kz/organisacii/mediakholding-alash-media-grupp>

<sup>2</sup> 50 самых влиятельных бизнесменов Казахстана// <http://forbes.kz/leader> 30 октября 2012

государственной ТРК. Так стали закладываться основы медиа-холдинга «Алма-медиа». Информационно-аналитический центр МГУ по изучению общественно-политических процессов на постсоветском пространстве приводит такие данные: в состав холдинга входят еженедельники «Караван», «Газета.кз», радиоканалы «Европа+», «Ретро-Караван», «Хит ФМ-Хабар», телеканалы «Евразия», «Хит-ТВ» и НТК, информационное агентство «Kazakhstan Today» и отчасти еженедельник «Новое Поколение»<sup>1</sup>.

В 1997 году был объявлен тендер, который фактически отсек от эфира такие телеканалы, как «Тотем», «ТелеМ», «Семейный канал»<sup>2</sup>. Десятки местных телекомпаний постепенно исчезли, не имея достаточных средств для приобретения частот. Сложно было конкурировать только с одним каналом – «КТК», который успел эффективно использовать временной промежуток, пока власть приходила к идее овладения СМИ, и завоевал симпатии телезрителей. Рейтинг компании Бориса Гиллера, которая фактически создала совершенно новую форму общения с аудиторией, быстро откликнулась на все вопросы и нужды аудитории и стала «народной защитницей», рос не по дням, а по часам. Этот фактор «народности» сохраняется за компанией до сих пор, несмотря на смену владельца. Поэтому стиль компании остается острым, скандальным, шокирующим.

Были, вероятно, небезосновательные слухи, что советы по созданию медиа-холдинга давал российский магнат Борис Березовский. Были также сообщения, что якобы 20% акций КТК приобрел американский продюсер, некий Буш. Однако эта информация не нашла подтверждения.

В 2000 году в структуре "Алма Медиа" (ему принадлежали "Караван", "Караван-Плюс" и ряд других изданий, телеканал КТК и радио "Ретро-Караван") появилось интернет-агентство

---

<sup>1</sup> Сагадиев А. Кто манипулирует нашим созданием? Или кто из ху на медийном пространстве 18 марта 2007. ИАЦ по изучению общественно-политических процессов на постсоветском пространстве, МГУ им. Ломоносова// <http://www.ia-centr.ru>

<sup>2</sup> Омарова А. Медиа-холдинги на информационном поле Казахстана. 06.03.2002// <http://www.centrasia.ru>

Hotline.kz.

В 2007 году на базе частного медиахолдинга "Алма-медиа" была создана новая медийная структура – ТОО "Агентство Kazakhstan today"<sup>1</sup>.

Такова краткая история данного медиахолдинга, который, как всякая индустриальная структура, подвергается изменениям.

### *Медиахолдинг «Казахстан»*

Крупнейший медиахолдинг включает в себя телеканалы «Казахстан», «Мәдениет», «Балапан», НТК Казахстан, Казахское радио, Радио Шалкар, Радио Астана, Радио «Classic» и др.<sup>2</sup> Радиовещание началось в 1922 году, а телевизионное вещание – в 1958 году. «Казахстан» – это главный государственный телеканал, на который возложена задача осуществления государственной информационной политики страны. Охват населения телевидением – до 98,3%, а радиовещанием – 87,85%. С 1 сентября 2011 года НТК «Казақстан» перешел на 100%-ное вещание на казахском языке. Впервые был создан в Казахстане детский телеканал «Балапан», который начал свое вещание 27 сентября 2010 года. В эфире телеканала выходят такие передачи, как «Алақай, балақай!», «Айжұлдыз», «Кел, ойнайық!», «Шебер-хана», «Әліппе», «Әнсалайық!», «Hello, балапан!», «Баурсақ», «Жүзден жүйрік», «Санамақ», «Тентегім», «Айгөлек», «Толағай», «Еркетай». Телеканал ставит собственные детские телесериалы, такие как «Санжар мен Қайсар».

26 сентября 2011 года начал вещание на государственном языке телеканал «Мәдениет». Миссия телеканала «Мәдениет» – просветительство, приобщение широкой казахстанской аудитории к мировому и отечественному культурному наследию. С 1 сентября 2012 года стал вещать образовательный телеканал «Білім».

### *Медиахолдинг «31 канал»*

---

<sup>1</sup> <http://www.nomad.su/?a=3-200708130119>

<sup>2</sup> Подробнее: <http://kaztrk.kz>



В 2000 году создан медиа холдинг «31 канал», куда вошли телеканалы «31 канал» (1993 г.), «ТАН», «Радио 31», Интернет-газета «Навигатор», газеты «Мегаполис» и «Бизнес & Власть», журнал «Сезон». 1 февраля 2001 года ТРК «31 канал» образовал общенациональную телесеть из 14 городов Казахстана.

Соучредителями холдинга стали представители США, канал Media ink «СТС». Однако на сайте телеканала эта компания называется российской. Если иметь в виду, что холдинг активно заключает контракты с американскими медиа-структурами, то возникает впечатление существования американских «ветвей».

В 2011 году «31 канал» и киностудия Paramount Pictures заключили эксклюзивное соглашение о приобретении лицензионных прав на трансляцию кинопродукции в эфире. В августе 2012 года «31 канал» и один из ведущих мировых дистрибьюторов телевизионного контента – компания Warner Brothers International Television Distribution подписали долгосрочное соглашение о стратегическом сотрудничестве. В соответствии с условиями соглашения «31 канал» приобрел эксклюзивные права на трансляцию большого числа художественных фильмов и телевизионных сериалов производства Warner Brothers<sup>1</sup>.

Это исключительный опыт заключения пакетного договора крупных кинокомпаний с казахстанским телеканалом.

Основателем и президентом медиахолдинга долгое время был журналист Арманжан Байтасов. Его активы преимущественно сосредоточены в медийной, телекоммуникационной и девелоперской отраслях. А. Байтасов – председатель совета директоров и собственник медиагруппы «ТАН», собственник компаний ICON, «Юнайтед Медиа Групп», телеканала «НБТ» (Бишкек, Кыргызстан), ряда бизнес-центров в Алматы и Астане, сообщает журнал «Форбс». Программы «31 канала» того периода, такие, как «Информбюро», «Центр внимания», «Общественный договор», «Собственное мнение», «Дода» и «Состояние KZ», пользовались успехом и имели

---

<sup>1</sup> <http://www.31.kz/ru/business/about/index.phtml>

высокий рейтинг. В свое время в состав холдинга входила интернет-газета «Навигатор». В настоящее время «31 канал» не является медиа-холдингом, у него новый владелец.

Существует много изданий, которые поддерживаются владельцами крупного бизнеса. Например, хозяин еженедельника «Мегаполис» и сайта [voxprouli.kz](http://voxprouli.kz), по данным журнала «Форбс», – Булат Утемуратов; ТОО «Новое поколение», учредившего одноименную газету, – Рашит Сарсенов; один из крупнейших землевладельцев Василий Розинов издает газету «Костанайские новости» и телеканал «Алау ТВ»; Нурали Алиев имеет доли в ТОО «Радио Сити» (Hit FM), АО «АЛМА-ТВ», АО «НТК» и компании «Телекрана»<sup>1</sup>.

В 2002 году возникло еще несколько медиахолдингов, которые принадлежат различным финансово-промышленным группировкам. Однако их история не столь успешна.

#### *Медиахолдинг «Рауан Медиа Групп»*

В холдинг под названием «Рауан Медиа Групп» входили газеты «российского происхождения»: «Известия-Казахстан», «Комсомольская правда в Казахстане», «Спорт-экспресс», «АиФ-Казахстан». «Рауан Медиа Групп» управляла медийными ресурсами, каждый из которых узнаваем и популярен в стране: телеканал «Астана», радиостанции «NS» и «Деловая Волна», а также газеты «Нур Астана», «Туркестан». Планировалось создать совместно с российской телекомпанией НТВ проект НТВ-Казахстан, по которому 20% акций компании принадлежали бы российской стороне и 80% – казахстанской. Однако конкуренция со стороны представителей других медиа-групп не позволила им осуществить эту идею. Неудачи «Рауан медиа групп» обострили отношения с конкурирующими медиа-структурами. Холдинг поглотила более успешная структура.

---

<sup>1</sup> 50 самых влиятельных бизнесменов Казахстана// <http://forbes.kz/leader> 30 октября 2012

«Мы берем под управление активы "Рауан Медиа Групп", – объявил Арманжан Байтасов, в тот период генеральный директор информационного холдинга "Нур-медиа", куда входят телеканал "Астана", радиостанции "РДВ", NS, газеты "Литер", "Айкын", "Туркестан", "Известия-Казахстан", "Нур Астана".<sup>1</sup>

Есть медиа-группа, созданная ENRC (известная как группа Александра Машкевича и компании), которая контролирует ежедневную газету «Экспресс-К». Этой же группой поддерживается еженедельная газета «Новости недели» – совместный проект с «Московскими новостями». Была попытка выпускать в Астане еженедельную газету «Азамат таймс», но ввиду нерентабельности проект был закрыт.

### *СМИ финансовых структур*

Были издания у Казкоммерцбанка: газеты «Панорама» и «Время». Аффилированность этих изданий с олигархами (по выражению президента страны на встрече с журналистами в феврале 2002 года) не так наглядно выражается. «Панорама» старалась придерживаться подчеркнуто нейтрального делового тона, давно дистанцировалась от данного банка.

Был свой медиа-холдинг у Мухтара Аблязова, бывшего министра энергетики, индустрии и торговли, сейчас находящегося в одной из стран Европы: газета «Время по Гринвичу», журнал «Энергия Казахстана», телеканал «ТАН». М. Аблязов весьма эффективно использовал свои СМИ для дискредитации конкурентов.

### *Медиахолдинг «Қазақ газеттері»*

В медиахолдинг «Қазақ газеттері» входят газеты «Ана тілі», «Қазақ әдебиеті», «Уйғыр авазы», журналы «Простор», «Мысль», «Жулдыз», «Ақиқат». Объединение средств массовой информации происходило не только в интересах творческого потенциала, как с медиа-холдингом «Қазақ газеттері». Это было

---

<sup>1</sup> Семь газет, две радиостанции и телеканал/<http://www.nomad.su/?a=10-200902020028>

еще выгодной коммерческой сделкой.

Таким образом, произошло окончательное разделение информационного рынка между крупными медиа-холдингами. Причем владельцы имеют газеты, журналы, радио и телевизионные станции, которые распространяются по всему Казахстану, и не имеют территориальных ограничений.

Появление медиа-холдингов привело к относительной политической стабильности. Но не самым лучшим образом повлияло на контент, особенно информационных программ, которые стали однообразными, стандартными, официальными. Только несколько каналов – «КТК» и «31 канал» отличаются, первый - «агрессивной желтизной», второй – погоней за сенсационностью. Оттенок культурологического поворота произошел с приходом журналистов газеты «Время» в 2011 году, вносящими искорки «интеллектуального обаяния» смелыми и острыми сюжетами.

Практика показывает, что процесс создания, развития и исчезновения медиахолдингов происходит постоянно. Приведенные выше данные о медиамагнатах и медиахолдингах весьма условны и подвижны в отношении владельцев. Несомненно, что появление медиаолигархов и медиаструктур стало новым явлением в политической жизни страны.

## **Информационные ресурсы политических партий РК**

Как свидетельствуют результаты анализа роли политических партий, в 90-е годы в государстве были далеки от признания их как политической силы. Многопартийность еще не укоренилась, «партии «висели» в воздухе, являясь интеллектуальным, а не социальным образованием. «Демократизация не должна быть самоцелью, догмой, она должна стать жизненно важной для всех новых независимых государств»<sup>1</sup>, – отмечали аналитики.

В настоящее время (2013 году) в Казахстане 9 политических партий. Это партия «Нур Отан», демократическая партия «Ак

---

<sup>1</sup> Панорама. - 1994.- 30 июня.

жол», демократическая партия «Әдилет», казахстанская социал-демократическая партия «Ауыл», коммунистическая партия Казахстана, коммунистическая народная партия Казахстана, партия патриотов Казахстана, партия «Руханият», общенациональная социал-демократическая партия «Азат». Они имеют свои вебресурсы, кроме ППК и партии «Руханият».

Таким образом, партийные периодические издания:

- ОСДП «Азат» – «Свобода слова», «Общественная позиция – ДАТ» («Тасжарган»).
- КНПК – газета «Коммунист Казахстана».
- КПК – газета «Правда Казахстана».
- ССДП «Ауыл» – газета «Ауыл»
- «Нур Отан» имеет медиахолдинг «Нур-Медиа»

#### *Медиахолдинг «Нур-Медиа»*

В 2008 году политика в области медиа сменилась в сторону поощрения периодических изданий политических партий. Стало известно о планировании нового медиахолдинга, учредителями которого стали фонд национального благосостояния «Самруқ-Қазына» и правящая Народно-Демократическая партия «Нур Отан», сообщил КазТАГ<sup>1</sup>. Этому же агентству стало известно, что фонду «Самруқ-Қазына» будет принадлежать 51 процент акций нового холдинга «Нур-медиа», а партии «Нур Отан» – 49 процентов.

В холдинг вошли СМИ, которые КазТАГ (в настоящее время частное информационное агентство) характеризует как «партийные»: «Страна и мир», «Дала мен қала», «Айқын», «Литер», «Нұр Астана», «Известия-Казахстан», «Қазақстан темір-жолшысы». Телеканал «Астана», радио NS, радио «Деловая волна»<sup>2</sup>.

Во Франции партийные издания позиционируют себя независимыми от государства. Принята принадлежность к правому или левому направлениям. Правые это, например, «Фигаро», выходящая с 1926 года (*Le Figaro*, [www.lefigaro.fr](http://www.lefigaro.fr)).

---

<sup>1</sup> <http://zonakz.net:8080/articles/23758>

<sup>2</sup> <http://www.nurmediapress.kz/>

Либеральная левая газета “Монд” (“Мир”, *LE MOND*, <http://www.lemonde.fr>), открытая по распоряжению Шарля де Голля в 1944 году. Левые издания как знаменитая газета коммунистической партии Франции – “Юманите”, а также социалистическая – “Либерасьон” (*Libération*, “Освобождение”, выходила до 1964 г.). Правительство предоставляет государственные субсидии на основании того, что их содержание “представляет всеобщий интерес”.

В Великобритании СМИ тоже не афишируют принадлежность к политическим партиям. В то же время читатели знают, что газета “Дейли телеграф” представляет крупный бизнес. Газета “Гардиан” поддерживает реформистские силы. Известно, что газета “Дейли миррор” отражает позиции лейбористов. “Файнэншл таймс” – газета финансовых кругов. Известна знаменитая сатирическая шутка, что “Таймс” читают те, кто управляет страной, “Файнэншл таймс” – те, кто ею владеет, а “Гардиан” – те, кто хочет управлять страной. Вот и отражение политической картины общества!

В Италии выходит около 15 партийных газет, как социалистическая – “Аванти!” (“Вперед!”), коммунистическая – “Унита” (“Единство”), основанная в 1924 г., выходит и сегодня. Республиканская – “Пополо” (“Народ”), ежедневные газеты “Джорнале дель пополо” (“Народная газета”) и “Италия дель пополо” (“Народная Италия”). Клерикалы имеют ежедневную газету “Оссорваторе Романо” (“Римский наблюдатель”) – печатный орган Ватикана. Между политическими партиями и их СМИ постоянно идет борьба, особенно обостряется во время предвыборных кампаний.

В Казахстане, по мнению аналитиков, взаимодействие между политическими партиями и их СМИ не эффективное. «С одной стороны, партии не производят информацию, которая была бы интересна и востребована масс-медиа, а с другой стороны, СМИ имеют установки, которые не позволяют им освещать деятельность всех без исключения политических партий, формировать собственное объективное мнение о том,

эффективно или нет то или иное политическое объединение»<sup>1</sup>. Среди рекомендаций политическим партиям есть следующие:

- усиление информационных стратегий не только в предвыборный период;
- активное использование возможностей Интернета, создание персональных страниц и блогов;
- позиционирование целей, программ партий, политических процессов и т.д.

### **Три модели модернизации СМИ в Казахстане**

Автор предлагает рассмотреть гипотезы создания трех моделей модернизации СМИ Казахстана. Первая модель СМИ Казахстана – патерналистская, вторая – конкурентная, третья – цифровая интерактивная.

#### ***Патерналистская модель***

Патернализм понимается как доктрина и деятельность с позиций "отеческой заботы" к не защищенным слоям в социальном и экономическом отношениях<sup>2</sup>. Если рассматривать в проекции модели СМИ, то существование патерналистской коммуникации между властью и СМИ – это нонсенс, так как государство не в состоянии постоянно «опекать» средства информации. Не случайно в США нет ни одного государственного СМИ, также сменилась с государственной на частную форма существования СМИ почти во всей Европе.

В СССР действительно существовала патерналистская система, так как не было частных изданий СМИ. Сразу же перевести на рельсы «дикого капитализма» журналистику молодого государства было сложно. Поэтому в первые годы независимости до середины 90-х годов возникла модель, которую можно назвать *патерналистской*, так как государство «по-отечески» продолжало поддерживать не всегда стойких к

---

<sup>1</sup> Анализ взаимодействия СМИ и политических партий в Казахстане. - Алматы, 2010. - С.16.

<sup>2</sup> Гаджиев К. Размышления о политической культуре современной России // Мировая экономика и международные отношения. - 1996.- №2.

трудностям медиа-сообщества. Была достигнута свобода слова, отменена цензура, создано новое правовое поле СМИ.

На конфигурацию модели СМИ оказал влияние экономический кризис, который переживала страна. Важным достижением стало принятие Закона «О печати и СМИ» в 1991 году, который стал поистине революционным, создал все предпосылки для активного появления и становления СМИ независимого Казахстана.

В этот период начали функционировать более 200 новых частных, акционерных телерадиокомпаний. Качественно изменился состав их учредителей. Если раньше они были представлены государственными и партийными организациями, то теперь большинство телекомпаний принадлежало частным лицам, редакциям, акционерным компаниям. Это отражало стремление определенных групп общества усилить свое влияние на социальные и политические процессы, духовную жизнь общества. Процесс еще не был так активен первые годы независимости, т.к. экономическое состояние средств информации еще не окрепло. У государства не хватало средств для вложения в новые технологии телевидения. Возникали проблемы не только финансового, но и кадрового характера. Профессиональные позиции многих ведущих журналистов, сформировавшихся в эпоху коммунистической идеологии, стали не востребованы. Это привело к резкому водоразделу журналистов, которые сразу же разделились в поисках творческого и материального разрешения своих потребностей.

В апреле 1992 года был издан Указ Президента Республики Казахстан "О неотложных мерах по защите средств массовой информации, органов государственной власти и управления, государственного книгоиздания в период перехода к рыночным отношениям». В частности отмечалось, что Кабинету министров Республики Казахстан необходимо: обеспечивать периодические издания органов государственной власти и управления, государственные книжные издательства республики в объемах государственного заказа печатными сортами бумаги, картоном, переплетными и другими материалами; внести предложение в Верховный Совет



Республики Казахстан об освобождении редакций газет и журналов, государственных телерадиовещательных компаний, издательств, предприятий полиграфии и книжной торговли, Казахского государственного информационного агентства от *налога на добавленную стоимость, об установлении льготного налогообложения* (выделено авт.); предусмотреть при уточнении государственного и местных бюджетов увеличение дотации с учетом либерализации цен на выпуск периодических изданий и социально важной (детской, молодежной, учебной и казахскоязычной) литературы в объеме государственного заказа; рассмотреть возможность установления *льготных тарифов на услуги связи и электроэнергию* (выделено авт.), потребляемые предприятиями Министерства печати и массовой информации и Казахским государственным информационным агентством в рамках их основной деятельности; выделять Министерству печати и массовой информации РК необходимое количество свободно конвертируемой валюты для закупки печатных сортов бумаги, полиграфического оборудования, материалов и телерадиоаппаратуры.

Указом президента РК было поручено Министерству печати и массовой информации РК совместно с Государственным комитетом РК по государственному имуществу разработать программу и утвердить порядок приватизации и акционирования объектов книготорговли и книгораспространения, предусматривающий принцип сохранения их основных функций. Главам местных администраций рассмотреть вопросы финансирования и материально-технического снабжения местной печати, телевидения и радио, в том числе за счет внебюджетных и привлеченных средств<sup>1</sup>. Таким образом, Указом президента РК были приняты существенные скидки на налоги, льготы на почтовые расходы, оказывалась поддержка с

---

<sup>1</sup> Указ Президента Республики Казахстан 1992 года (апрель) "О неотложных мерах по защите средств массовой информации, органов государственной власти и управления, государственного книгоиздания в период перехода к рыночным отношениям»// <http://www.all-docs.ru/index.php?page=7&vi1=11959>

доставкой бумаги и краски, новым типографским оборудованием.

Тем самым создана правовая основа для защищенности государственных СМИ и журналистов.

Наряду с опекаемыми государством СМИ появились первые издания с коммерческой направленностью. Это таблоидная газета (формат, ранее не известный в стране) газета «Караван» (Б. Гиллер – первый владелец).

В обществе продолжали играть важную роль российские источники информации, как телевизионные, так и печатные: «Комсомольская правда», «Известия», «Труд» и телеканалы «Останкино», НТВ, РТР и другие. Впервые в информационном пространстве Казахстана появились турецкие журналы, европейские периодические издания.

Конституцией республики 1995 года впервые за всю историю Казахстана законодательно закреплено положение о свободе СМИ – праве печатных изданий, телерадиоорганизаций на свободное получение и распространение информации.

В начале 90-х годов появились первые попытки политизации СМИ. Например, при финансовой поддержке премьер-министра А. Кажегельдина, (в настоящее время проживает в Великобритании) была открыта одна из газет. Его намерение играть активную роль в политике страны продемонстрировало проведение первого в Казахстане семинара по политическим PR-технологиям российскими и западными специалистами. «Алмаатинский еженедельник «Караван» опубликовал 24.IV.98 главу из книги бывшего премьер-министра Акежана Кажегельдина, воспринятую как его предвыборный манифест на 2000 год. В ответ на это Генеральный прокурор РК возбудил 30.IV.98 уголовное дело против... всех средств массовой информации Республики Казахстан<sup>1</sup>», - пишет экс-зам. министра печати Сейдахмет Куттыкадам. Началась информационная война между казахстанскими медиа субъектами.

Недостатком патерналистского варианта модели медиа является постоянная готовность журналиста к подчинению,

---

<sup>1</sup> Куттыкадам С. Состояние печатной прессы Казахстана //В сб.: Сумерки свободы?

которая была вымуштрована советским периодом журналистики. Другим недостатком было ожидание журналистских структур финансовой поддержки со стороны государства. Это негативно влияло на профессиональный уровень журналистики, и не поднимало имиджа изданий. Политизация СМИ не была существенным фактором в тот период.

В 1996 году в Казахстане резко изменилось либеральное отношение к коммерческим телеканалам и печатным изданиям. Изменилась фразеология коммуникации. В академической среде профессор факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби Марат Барманкулов первым стал употреблять в своих лекциях непонятные и режущие слух слова и словосочетания: «тендер», «приватизация», «конкурентная среда», интернет и т.д.

Первый тендер на радиочастоты послужил точкой отсчета нового времени, когда СМИ должны были самостоятельно работать и выживать, конкурируя между собой и другими бизнес-структурами.

Потребность в СМИ была высокой. Самыми актуальными, особенно в аулах, стали радиопередачи, а где принимали сигнал – телевизионные программы. К сожалению, из-за экономического кризиса некрепкая привычка населения подписываться на периодику снизилась, семьи массово перестали получать газеты и журналы. Это было катастрофой для журналистского цеха. Общество было приковано к «бесплатному» видеозрелищу – телевидению.

Значимость телевидения как «зеркала» общества была особенно ясно видна в годы перестройки, предшествовавшей миграционному процессу в Казахстане. Именно тогда была впервые оценена роль телевидения как средства, которое удовлетворяло потребности аудитории в приобщении к государственным делам и процессам демократизации.

Таким образом, несмотря на определенные успехи, казахстанские СМИ оказались не готовыми к тому, чтобы действовать в соответствии с требованиями времени, а тем более показать перспективы развития рыночной коммуникации общества и государства. Свидетельством тому стали многочисленные полемические публикации в прессе, а также

результаты социологических исследований казахстанских ученых, как серьезный аналитик Сабит Жусупов<sup>1</sup> и др. Аудитория зрителей ждала от журналистики глубинного проникновения в суть острых проблем, тогда как СМИ было более расположено к исторической тематике, нередко обходило актуальные политические и экономические реалии.

Возможно, причиной этому стало то, что Казахстан стартовал в эпоху информационной революции, имея минимум технологий и средств коммуникаций. Вместе с тем в республике со слабой экономической базой, сложными политическими переменами, тяжелым социальным положением, разрабатывается перспективная концепция и стратегия информатизации как основы развития научной, оборонной, экономической мощи государства. В нее комплексно входит задача информационного развития казахстанского телевидения, что позволит передавать программы по нескольким каналам на всю республику, а также выходить в мировое информационное пространство. Эта глобальная задача сопряжена с развитием как технологии производства телевизионных передач, так и с выработкой политики телевидения республики, которая идентифицируется с политикой государства.

Политические события Казахстана находили отражение в передачах ТВ, такие, как демонстрация протеста шахтеров Караганды или антиядерного движения «Невада-Семипалатинск», избрание очередного парламента или разоблачение коррупции в высших эшелонах власти, действия новой «национальной буржуазии» или беднеющей части общества. В этот период казахстанское общество учится жить в условиях суверенизации и построения демократической государственности.

Демократические и гуманистические принципы все больше отражались в политике, экономике, духовной жизни, встраивались в тематический спектр средств информации. На них вольно или невольно ориентировались ветви власти, обще-

---

<sup>1</sup> Жусупов С. Политическая аналитика. Исследования. – Алматы: Агта-б, 2008. – 714 с.

ственные объединения, партии, союзы, а также отдельные граждане.

Усилия средств массовой информации на пути формирования демократического, правового, социального государства не встречают ощутимого сопротивления как со стороны властных структур, так и со стороны тех, кто хотел бы дестабилизировать казахстанское общество.

Выживание в новых социально-политических и рыночных условиях заставило независимые телерадиокомпании организационно структурироваться. Так была создана в 1995 году Ассоциация независимых электронных средств информации стран центральноазиатского региона. В нее вошли 12 узбекских и 6 таджикских телерадиоорганизаций, корпорация «САРЫ-АРКА», объединившая телерадиокомпании 14 областей республики, а также 63 частных телерадиокомпаний Казахстана. Основная цель - защита независимости в рамках корпоративной солидарности. Тогда же был создан региональный консалтинг при ЮНЕСКО совместно с «Интерьюс».

Новые перспективы в развитии казахстанского телевидения возникли с принятием в 1995 году правительственной программы по развитию спутникового телевидения. Это дает возможность принимать через спутник ИНТЕЛСАТ до 50-ти европейских, азиатских и американских программ, но практически эти программы получает ограниченное число пользователей из-за отсутствия технического оборудования. Нельзя было резко разрушать существовавшее долгие годы советской власти информационное пространство стран СНГ. Любое неосторожное действие участников, как, к примеру, 22 мая 1993 года во время проведения телемоста Центрального телевидения и Алма-Аты "Алма-Ата - Москва" на тему "Русские в Казахстане", могло спровоцировать межэтнические конфликты.

Важно было, чтобы «люди имели общую информацию, чтобы не наступило отчуждение, которое также опасно, как и этнические конфликты», - такое мнение было зафиксировано в Алмаатинской декларации СМИ, принятой в ходе меж-

дународного семинара по «Созданию независимых и плюралистических средств информации в Центральной Азии» 1992 года на конференции ЮНЕСКО.

Таким образом, трендами первой модели стали: либеральное правовое поле СМИ; появление частных и коммерческих СМИ; активное развитие СМИ на казахском языке; финансовая поддержка СМИ государством; создание основ конкурентной среды; зарубежные стажировки для журналистов; гранты зарубежных фондов на издание газет.

### *Конкурентная модель*

«Я очень хочу, чтобы казахстанские журналисты работали по всему миру. Чтобы репортажи из горячих точек, из кратера вулкана, из зоны стихийного бедствия вели наши соотечественники на знакомых нам языках и с учетом наших интересов. Кроме того, очень важно развивать сотрудничество с союзниками и в сфере информации. Давайте говорить честно - мы мало что знаем о наших соседях. Если там случается что-то плохое, то это покажут на нашем ТВ, напишут в наших газетах. И отсюда складывается неверное представление. Мы для них - дикая, коррумпированная страна, они для нас - пьющие, склонные к национализму люди. И это тормозит интеграцию. А я бы хотел знать и о хорошем»<sup>1</sup>, - так мечтательно размышляет о казахстанской журналистике политолог Н. Еримбетов. Еще экс-министр печати и массовой информации РК Алтынбек Сарсенбаев мечтал о создании корпунктов с казахстанскими журналистами по всему миру.

Отход от системы поддержки и вброс журналистского сообщества в пучину бизнес-системы заставил журналистов, у которых был некоторый временной промежуток, чтобы набрать дыхание, начать отчаянную борьбу за выживание. Острая конкуренция привела к тому, что среди журналистов обострилась борьба. Конфликты возникали не столько

---

<sup>1</sup> Еримбетов Н. Как формирование единого информационного пространства повлияет на евразийскую интеграцию?//<http://www.zakon.kz/4459506-kak-formirovanie-edinogo.html> 23

идеологические, сколько финансовые. Таким образом, распался тандем Дуванов-Литвинов, который начал успешный проект ТВИН по трансляции «Радио-Максимум». Обостренная борьба за аудиторию велась и в регионах страны, особенно в южных.

В тот период государство применяет более жесткие меры к СМИ, заставляя их осваивать законы рынка. Все льготы почтовые и налоговые существенно сокращаются. С 1997 года “в Казахстане стали внимательно отслеживать медийное пространство и прибирать к рукам средства массовой информации”, - считает Розлана Таукина, президент Ассоциации независимых СМИ Центральной Азии, президент фонда «Журналисты в опасности»<sup>1</sup>.

Насколько обоснованными были меры правительства по отношению к СМИ?

Причины были в том, что, несмотря на экономический кризис, появляется большое число новых изданий, возникают новые радио и телеканалы, которые требуют значительных финансовых вложений. Анализ показывает, что произошло улучшение материально-технической базы редакций, была приобретена современная техника и внедрение современных технологий, спрос аудитории привел к увеличению тиража периодических изданий.

Приватизация, передел собственности ведут к появлению финансовых групп в Казахстане. Осознавая силу печатного слова, влияние СМИ на общественное мнение, национальные олигархи стали создать свои издания или же приобретали издания с хорошей репутацией и раскрученным брендом. Так, с середины 90-х годов на информационном поле началась борьба групповых интересов, отстаивающая экономические позиции своей команды. Особую заинтересованность в создании своих изданий проявляют банки. Применялись такие методы, как слив компромата, оттеснение конкурента, даже захват собственности. Примером может служить история конфликта одного

---

<sup>1</sup> Таукина Р. Развитие плюрализма за 20 лет: существования суверенного Казахстана. Алма-Ата+20 [www.unesco.kz/ci/2012/presentations/.../Rozlana\\_Taukina\\_RU.docx](http://www.unesco.kz/ci/2012/presentations/.../Rozlana_Taukina_RU.docx)

из казахстанских банков с газетой «ЭкспрессК», который произошел на фоне скандала между «Альфа-банком» и одной из старейших российских газет «Коммерсантъ». Предметом судебного иска стала публикация от 14 сентября 2004 года «Вот это болт, нам грозит дефолт», в которой банку предрекалось скорое банкротство, а руководству банка предъявлялось обвинение в излишней политизированности. Редактор газеты Игорь Шахнович в интервью радио «Азаттык»<sup>1</sup> сказал: «То, что «Казкоммерцбанк» выиграл суд, не является победой для «Казкоммерцбанка». Думаю, они сами это так не расценивают. Думаю, они сами понимают, что они судили ненастоящего исполнителя, они судили орудие, которым было исполнено преступление. Молоток судили...».

Направленность государства на экономику стимулирует издание с экономическим уклоном. Это находит свое объяснение. В государстве активно развивается банковский сектор, поддерживается развитие малого и среднего бизнеса, поощряются международное экономическое сотрудничество. Появляется реклама в СМИ. Это новое направление в информационном рынке.

Проведение нескольких политических кампаний в этот период – выборы президента РК, депутатов парламента – активизировали процесс политизации СМИ. Нейтральные издания, ранее не проявлявшие политической ориентации, могли демонстрировать поддержку тем или иным политическим фигурантам. Появляется оппозиционная пресса, которая обостряет конкурентную среду в СМИ Казахстана.

В электронных средствах информации Республики Казахстан возникло три типа вещания: государственное, смешанное, частное, зависимое от государства в вопросах налогообложения, лицензирования, импортирования и кредитования. Правила создания телевизионных кампаний гласят, что «телевизионная сеть может быть основана на различных формах собственности

---

<sup>1</sup> Аркин Д. «Казкоммерцбанк» против «Экспресс К»

//<http://zonakz.net:8080/articles/7849?mode=reply>, Тулегенова А. Пропрезидентская газета "Экспресс К" тоже проигрывает суд, но тоже не сдается. - 27.08.2005// <http://rus.azattyq.org/content/article/1180520.html>



– государственной, общественной, муниципальной, коллективной, частной»<sup>1</sup>.

Для журналиста конкурентность проявляется в том, чтобы первым сообщить новость. Другой критерий, чтобы быть не только оперативным, но и уметь преподнести новость качественно, доступно и интересно.

Таким образом, на формирование второй *конкурентной модели* оказывают влияние следующие факторы: обострение конкурентной среды; скрытое или явное обозначение медиа владельцев; развитие интернет-сферы для обмена информацией; наступление на правовое поле государства; создание международных структур с целью защиты журналистов; проведение крупных медиа форумов международного масштаба, как «Евразийский Медиа Форум», формирование имиджа казахстанских журналистов; конкуренция в журналистской среде.

### ***Цифровая и интерактивная модель***

Этот тип модели стал отчетливо проявляться в 2010 году, и связан, прежде всего, с изменением стратегии и тактики государства по отношению к средствам информации. Создан новый тип министерства по работе со СМИ, в котором приоритет отдан новым технологиям и модернизации в области коммуникаций. Преимущества цифрового телевидения очевидны. Это намного большее количество каналов, чем в аналоговом вещании, новые перспективы для свободного потока информации и плюрализма СМИ, защита и укрепление свободы выражения мнений, свобода СМИ и доступ к информации.

Казахстан, как и все ведущие страны мира, с 17 июня 2015 года вступит в новый период – эпоху цифрового вещания. Наряду со всеми плюсами модернизации информационного пространства страны, возможны и минусы, которые

---

<sup>1</sup> Варганова Е.Л. Медиа экономика зарубежных стран: учебное пособие. - М.: Аспект Пресс, 2003.

представляют опасность для локального, местного телерадиовещания. В настоящее время в Казахстане выходит в эфир около 200 национальных и региональных ТРК. Министерство связи и информации РК для цифрового телевидения пока выделяет 55 каналов. Казалось, существенное количество, но первоначально мультиплекс предполагает включение только 18-ти каналов. Если посчитать, что республиканских каналов около 15-ти, то на оставшиеся три-четыре места конкуренция будет неимоверной. Есть ли выход из создавшегося положения? Предлагаются три варианта решения.

*Первый:* разместиться в интернете, что потребует дополнительных финансовых вложений, и вряд ли региональный зритель быстро адаптируется к просмотру местных новостей через компьютер. Значит, есть опасность потери зрителя.

*Второй:* купить пакет кабельного телевидения и вещать через него. Это тоже чревато, так как спутниковая транспортная среда уже заполнена 37-ю телерадиоканалами.

*Третий:* это вхождение во второй или третий мультиплекс, но уже платно. Правовые вопросы вхождения регионального телерадиовещания пока обсуждаются и не приобрели окончательного решения. Следовательно, каждый из предлагаемых вариантов сомнителен и вызывает опасение оттеснением регионального вещания от своей аудитории. Оппонентами в споре становятся многочисленные научные исследования, которые убеждают, что зритель тяготеет, прежде всего, к местной информации.

Несмотря на дискуссии в поле цифрового телевидения, первые проекты в цифровом формате уже получают свое реальное воплощение. Это телеканал на казахском языке для детей под названием «Балапан», объем вещания которого составляет более 10 часов в сутки. Наряду с переводными мультфильмами, детскими фильмами и сказками, канал предоставляет много собственной продукции. Это познавательные, обучающие и развлекательно-музыкальные передачи. Обаятельные дети, умелые профессиональные ведущие, оригинальное оформление каждой программы – все соответствует международным стандартам.

В сентябре 2011 года запущен телеканал «Мәдениет» – «Культура», а также радиоканал «Классик» – это классическая музыка, образовательные и просветительские программы, прямые трансляции из концертных залов.

Третий крупный проект – это запуск в 2012 году телеканала «Білім арнасы», посвященный образованию. Лучшие ученые страны проводят уроки для школьников, которые будут транслироваться по всем регионам страны, достигая самых отдаленных аулов.

Не менее грандиозным может стать проект «24KZ» по созданию круглосуточного информационного канала на казахском языке, который будет вещать по всей территории республики. На главных телеканалах страны ТРК «Казахстан» который теперь вещает только на казахском языке, и ТРК «Хабар» запускаются новые телесериалы. Например, для детей сериал "Санжар мен Кайсар" по каналу "Балапан", семейная сага «Жаным», а также создаются новые оригинальные телепрограммы, как сериал «Подружки» и др. Поступают предложения открыть спортивный канал.

Таким образом, перспективы у цифрового телевидения в Казахстане обнадеживающие. К моменту окончательного перехода на новый формат вещания стоит надеяться, что будут приняты правовые решения, которые помогут не остаться на обочине телевизионной манифестации региональному телевидению Казахстана. А самое главное – кадры для новых телеканалов сейчас готовят несколько факультетов журналистики, и прежде всего КазНУ им. аль-Фараби. В студенческих творческих мастерских не только будущие репортеры, сценаристы, драматурги, а также лидеры в области IT-журналистики.

Цифровые технологии проникли и сферу газетного производства. Если в области телевизионной журналистики есть определенные сдвиги в оснащении новой техникой, новыми программами, сериалами, то в области газетной индустрии возникли ряд проблем, о которых стали открыто говорить на самых высоких уровнях.

Прежде всего, это выступление Госсекретаря РК Марата

Тажина на совещании с журналистами, где он сказал: «Вот у меня есть анализ: сотни, тысячи материалов выпущены, но ни один из них не остался в сознании населения... У нас главный критерий и потребитель – это население и степень информационного воздействия»<sup>1</sup>. М. Тажин как ученый-социолог официально заявляет, что материалы СМИ не получили резонанса в обществе. Что нужно делать, чтобы информация закреплялась, была востребованной? Некоторые механизмы этого процесса раскрывает американский ученый, профессор университета Дьюк, штата Северная Каролина Эллен Мицкевич, которая на протяжении многих лет изучает постсоветскую журналистику России.

Ее новая книга «Телевидение, власть и общество» заслуживает внимания методикой и целями исследования. Она изучает телевизионные новости и пытается узнать как эти новости воспринимаются аудиторией, *«каким образом рядовые зрители приходят к определенным выводам? Каким образом они понимают смысл новостей? Какие умственные процессы, включая бессознательные, они задействуют при обработке новостей? Рассматривается не популярность тех или иных программ, а то, на какие мыслительные ресурсы опирается зритель... Где сознание ищет навигационные приборы?»*<sup>2</sup>. Чтобы получить адекватную аудиторию СМИ, к мнению общества надо прислушиваться, изучать, не полагаясь только на новые технологии.

Новая фаза в развитии современной журналистики требует не просто использования и знания новых технологий, а прежде всего обретения свободы творчества, которое создается лишь высокообразованными и компетентными профессионалами журналистики. Знание дает журналисту ощущение свободы, он становится свободной личностью. Только свободная личность способна созидать и передавать через коммуникационные модели ценности, которые уже стали его сутью. И тогда его слово, образ, идеи будут получать отклик в обществе, станут формировать те национально-нравственные стандарты, которые он несет как свободная личность.

---

<sup>1</sup> Central Asia Monitor. - 21 марта. - 2013.

<sup>2</sup> Мицкевич Э. Телевидение, власть и общество: пер. с англ. – М.: Аспект Пресс, 2013.- С.7, 14.

По сути, все мы формируем и создаем себя на примерах, которые несет нам литература, кино, телевидение, теперь интернет. «Кто твой любимый герой телевидения?», - спрашивал автор в начале 80-х годов у подростков Алматы. Это были популярные зарубежные музыканты, спортсмены, артисты кино. «Кто твой любимый герой телевидения?» - спрашивает сейчас студент из Афганистана у сверстников своей страны, и это - актеры индийских фильмов, политические деятели, журналисты афганского происхождения. Современные студенты журфака КазНУ создают свой будущий имидж журналиста, ориентируясь на отечественных казахстанских «звезд» журналистики, как Серик Абас-Шах, Копен Амирбек, Ренат Кертаев, Кымбат Хангельдина, Геннадий Бендицкий, Гульнара Рахметова, Галия Шымырбаева и др.

Третья *цифровая и интерактивная модель* еще не приняла окончательной конфигурации, потому что перспективы ее развития еще впереди. Но что отчетливо проявляется – это новые технологии, соответствующие высоким международным стандартам.



## ИСТОРИЧЕСКИЙ РАКУРС СМИ НЕЗАВИСИМОГО КАЗАХСТАНА

Раскрывая тенденции развития печати в Казахстане в новых социально-политических условиях, нельзя не сказать и о том, что казахская журналистика имеет славное прошлое и ведет свой отсчет еще с дореволюционных времен. Казахскую дореволюционную печать исследовала У. Субханбердина<sup>1</sup>, о зарождении казахской публицистики писал М.И. Фетисов<sup>2</sup>, о казахской газетах и журналах писал в Германии Баймырза Хаит<sup>3</sup>. Но ведущим исследователем казахской печати этого периода остается профессор Бекхожин Х.Н. Книга Х.Н. Бекхожина «Пути развития казахской печати» в форме доклада была представлена для защиты докторской диссертации в 1965 году. Опираясь на труды Ибрая Алтынсарина, Чокана Валиханова, великого Абая Кунанбаева, автор активно использовал результаты исследования Ермухана Бекмаханова «Присоединение Казахстана к России», первоисточники таких газет, как «Дала уалаяты», «Степь», журналов, как «Айкап», «Садак», «Казах» и др., что позволило ему, полемизируя с такими крупными учеными как К. Бейсембиев, Б. Кенжебаев отстаивать свою точку зрения на развитие казахской печати.

10 мая 1870 года в Ташкенте, столице Туркестанского края, куда входил практически весь юг Казахстана, арабским шрифтом был набран первый номер «Туркестан ұаялатының газеті» (1870-1882) на казахском и узбекском языках или «Туркестанская туземная газета» приложение к газете «Туркестанские ведомости» - органа царской администрации. Газета сыграла прогрессивную роль в пробуждении общественной мысли народа<sup>4</sup>. В первые годы независимости казахстанская журналистика отмечала этот день как День журналистики. Потом этот праздник стали связывать с при-

---

<sup>1</sup> Субханбердина У. О казахской дореволюционной печати// Известия АН КазССР, серия филологии и искусствоведения. Вып.3 (19). - 1961. - С.67-79.

<sup>2</sup> Фетисов М.И. Зарождение казахской публицистики. - Алма-Ата, 1961.

<sup>3</sup> Hayit B. "Turkestan im XX Jahrhundert Darmstadt", 1956.

<sup>4</sup> Бекхожин Х.Н. Пути развития казахской печати. Доклад. - Алма-Ата, 1965. - С.11(100).

нятием первого Закона о СМИ – 28 июня. Сейчас эта дата вновь смещается и нелогично проводится в день Связи.

Казахстанская журналистская наука развивалась в основном по линии исторического и теоретического исследования журналистики. Издано достаточное число монографий и научных исследований по истории печати, телевидения и радиовещания Казахстана.

Основу журналистской науки в Казахстане заложили первый ученые факультета журналистики Х.Н. Бекхожин, профессор Т.С. Амандосов<sup>1</sup>, профессор Т.К. Кожакеев<sup>2</sup>, профессор М.К. Барманкулов.

Были изданы «Очерки истории журналистики Казахстана» - авторы Х.Н. Бекхожин, С.К. Козыбаев, С.С. Матвиенко. По истории радио и телевидения это работы Р.С. Сагимбекова «Создание и развитие массового радиовещания в Казахской ССР (1928-1941 гг.)», К. Аманбаева «История становления телевизионного вещания в Казахской ССР», М.К. Барманкулова «Общность и специфика документальных жанров печати, телевидения, радиовещания».

Несмотря на всю ценность проведенных исследований, они, как правило, несли в себе стереотипы марксистско-ленинской идеологии. Процесс формирования системы информации был показан в неразрывной связи с историей Компартии республики, с точки зрения политических требований тех времен. В настоящий период приобрели особую значимость исследования с позиций современного обновления средств массовой информации и науки о журналистике Казахстана.

Появилась новая плеяда современных исследователей казахстанской журналистики. Это профессора С.Х. Барлыбаева, Ш.И. Нургожина, Л.С. Ахметова, а также молодые исследователи как К. Мысаева, А. Рожков, С. Нурбеков, А. Альжанова, Н. Шынгысова, Г. Султанбаева, А. Ниязгулова и др.

Новую волну в современную теорию журналистики внесли докторанты PhD Ш. Кожамкулова, К. Джаманкулова, С. Лось,

---

<sup>1</sup> Амандосов Т.С. Современная казахская публицистика: докторская диссертация. – Алма-Ата, 1982.- 287 с.

<sup>2</sup> Кожакеев Т.С. Сатира - оружие сильных. - Алма-Ата: Жазушы, 1985. -285 с



А. Баймухамбетов и др. Исследования молодых ученых в области коммуникативистики отражают реалии и перспективы развития новых медиа Казахстана.

С позиций истории становления казахстанской журналистики интересно исследование А.И. Егорова «Формирование и развитие системы СМИ в национальном регионе (на материале Казахстана)», в котором он дает объективно расширенные хронологические рамки истории печати Казахстана, начиная с середины 20-х годов до начала 90-х. Автор отмечает редко упоминавшиеся факты: с 1928 по 1940 гг. казахский народ и его культура пережили две реформы письменности. Сначала был введен латинский шрифт, заменивший алфавит на основе арабской графики. Затем письменность была переведена на кириллицу». Эти волевые решения несли идеологическую направленность, – делает важный вывод А. Егоров, – народ лишился части своего литературно-исторического наследия, источников информации – печати»<sup>1</sup>.

Газеты в новом шрифтовом варианте усложняли процесс получения информации. Это нанесло ощутимый урон печати Казахстана – приходилось оперативно переучивать журналистские кадры и технических работников. До сих пор целый пласт журналистского наследия не востребован казахстанской наукой по журналистике.

И все-таки, несмотря на технологические трудности, журналистика развивалась, росло число газетных изданий, их тиражи. Газеты в Казахстане выходили в основном на двух языках, но были издания на немецком, корейском, уйгурском, узбекском. Был период, когда газеты на казахском и русском языках были самостоятельными изданиями. Но с образованием совнархозов в 60-е годы прошлого века казахские издания стали переводными и почти полностью прекратили публикацию собственных журналистских материалов. Это привело к резкому сокращению журналистских кадров казахских редакций, превращало их роль в статистов по переводу с русского языка на

---

<sup>1</sup>Егоров А.И. Формирование и развитие системы средств массовой информации в национальном регионе/на материале Казахстана: автореферат дисс. на ...канд. ист. наук. - М.: АОН, 1991. - С.6.

казахский. Обилие партийных совещаний и съездов КПСС превращало деятельность региональных редакций на казахском языке в ожидание готовых переводов из КазТАГа, который получал информацию из ТАСС (Телеграфное Агентство Советского Союза). Самостоятельно переводить партийные материалы казахские газеты не имели права. Отсутствие собственных журналистских статей, кроме передовицы, местной информации, вело к творческому ослаблению национальной журналистики. Вплоть до 1972 года казахские газеты были в основном переводными.

### **Печать Казахстана**

Казахстанская печатная журналистика развивается по трем главным направлениям, решающим и отличительным фактором которых является языковая принадлежность изданий: казахское, русское, этническое.

В 90-е годы Министерством культуры и информации РК проводился учет газет, телекомпаний и радиостудий по формам собственности, принадлежности к государственным и независимым изданиям, языку, что позволяет получить достоверную картину развития печатных изданий в республике.

Когда были воссозданы оригинальные непере译ные казахские издания, число газет и журналов увеличилось. В советское время выпускались 363 газеты, 20 журналов разовым тиражом более 6 миллионов экземпляров<sup>1</sup>.

С получением независимости уже в 1992 году, когда начал действовать Закон о печати и других средствах массовой информации, в Казахстане издавалось 735 новых газет и журналов, в том числе на казахском языке – 260, на русском – 395, уйгурском – 4, узбекском – 5, немецком – 2, корейском – 2. Из них 85 изданий были независимыми, 12 – частными<sup>2</sup>.

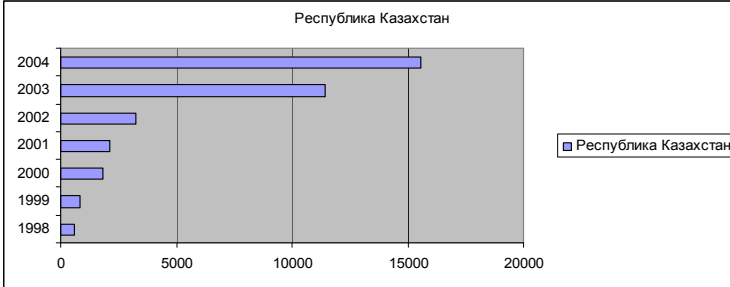
---

<sup>1</sup> Казахстанская правда. - 1972. - 7 мая.

<sup>2</sup> Данные семинара ЮНЕСКО по содействию развитию независимых и плюралистических средств информации в Азии. - Алматы, 5-9 октября 1992 г.

Таблица № 1

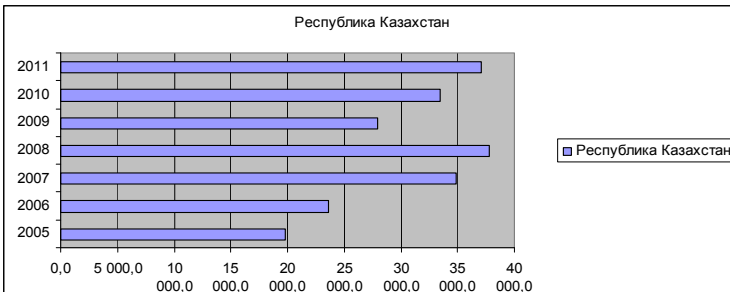
**Общий объем услуг по изданию в Казахстане  
с 1998 по 2004 гг.<sup>1</sup>**



Таблицы № 1 и № 2 показывают, что общий объем изданий в Казахстане в 1998 году составлял 610 млн тенге. В 2011 году он составлял 37 млрд 044,6 млн тенге.

Таблица № 2

**Общий объем услуг по изданию в Казахстане  
с 2005 - 2011 гг.**



Увеличение количества газет и журналов республиканского и областного статуса объясняется ростом общественной потребности в получении информации, в том числе на востребованном аудиторией читателей казахском языке.

Формируется новый для Казахстана тип газеты – городской.

<sup>1</sup> <http://www.stat.kz/digital/services/Pages/default.aspx>

До середины 70-х годов XX века не было своей городской газеты на казахском языке даже в столице, а теперь их в республике около двухсот. Несмотря на прогнозы о самоликвидации районных газет из-за экономической нестабильности, их численность увеличилась вдвое. Новым для печати Казахстана стало появление наряду с государственными альтернативных изданий.

Анализ показывает, что увеличение числа периодических изданий проходило волнообразно. Наблюдается некоторое понижение численности государственных изданий с последующим незначительным ростом, и в то же время почти в пять раз увеличивается число независимых изданий, в шесть раз – частных. Считалось, если этот процесс будет продолжаться, то при определенных экономических условиях количество государственных и негосударственных изданий сравняется. Оказалось, как показывает статистика 2012 года, численность негосударственных изданий стала преобладающей. На данный момент в республике действует 2 740 средств массовой информации, из которых 84% (2 301) – негосударственные СМИ, 16% (439) – государственные<sup>1</sup>. Численность изданий по сравнению с начальным периодом увеличилась вдвое и более.

Пик роста периодических изданий приходится на начало суверенизации Казахстана, затем происходит спад. Это обусловлено как объективными причинами – экономическим кризисом, так и субъективными – неумением наладить производственный процесс по выпуску газет в рыночных условиях, то есть отсутствие социально-исторического опыта у казахских журналистов в этой сфере: предпринимательство как таковое было для нас *terra incognita*.

Однако увеличение доли казахских газет к 1995 году свидетельствует о некоторой приспособляемости журналистов к

---

<sup>1</sup> Министерство связи и информации РК опубликовало аналитическую справку о состоянии отрасли СМИ за 2011 год // <http://www.internews.kz/newsitem/20-01-2012/17371>

новым экономическим обстоятельствам, заставляющим их менять традиционное отношение к таким новым понятиям, как маркетинг, менеджмент, предпринимательство. Процесс перестройки казахских журналистов был болезненным. Многие остались без работы, с трудом понимали, что творческих заработок теперь не приносит того дохода, который был необходим для выживания.

Следует отметить, что эти тенденции были характерны и для русскоязычных изданий, в которых в большинстве своем работали казахи или же русские с казахстанским менталитетом. Все эти аспекты требуют специального рассмотрения, особенно такого явления, как стойкая выживаемость независимых и частных изданий, которые, вопреки пессимистичным прогнозам, значительно увеличили свои тиражи. Это результат поддержки независимой прессы, в том числе оппозиционной, что свидетельствует о шагах государства к демократизации общества. Поддерживать, безусловно, надо. Однако причина не только в поддержке. У независимых и частных изданий намного меньше проблем с доставкой бумаги, краски, приобретением типографского оборудования, распространением газет и обеспеченностью журналистскими кадрами. Государственные же издания все эти проблемы решают очень трудно и без госдотаций им не обойтись, они просто не выживут, потому как рекламная деятельность их весьма и весьма ограничена.

Казахскоязычная журналистика, испытывая многолетний гнет неоднократного изменения шрифтов, перехода на переводную форму, цензурные запреты, сейчас переживает период ренессанса. Она стала пропагандировать общечеловеческие ценности, национальные традиции, культуру, язык, способствовать просвещению, раскрывать роль крупных исторических личностей, работавших в разные периоды становления казахской государственности. Понимание богатства собственной культуры, обычаев, традиций, казахского языка стало одной из необходимых ступеней в длинном и трудном пути становления национального самосознания казахской нации. Период национальной эйфории 90-х годов затихает, уступая место серьезному анализу политических и

экономических процессов, происходящих в обществе. Пресса даже в начале 2000-х время от времени уходила от проблем дня, погружалась в глубокую старину, видя в этом проявление историзма и патриотизма. В середине 90-х не все казахские журналисты сердцем приняли те новые процессы, которые происходили в обществе, хотели бы возврата традиций феодальных времен. Мало внимания в казахской печати уделялось вопросам внешнеэкономических связей, международной жизни, некоторые материалы страдали описательностью, им не хватало публицистичности и диалектического, критического подхода к происходящим событиям.

Можно типологизировать казахскую печать не только по территориальному признаку, но и по обращенности ее к аудитории. Для аксакалов – религиозные газеты «Иман», для женщин – журналы «Казакстан айелдери», для молодежи и детей – «Жас алаш», «Улан». Самые многотиражные общественные издания – «Егемен Казахстан», «Халык кенесі», а также развлекательные издания о звездах и шоу-бизнесе на казахском языке.

Новым явлением в развитии независимой казахской журналистики стало появление международных газетно-журнальных изданий. Это первый казахско-турецкий еженедельник «Заман-Казахстан». Верстка газеты осуществлялась в Турции – внутренние полосы, и в Казахстане – внешние. Газета содержала разнообразную информацию о жизни народов двух этнически близких стран. С 1992 года первый редактор газеты «Заман-Казахстан» Калтай Мухамеджанов народный писатель Казахстана. С 1995 года на базе этой газеты стала издаваться газета «Түркістан».

Русскоязычная пресса более спокойна по накалу страстей, как бы камерная. Ее можно типологизировать по содержанию изданий: политические (разных партий), общественные, официальные, религиозные, бульварные, совместные издания и др. При всем многообразии русскоязычной казахстанской печати некоторые издания идеологизированы, привержены мышлению ушедшей эпохи. В середине 90-х годов не все русскоязычные издания смогли переориентироваться в сторону

лояльного отношения к процессам возрождения казахской нации. Постоянно дискутируются темы двуязычия, двойного гражданства, иногда отнюдь не в деликатной форме. Нельзя оспаривать то, что был допущен перекосяк в проблеме изучения языка коренной нации: овладеть им в столь короткие сроки было нереально. Однако некоторые газеты в своих публикациях стали открыто пропагандировать шовинизм, посягать на территориальную целостность страны и пр. Не обошлось и без прецедента: журналиста Б. Супрунюка из Северо-Казахстанской области были вынуждены привлечь к судебной ответственности. Бывшая газета компартии «Казахстанская правда» вдруг пошла на поводу идей, высказываемых российскими «Известиями», и решила спровоцировать конфронтацию между Президентом и Верховным Советом. Кроме того, «Казахстанская правда» стала открыто враждовать с такими изданиями, как «Панорама», «Вечерний Алматы», Казахским телевидением и радио и даже с частным изданием «Казахская правда». Газетная борьба достигла такого уровня, что в нее были вовлечены широкие слои общественности. К примеру, в течение февраля-марта 1993 года областная газета «Индустриальная Караганда» почти все полосы отдавала конфликту на местном телевидении. После ряда публикаций в «Казахстанской правде» борьба между СМИ приобрела республиканский масштаб и политический оттенок.

Эйфория свободы слова, вседозволенность воодушевила также такие издания, как «Караван» и «Вечерний Алматы», на страницах которых столкнулись корпоративные интересы крупных финансовых фирм. До рядового читателя журналистам не было никакого дела, «протаскивались» идеи не как свои, а как сильных мира сего. Сегодня страсти улеглись, или почти улеглись, конфронтационные отношения уступили место взвешенным и цивилизованным.

Среди независимых и самокупаемых изданий на русском языке в середине 90-х годов особое место занимают «Караван», приложения к нему, «Кооперативные новости», «Доживем до понедельника» и др. Они имеют мощную зарубежную и местную поддержку финансовых кругов, крупных фирм,

которые субсидируют издания взачет платы за рекламу. Все это помогало газетам успешно справляться со всеми сложностями процесса вхождения в рынок.

В своей программе руководители газеты «Караван» заявили о полном неприятии идеологии советской прессы, которая делалась в расчете на некоего безликого «советского труженика», «строителя коммунизма», но никак не на живого человека... А поскольку пресса сообщала преимущественно о передовиках производства и социалистического соревнования между ними, народ черпал информацию из собственных источников»<sup>1</sup>.

Газета «Караван» в 90-е годы оставалась единственным изданием, публикующим *ню*, подробности из жизни «звезд», светские сплетни. Тематика подбирается на уровне примитивного шока: инопланетяне, экстрасенсы, страшные и скандальные истории. Заказные убийства, разборки рэкетиров, ссоры на бытовой почве – эти явления стали главными для репортеров. Надо признать, что «Караван» – самая привлекательная для рекламодателей газета и, вследствие этого самая финансово устойчивая и даже высокоприбыльная. Используя все атрибуты «желтой» прессы, газета одна из самых тиражных и популярных в республике. Ее престиж еще более укрепился с изданием приложения АО «Караван» – «Караван-Блиц».

Среди политических изданий в 90-е годы известны газеты «Сухбат» социалистической партии, «Народное единство» – союза Народное единство Казахстана, «Народный Конгресс Казахстана» – партии Народный конгресс Казахстана и др.

Не все партийные газеты вынесли экономические трудности. Газета «Сухбат» не выдержала самостоятельного плавания в океане рынка и была вынуждена найти богатого соучредителя в лице Казахского Национального банка и, по сути, превратилась в составную часть банковской системы. Идеи социализма отложены до лучших времен. Представляла интерес газета

---

<sup>1</sup>Азия дауысы.- 1993. - № 8. - С.3.



«Азия», совместное издание республик Центральной Азии и Азербайджана. Этот еженедельник уделял большое внимание общим процессам, происходящим в жизни республик этого региона, анализировал политические, социальные и экономические аспекты становления государственности этих стран. К сожалению, и это издание было закрыто.

*Третья категория* изданий в республике – *этнические*, выходящие на украинском, немецком, корейском, уйгурском, узбекском языках. В них поднимаются проблемы, характерные для каждой нации в условиях проживания на территории Казахстана. Однако эти проблемы остаются закрытыми для другой части населения в силу языкового барьера. Поэтому газетам сложно достичь своих целей в условиях замкнутого пространства, поскольку они не ощущают поддержки общественного мнения.

Стремление суверенного Казахстана войти в состав цивилизованных демократических стран способствовало переориентации взглядов на СМИ, изменению функций средств информации. Информировать, а не пропагандировать, развлекать, а не воспитывать, формировать общественное мнение соответственно целям нового государства – построение общества с межнациональным согласием. Именно на такие постулаты опираются средства информации.

Однако главной задачей остается все та же – объединение, консолидация всех народов. Средства массовой информации, в том числе образные, зрелищные должны активно и творчески работать в направлении формирования чувства казахстанского патриотизма, того единения и дружбы, которые лишены декларативности, но истинны и искренни по своей сути.

Это сложная задача, решать которую под силу всем государственным институтам при наличии стабильной экономики и незыблемости правового законодательства. Культ уверенности в завтрашнем дне – эта сверхзадача, должна стать повседневностью. В этой обстановке поворот средств информации республики в сторону воспитания казахстанского патриотизма и консолидации общества можно считать обнадеживающим. Однако рукоплескать рано, этот процесс сложен и неод-

нозначен. Путь к желанной консолидации лежит через большую созидательную работу.

### **Казахское радио**

В информационном пространстве Казахстана радио занимает особое место. 29 сентября 1921 года Совет народных комиссаров Казахской АССР принял решение, которое давало право на распространение в республике радиобюллетеня с радиостанции Оренбурга. На казахском языке впервые прозвучали сообщения 23 марта 1927 года. В республике имелось три радиоузла и 1611 радиоточек.

4 мая 1931 года началось регулярное радиовещание в республике на казахском и русском языках. В эфир вышла передача на казахском языке «Еңбекші қазақ», а в ноябре началось вещание для детей<sup>1</sup>.

Массовая установка радиорепродукторов в сельской местности началась в начале 30-х годов и сыграла важную роль в социальном, воспитательном и духовном влиянии на уклад жизни коренного населения Казахстана.

К примеру, уже в 1933 году радиовещанием было охвачено 31,8 процентов и 68,2 процента в сельской местности Казахстана. В 80-е годы среднесуточное вещание составляет 67 часов, ведется по четырем республиканским программам, также в 19 областных центрах, 8 городских и 16 районных студиях, во всех районах трех разовое вещание по 15-20 минут в неделю. Радиовещанием было охвачено 89 процентов населения, из них стерео составляло 4,5 часов<sup>2</sup>.

Географические особенности республики малонаселенность территории с пересеченным рельефом – исторически сложившийся характер быта коренного народа, связанного в основном с сельским трудом, привели к приоритетному использованию радио и транзисторных приемников для получения информации. Это было связано, во-первых, со

---

<sup>1</sup> Официальный сайт ТРК «Казахстан». [www.kaztrk.kz](http://www.kaztrk.kz)

<sup>2</sup> Егоров А.И. Там же. - С.7.

сложностями доставки газет и журналов в сельскую местность, во-вторых, телевизионный сигнал из-за технических преград долгие годы был недоступен многим районам Казахстана. К примеру, третья часть 4482 населенных пунктов восточной части республики не были обеспечены телевидением, хотя находились в зоне действия системы «Экран». Для этого была необходима сеть земных приемных станций. Сельское население, а оно представлено в основном коренным, было охвачено телевидением на 86%<sup>1</sup>.

Степень доступности средств информации в республике приводит к тому, что в городах предпочитают по очередности – телевидение, газеты, а потом радио. В то время как в сельской местности наоборот – радиовещание, газеты и телевидение. В этих условиях возрастает значение местного радио. Однако некоторые ученые, к примеру, А.И. Егоров, считает, что оно было неэффективно, вещало «в никуда»<sup>2</sup>. 15 минутные включения 3 раза в течение недели, – по его мнению, – не могли сформировать устойчивую аудиторию слушателей. Новые подходы в радиовещании стали возможны с получением независимости, принятием Закона о печати и других СМИ в 1991 году, с созданием коммерческих радиостудий в столице и областных центрах, сельской местности.

Казахское радиовещание в республике в 90-е годы ведется по четырем каналам. По двум передается национальная и культурная программа «Шалкар», по третьему – стереомузыкальное вещание по УКВ, по четвертому – иновещание. Общий объем вещания – 81 час в сутки. Передачи ведутся на семи языках: казахском, русском, немецком, уйгурском, корейском, татарском, английском.

К 1992 году были открыты первые независимые радиостудии «Радио Максимум» и «Бит 16», в дальнейшем созданы «ТОТЕМ», «РИК», «31 канал», всего 25 новых радиостудий. Модель радиостудий была заимствована у зарубежных радиостанций: музыка + информация, быстрый темп и актуальная оперативная информация, в виде фактов без

---

<sup>1</sup> Сартбаев А.Д. Пути развития телевидения в Казахстане. – Алма-Ата, 1990.

<sup>2</sup> Егоров А.И. Там же. - С.7.

комментария. Музыка, в основном, зарубежная. Закон об авторских правах не соблюдался до 2011 года. Городская радиостудия «Бит 16» была ориентирована на подростков и передавала в основном современную музыку без информации. А если и была информация, она шла на подростковом сленге, шокирующем, воспитанную на «высоком стиле» постсоветскую аудиторию. Вскоре радиостанция была закрыта.

В начале 90-х на территории республики продолжали работать 1-я программа радиовещания из Москвы, только информационные выпуски, а также круглосуточная музыкальная программа «Маяк», 4-5 часов которой были заняты коммерческими радиостудиями.

Дальнейший рост радиостудий сдерживается тем, что не отработан механизм лицензирования. Нет твердой законодательной базы. Министерство транспорта и коммуникаций Республики Казахстан с марта 1992 года выдало около 50 лицензий на предоставление услуг связи, 6 – по телевидению и радио, 5 – по спутниковой связи и т.д.<sup>1</sup>

Разрабатывая концепцию развития технологии телекоммуникаций в республике, необходимо ясно понимать не только место и роль, но и четко представлять, какие проблемы порождаются

и детерминируются созданием и эксплуатацией этих технологий<sup>2</sup>.

Для дальновидного правительства очевидны глобальные изменения в сфере массовой коммуникации. И чтобы не обрекать страну на самоизоляцию и глубокое экономическое и социальное отставание от прогресса, даже при отсутствии достаточной экономической основы, приоритетным становится вложение финансов в развитие технологии коммуникаций.

Первые частные радиостанции в Казахстане появились в 1990 году. До 1996 года они возникали в каждом крупном

---

<sup>1</sup> Информационный курьер. Министерства связи Российской Федерации. - 1993. - № 9. – С. 25.

<sup>2</sup> Ракитов А. Прорыв в будущее: тенденции информатизации общества и технологии связи//В сб.: Телекоммуникации и информатизация общества. Сб. обзоров АН СССР, ИНИОН. - М.,1990. - С.6.

городе Казахстана. Наибольшего распространения местные негосударственные радиостанции достигли в декабре 1996 года, когда в республике насчитывалось 30 радиостанций.

В 1994-1996 годах частные радиостанции стали конкурировать даже с московскими радиостанциями. Так, социологические опросы того времени показывали, что государственные СМИ в городах имели только 10% аудитории. Тогда как независимые – 40-50%. Одной из отличительной чертой независимости была информационная программа. Государственные СМИ были не в состоянии предложить потребителям не ангажированную информацию. Более того, над ними продолжали довлеть стереотипы журналистики коммунистического прошлого, что, естественно, не могло положительно влиять на популярность их продукции.

Отсутствие в тот период жестких цензурных ограничений и контроля со стороны властей позволяло журналистам поднимать животрепещущие социально-политические проблемы. Многие из частных СМИ успешно использовали социально-политическую тематику для повышения своего рейтинга и, соответственно, своих доходов. Хотя, конечно же, наибольшую популярность давала не «политика», а скандальные материалы, развлекательные программы. В этом частные СМИ опять же преуспели, оставив далеко позади своих конкурентов из государственных масс-медиа.

Все в итоге определило то, что на казахстанском информационном рынке основная конкурентная борьба за аудиторию, а значит и за доходы от рекламы, развернулась между российскими и частными казахстанскими СМИ. Понятно, что конкурировать с россиянами казахстанским журналистам было чрезвычайно сложно. Российская школа журналистики была несравненно сильнее казахстанской. Соответственно уровень российских программ был на несколько порядков выше. Тем не менее, казахстанские СМИ сумели составить конкуренцию маститым соперникам, отвоевать свою долю рекламного «пирога». В 1993-1996 годах в Казахстане на деньги, получаемые от рекламы, существовало 30 радиостанций, как было отмечено ранее.

К середине 90-х годов рыночные отношения в сфере СМИ стали доминирующими. Спрос на ту или иную информацию, программы определял их производство. Причем каждая радиостанция старалась сделать это лучше своих конкурентов, тем самым, привлекая как можно большее количество слушателей. Объем собранной аудитории, привлекая рекламу, играл решающую роль в доходах и процветании радиостанции. Обратной стороной этой коммерческой погони за популярностью явился рост качества, актуальности, занимательности и увлекательности журналистских материалов. Однако в 1997 году этот процесс в результате вмешательства государства был приостановлен.

Существенную роль в этом сыграло Постановление Правительства РК "Об образовании комиссии по проведению конкурса-аукциона на право использования радиочастотного спектра" от 11 декабря 1996 года.

*Таблица № 3*

**Объем услуг по созданию программ и телерадиовещанию с 1998 по 2004 гг.<sup>1</sup> (в млн тенге)**



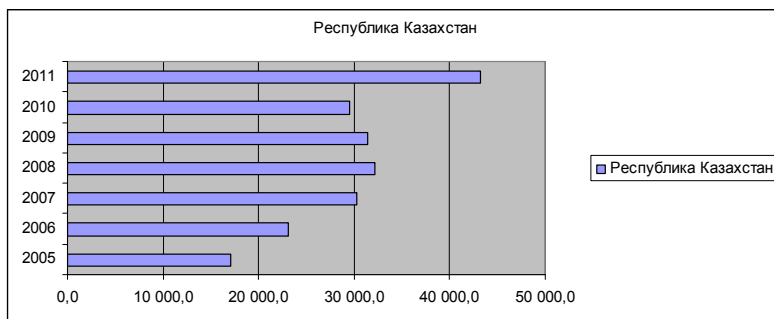
Одна из главных целей конкурса состояла в том, чтобы каналы, желающие вещать в эфире, платили государству за лицензию на вещание и пополняли таким образом госбюджет. Еще одним обоснованием для проведения тендера стало приведение технического качества вещания частных станций в соответствие с государственными стандартами. Однако суммы

<sup>1</sup> <http://www.stat.kz/digital/services/Pages/default.aspx>

за право вещания в телеэфире оказались слишком высоки для многих станций (в среднем за лицензию на вещание в течение трех лет пришлось бы платить от 80 до 120 тыс. долларов в зависимости от мощности предполагаемого передатчика). В результате высоких цен на вещательную лицензию часть станций вынуждена была закрыться. В их число попали и те, которые позволяли себе критичные по отношению к властям передачи ("Тотем"). Позже эти станции пытались судиться с правительством (суть претензий – ущерб, нанесенный телерадиокомпаниям в результате тендера на частоты, а также вынужденное прекращение их работы), однако успехом это не увенчалось. По данным Интерньюс, на 1 мая 1999 года в республике вещало более 20 радиостанций.

*Таблица № 4*

**Объем услуг по созданию программ и телерадиовещанию с 2005 по 2011 гг. (в млн тенге)**



Таблицы № 3 и № 4 показывают, что объем услуг по созданию программ и телерадиовещанию в 1998 году составлял 1 млрд 489,2 млн тенге, 2011 году он стал составлять 43 млрд 173 млн тенге.

В настоящее время при рассмотрении медийного пространства страны складывается впечатление, что происходит системное отрицание субъектами рынка узловых проблем в данном сегменте. Государством выделяются значительные средства на поддержку множества посредственных СМИ. Количественный рост отечественных СМИ не приводит к

повышению качества их содержания. Более целесообразным было бы создание флагмана в каждом секторе рынка (ТВ, радио, газеты и т.д.) вместо вливания средств в СМИ, не пользующиеся популярностью.

Отношения государственных органов и СМИ остаются неоднозначными. С одной стороны, государство выделяет им средства на развитие, с другой – взимает с субъектов рынка значительные сборы в виде НДС. Отмена НДС для СМИ, производящих исключительно отечественный контент, с одной стороны, стимулировала бы их к развитию, с другой – упростила бы существующую модель взаимоотношений медиа с государственными органами.

Большая часть казахстанского информационного контента, особенно на телевидении, сильно уступает российскому в качестве. В сравнении с продукцией СМИ дальнего зарубежья разница в качестве еще более разительна. Такая ситуация является не столько следствием недостатка средств, сколько, в первую очередь, дефицита в местных СМИ талантливых (креативных) сотрудников и грамотных управленцев.

При выделении госзаказа отсутствуют внятные показатели, которые должны выступать своеобразным планом для СМИ: охват аудитории, популярность, возврат тиража (для печатных СМИ), количество просмотров и трафика (для Интернета) и т.д. В результате СМИ отчитываются о выполнении госзаказа только количеством материалов, а дошли ли они до аудитории и с каким эффектом – остается неизвестным. Государство не пользуется замерами исследовательских сетей для проверки результатов выполнения госзаказа.

В ходе формирования сеток вещания не учитывается тот факт, что казахстанцы предпочитают, прежде всего, развлекательные, а не общественно-политические продукты и СМИ. Размеры аудитории общественно-политических передач вследствие аполитичности населения остаются небольшими.

В связи со сложившейся языковой ситуацией в Республике, а также в свете заявленных целей развития государственного языка имеет смысл создание канала, вещающего исключительно на казахском языке. Однако в качестве аудитории для рекламы



бизнес воспринимает преимущественно платежеспособное русскоязычное городское население. Соответственно, каналы только на казахском языке в ближайшей и среднесрочной перспективе смогут существовать только в режиме дотаций.

При традиционно достаточно большой популярности радио в Казахстане данный сектор в силу своей специфики не является определяющим в информационном пространстве страны. Самыми популярными являются три радиостанции: «Русское радио», «Радио NS» и «Радио Еуропа plus» (более 80% аудитории). Доля казахстанских передач на радиостанциях значительно выше, чем на телевидении, на некоторых радиостанциях она близка к 100%. Чего нельзя сказать о музыкальной составляющей. Большая часть композиций отечественных исполнителей выходит в ночное время. Для ротации днем они вынуждены платить радиостанциям.

6 июня 2011 года на частоте 102,8 FM в Казахстане начала вещание радиостанция классической музыки – радио «Classic». В эфире звучат классическая музыка, джаз, музыка из фильмов, новости культуры, передачи и прямые трансляции из концертных залов. Радио ведет вещание в цифровом формате на всей территории республики. Запуск и трансляции радио «Classic» осуществляется в три этапа. В течение первого месяца вещания звучала легкая адаптированная музыка в режиме нон-стоп. Далее были подключены информационные выпуски в формате радио. Завершающим этапом стал вывод спецпроектов и тематических программ. Известными казахстанскими музыкантами, композиторами и искусствоведами ведется работа над тематическими программами радио. Еркегали Рахмадиев, Владимир Гросс, Толеген Мухамеджанов вносят свой вклад в создание радио. Жания Аубакирова стала главным идейным вдохновителем проекта радио «Classic», возможно, даст толчок развитию казахстанской классической музыки, пополнит «золотой запас» классической музыки Казахстана<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Galiya Zh. Ibrayeva, Karlyga N. Myssayeva & Aygerym B. Alzhanova Development of Radio in Kazakhstan// Journal of Radio & Audio Media. Volume 19, Issue 2, 2012.

## **Телевидение независимого Казахстана**

Открытие крупнейшего в странах Центральной Азии «Медиа центра» в столице Казахстана, Астане, ко Дню журналиста РК в 2012 году стало триумфом казахстанской журналистики в период государственной независимости. Новое поколение журналистов теперь будет работать в технически оснащенных и комфортных условиях, создавая творческие работы, достойные казахстанского общества. Это внимание, прежде всего Президента страны, правительства Казахстана к условиям работы журналистов, поддерживает «акул пера» в их рвении отстаивать и защищать интересы страны.

Состояние телевидения всегда определяется социальным заказом, культурным потенциалом, техникой, технологией и степенью потребности в нем общества.

Становление республиканского телевидения, его развитие, начавшееся с конца 50-х годов, прошло бы значительно сложный и длительный путь, если бы Казахстан не входил в состав мощной державы, не имел высокого уровня образования и культуры. К примеру, в Монголии до сих пор еще большая часть страны не охвачена телевизионным вещанием. Факультет журналистики КазНУ им. аль-Фараби внес достойный вклад в развитие общественного телевидения в казахском районе Монголии, подготовив для него профессиональные кадры при поддержке ЮНЕСКО.

Таблицы № 5 и № 6 показывают, что в период до получения независимости объем финансирования услуг по производству кино, видеофильмов и телевизионных программ, фонограмм и музыкальных записей составлял 311,2 млн тенге, то в 2011 году 21 млрд 407,3 млн тенге.

Таблица №5

**Объем услуг по производству кино-, видеофильмов  
и телевизионных программ, фонограмм  
и музыкальных записей  
1998 по 2004 (в млн тенге)<sup>1</sup>**

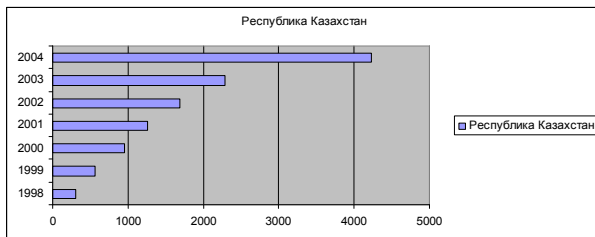
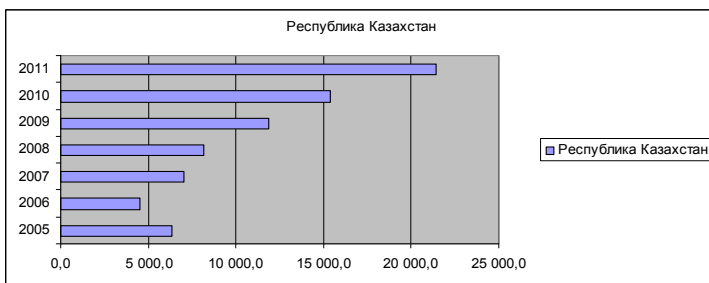


Таблица № 6

**Объем услуг по производству кино-, видеофильмов  
и телевизионных программ, фонограмм  
и музыкальных записей  
2005-2011гг. (в млн тенге)**



**Исторический контур**

В марте 1958 года в республике были сданы в эксплуатацию первые три студии (Алма-Атинская, Усть-Каменогорская, Карагандинская). «То было время, – отмечает один из первых

<sup>1</sup> <http://www.stat.kz/digital/services/Pages/default.aspx>

исследователей истории Казахского телевидения и практик К.А. Аманбаев, – когда телевизионная сеть подводила первые итоги практики массового телевизионного вещания. Большую практическую помощь работникам Казахского телевидения в освоении телевизионной техники, в овладении первыми навыками работы, в организации первых телевизионных передач оказали посланцы Московской, Ленинградской, Свердловской студий телевидения»<sup>1</sup>.

Позитивные аспекты совместного взаимодействия выразились в подготовке технического и творческого персонала, создании технологической базы, формировании сети местных студий телевидения, проведении учебных семинаров и конференций для корреспондентов телевидения и радиовещания.

Вместе с тем нельзя умолчать о том, что первооснова телевидения в республике была сформирована в виде унитарной идеологической монодеи, которая была характерна для всего телевидения СССР. Являясь составным элементом единой структуры советского телевидения, республиканское ТВ не могло не испытать на себе командно-бюрократические методы управления.

По мнению регионального советника ЮНЕСКО по коммуникациям в Азии Мартина Хедлоу, «до получения национальной независимости контроль и руководство над СМИ в Центральной Азии осуществлялись из Москвы, обычно через расположенные на местах органы Коммунистической партии – обкомы или горкомы. Установленные линии связи с Москвой обеспечивали обмен новостями и информацией на центрально регулируемой, а не межреспубликанской основе»<sup>2</sup>.

Действительно, даже в 90-е годы независимости страны международная информация и сообщения о странах СНГ передавались через ИТАР-ТАСС. Опыт информационной

---

<sup>1</sup>Аманбаев К. Создание и развитие телевидения в Казахстане - действующего средства идеологической работы КПСС /1958-1970 гг.: автореф. дисс. на соиск. уч. ст. канд. ист. наук. - Алма-Ата, 1971. – С.6.

<sup>2</sup>Хедлоу М. Положение в области средств информации в Центральной Азии. Доклад на семинаре ЮНЕСКО, KAZ/92/ 10 Париж, 24 сентября, 1992. Оригинал: английский, СП/92/CONF.-002/ [LD.15.c2](#)

коммуникации между странами Центральной Азии был приобретен в 60-е годы, когда между Ташкентом, Бишкеком и Алматы была построена радиорелейная линия, позволяющая регулярно получать телепрограммы друг друга. Программы из Фрунзе (ныне Бишкека) транслировались регулярно, технической уровень видео не всегда был высоким, зернистым, черно-белым, но программы из братской страны пользовались популярностью. Вещание из Ташкента было прекращено по якобы техническим причинам. Возможно, советская власть намеренно сужала круг общения среднеазиатских государств. В дальнейшем Казахстан получал информацию о соседних республиках через Москву.

### **Факторы развития телевидения в КазССР**

Можно выделить объективные и субъективные факторы, сдерживающие процесс развития телевидения в республике после бурного роста телестудий в начале 60-х годов.

К *объективным* можно отнести недостаточный учет специфики национального региона, игнорирование информационных потребностей населения, необоснованную ликвидацию пяти телевизионных студий в областных центрах республики, намеренное уменьшение объема вещания на языке коренной нации, диктат в определении общего объема вещания – как республиканского, так и местного.

*Субъективные* факторы носили в основном местный характер, они проявлялись в резком изменении не самой политики вещания, а в частой смене руководства республиканского телевидения, что деформировало структуру программ, сетку вещания, оказывало влияние на кадровые изменения. «Это, прежде всего, затянувшиеся поиски приемлемой структуры системы радиовещания и телевидения, неоправданно частые изменения ее без учета особенностей и природы всего телепроизводства», – подтверждает

К. Аманбаев<sup>1</sup>. Более резкую оценку дает директор Института печати Индии С. Нихал Сингх: «Все эти республики (имеются в виду среднеазиатские, в том числе Казахстан – авт.) руководствовались коммунистическими принципами печати и выступали выразителями мнений коммунистической партии и властей, допуская лишь изредка проявление инакомыслия или вообще запрещая его»<sup>2</sup>.

Была заложена структура Республиканского Казахского телевидения, определены взаимоотношения внутри системы и ее элементов, представленные телестудиями областей, городов, был создан институт собственных корреспондентов для информационного вещания. Например, Алма-атинский телецентр был оснащен ТЦ-8, разработанным в начале пятидесятых, передававшим только 4-5 часов в день, из передвижных технических средств только ПТС-3, морально устаревшая, уже в момент эксплуатации<sup>3</sup>.

Несмотря на технические сложности, телестудии появились в 15 областных центрах. На территории республики было установлено 9 ретрансляторов, аудитория составляла около 9 млн человек, телевизоров было более миллиона штук. В 70-е годы появляется цветное вещание. В конце 80-х начале 90-х годов происходит технологическое переоснащение телевидения, связанное с запуском большого числа космических спутников. Для приема сигнала были построены станции, в том числе 67 мощных и 844 маломощных ТВ-передатчиков. В космосе одновременно работали несколько спутников связи «Молния - 3», затем «Москва». В конце 1984 года была введена в строй телевизионная башня на горе Кок-Тюбе в Алматы,

---

<sup>1</sup> Аманбаев К. Создание и развитие телевидения в Казахстане - действующего средства идеологической работы КПСС (1958-1970 гг.): автореф. дисс. на соиск. уч. ст. канд. ист. наук. - Алма-Ата, 1971. - С. 18.

<sup>2</sup> С. Нихал Сингх. Общий обзор социально-экономических аспектов независимой прессы в Азии. Доклад на семинаре ЮНЕСКО, KAZ /92/3, Париж, 5 августа 1992. – С.11-92/ CONF.002/LD.3. -С.16-17.

<sup>3</sup> ГА РК Ф..1489, ОП.5, Л.172, л.5.

высотой 372 метра. Это дало возможность увеличить радиус телепередач в четыре раза.

Экспериментальную проверку прошла в Казахстане аппаратура «Электроника» с солнечными батареями, начато строительство опытной РРЛ на оборудовании «НИТЬ». В тот период над территорией Казахстана действовало 8 станций космической связи «Орбита». Каждая станция была снабжена параболической антенной диаметром 12 метров, наводимой на спутник связи «Молния». Преимущества космической связи были ощутимы. Строительство и эксплуатация станции «Орбита» было несравнимо ниже стоимости радиорелейных линий, тем более кабельных магистралей.

Запуск спутника-ретранслятора нового поколения «Горизонт» позволил довести программы российских телекомпаний даже до малонаселенных пунктов Центрального и Восточного Казахстана.

Установка на спутнике передатчика большой мощности существенно упростила наземную аппаратуру, что уменьшило ее стоимость примерно в 100 раз. Поэтому в развитии спутникового телевидения конца 80-х годов пошла ориентация на приемные станции «Москва» и «Жарык-Свет». В середине 90-х годов были смонтированы приемные станции типа «Экран» – 425 штук и «Москва» – 195 штук. Для охвата всей территории требовалось еще около 200 «Экранов», 1500 станций «Москва»<sup>1</sup>.

Это позволило охватить двухпрограммным вещанием всю территорию республики. Пока однопрограммным вещанием в целом охвачено 98% городского населения, на селе – 86 %. В конце 1990 года в действие была введена телевизионная станция «Жарык-Свет», которая позволила распространить сигнал республиканского телевидения по всей территории Казахстана и далеко за пределы республики.

Неразвитость в республике телекоммуникационных технологий, экономические и финансовые сложности не позволяли в полной мере использовать возможности станции, которые, по

---

<sup>1</sup> Саргбаев А. Пути развития телевидения в Казахстане. - Алма-Ата, 1990. - С.34.

мнению экспертов «Интерспутника», еще не были оценены в должной степени<sup>1</sup>.

Таким образом, до получения суверенитета в области телевидения монопольно существовала одна телевизионная организация – телерадиокомпания «Казахстан», в ведении которой находились все бюджетные ассигнования, технологическое оборудование, включая системы приема спутникового вещания, журналистский творческий состав.

В июле 1992 года Казахстан подписал с Российской Федерацией договор о развитии связи. Это позволило сохранить информационное пространство республики, оставив привычные экранные программы ТВ, что вносило определенный баланс в настроения людей, оказавшихся в обстановке общественно-политического и экономического кризиса, охватившего страны СНГ.

Телевизионные спутники России продолжали передавать программы «Останкино», Российского ТВ с помощью станций космической связи «Горизонт». Однако сроки их эксплуатации истекли. Программы Российского ТВ вещали с 8.30 до 02.30 местного времени, в вечерние часы ориентировочно с 19.00 до 21.00 часа перекрывались местными областными или городскими телестудиями, но с обязательным включением «Вестей» России, популярных телесериалов, важных политических сообщений. Передачи «Останкино» транслировались с 7.30 до 01.30 без перекрытий.

Спутниковое вещание позволяет ускорить демократические процессы в стране. Можно сказать, что достижения научно-технической революции активизировали распространение и развитие независимого телевидения в республике, способствовали процессу распространения плюрализма в средствах информации.

Как показывает опыт России, Украины и других стран СНГ, переход от партийных или правительственных к свободным

---

<sup>1</sup> Интерспутник в новых условиях. Интервью с Ген. дир. Организации Интерспутник Г.Г Кудрявцевым // ТелеВестник. Европейский журнал по связи на русском языке. - 1993 - №2. - С. 19-21.



средствам информации связан со сложными проблемами собственности, изысканием средств на приобретение предприятий, оборудования, развитием новых взаимоотношений между средствами информации и политической системой.

Появление независимого коммерческого и спутникового телевидения стало реальностью для монополично существовавшего республиканского телевидения.

Развитие технического оснащения казахстанского коммерческого телевидения зависит, в основном, от возможностей их самофинансирования. К примеру, «Тотем», заключив договор с организацией «ТЕЛЕКОМ» и наземной спутниковой организацией «Жарык», получало информацию по спутниковым каналам связи по умеренной цене. КТК еще в 90-е годы заключил договор с агентством Reuters.

Проблема выживания независимых телевизионных каналов заставляет их искать различные источники доходов, главным из которых остается реклама. Первоначально успех коммерческих независимых каналов был необыкновенно высоким, опросы зрителей показывают, что большая часть аудитории отдает предпочтение этим каналам, наравне с «Останкино», положение которого оставалось стабильным.

Справедливости ради стоит сказать, что наряду с дешевыми фильмами, телеканалы независимого телевидения показали целый ряд классических фильмов европейского и американского производства, ранее малодоступных рядовому зрителю; детская и школьная аудитория тоже, наконец, узнала многих классических персонажей диснеевских мультсериалов.

По прошествии определенного времени, в течение года-двух лет, аудитория постепенно переключилась на спутниковое вещание, транслируемое по коммерческим каналам, стала избирательно смотреть программы, которых, к примеру, только в Алматы более десяти, в каждом областном центре по 4-5 каналов. Хотя рейтинг независимых каналов снизился, но в сравнении с другими телевизионными организациями продолжает оставаться высоким. Появление независимых коммерческих СМИ вызвало *конкуренцию* в области телевещания,

которую можно выделить как тенденцию, характерную для республики.

### **Языковая политика на республиканском телевидении**

На начальном этапе, когда влияние независимого телевидения не было еще так агрессивно, программы Республиканского ТВ отражали особенности политической и социальной ситуации периода обретения суверенитета. Начался процесс, который происходит в любом обретшем независимость государстве. На телевидении появилось много передач о ранее запрещенных темах. В официальных выступлениях также отмечалось, что «подлинно национальная казахская культура была идеологизирована и она практически не развивалась. Это нанесло ущерб всем сторонам духовной и интеллектуальной жизни казахов, а также работе прессы, лишая ее возможности освещать полный спектр мнений, интересов, точек зрения»<sup>1</sup>. Другим вопросом, вызывавшим наибольший интерес, было процентное соотношение языков телевизионного вещания.

Автором было проведено исследование методами контент-анализа, а также сравнительного количественно-качественного анализа сетки вещания Казахского телевидения начиная с 60-х годов прошлого века. Исследование показало, что 60-е и 70-е годы телевещание имело соотношение 30 к 70, затем 40 к 60. То есть вещание на казахском языке составляло 30 %, затем увеличилось до 40 %. В 70-е годы. В середине 80-х годов языковое соотношение стало выравниваться 50/50 и сохранялось в течение 90-х годов.

С получением независимости в общественном мнении удерживалась позиция, что количественное соотношение телевизионного вещания на казахском языке ниже, чем на русском языке. Возможно, искажению восприятия способствовали общие проблемы переходного периода, связанные с конкретными событиями, такими, как обсуждение и принятие

---

<sup>1</sup> Проект заключительного доклада. Семинар по содействию развитию независимых и плюралистических средств информации в Азии. Проект заключительного доклада. КА2/92/ 11 PROV, Алма-Ата, 9 октября 1992 г. оригинал: английский. - С.5.

Закона о языках, миграционные процессы с массовым выездом граждан Казахстана в Россию, Германию, Корею, Израиль, США и т.д. Даже было принято законодательно положение, обязывающее организации СМИ соблюдать равную языковую пропорцию. Не вызывая негатива в обществе, постепенно шаг за шагом объем вещания на казахском языке в ТРК «Казахстан» стал преобладать, и в первом десятилетии нового века стал составлять 100%. Это стало высочайшим достижением справедливой идеологической политики независимого государства.

Происходило это на фоне острой борьбы за обладание эфиром, между периодическими изданиями, между медиа владельцами, сопротивлением различных государственных структур, депутатского корпуса, особенно в периоды предвыборных кампаний<sup>1</sup>.

### ***Корпорация «Телевидение и радио Казахстана»***

В 90-е годы создание корпорации «Телевидение и радио Казахстана» было обнадеживающим. Основные цели: повышение творческого и технического уровня телевизионных и радиопрограмм; совершенствование управления системой телевидения и радиовещания; формирование единого информационного пространства Казахстана; активизация вхождения в мировые информационные процессы; укрепление материально-технической базы и координация научно-исследовательской деятельности в области телевидения и радио; создание оптимальных условий инвестирования и т.д.

Были предусмотрены следующие технологически прогрессивные мероприятия: создание радиоканала для вещания на страны СНГ, Турцию, Китай, Иран, страны Западной Европы в

---

<sup>1</sup> Материалы проекта концепции развития телевидения в Казахстане. Текущий архив корпорации «Телевидение и радио Казахстана»; Дик В. Независимое телевидение: взгляд на будущее. //Казахстанская правда, 3 февраля 1994; Шалахметов Г. Монополизация эфира - шаг неверный //Аргументы и факты. Казахстанское приложение, июль, №30.1994; Джилкибаев Э. ТВ-корпорация: проблемы и надежды //Казахстанская правда, 1 октября 1994.

1994 году с 6-часовым общим объемом среднесуточного вещания, с перспективой его увеличения к 1996 г. до 12 часов общего среднесуточного вещания; доведение охвата населения Республики Казахстан второй национальной (на казахском языке) программой поэтапно; создание «ИНТЕРКАНАЛА» с использованием наиболее эффективных систем спутникового вещания; выделение необходимых средств для вступления РК ТРК в качестве действительных членов Азиатского вещательного Союза, Европейского вещательного Союза и других международных организаций.

Некоторые из планов корпорации были реализованы. Например, летом 1994 года корпорация стала полноправным членом международной организации ИНТЕЛСАТ. Прорабатывался план создания общественно-полезного телевидения и радио, защищающего интересы, учитывающего запросы различных слоев многонационального населения республики, введения условной абонентной платы, что позволило бы создать обратную связь со зрителями. Однако без выделения крупных сумм для технического переоснащения ТВ – эти цели были неосуществимы.

Государственное телевидение, несмотря на кризис, традиционно выпускало общеобразовательные, общественно-политические, научно-популярные, культурно-познавательные программы, которые практически были не под силу независимым коммерческим телевизионным компаниям. Начался поиск коммерческих подходов к решению насущных задач корпорации, вынужденной в условиях рынка с помощью рекламы зарабатывать средства, поскольку госбюджетных ассигнований хватало лишь на третью часть расходов.

В тот период «Концепция развития Казахстанского телевидения» казалась той соломинкой, которая могла помочь выстоять в потоке информационного шторма. Хаос, который возник после распада привычного телевещания, поверг в шоковое состояние, прежде всего журналистов. Если ранее у них был только один выбор – одно телевидение, то теперь его спектр стал огромен. Свобода выбора места работы, дух коммерциализации и независимости внес дух свободы в

созидательную работу творческих групп телевидения, однако это не могло повлиять на техническое качество передач, так как везде техника была физически и морально устаревшей. К примеру, на монтаж 20-минутной передачи уходило до 10-ти часов непрерывной работы.

«Концепция» на тот период была прогрессивной и включала не только новый коммерческий склад взаимоотношений с заказчиками, но и предусматривала формирование качественно новой структуры вещания. В частности, в системе корпорации было сформировано национальное информационное агентство «Хабар».

В рамках корпорации планировалось создать отдельные телерадиокомпании под условными названиями: «Казахстан - 1», «Казахстан - 2» и «Казахстан - 3».

«Казахстан - 1» – это была привычная первая программа Казахского телевидения. Она вещала свыше 13 часов в сутки на казахском и русском языках. Задача – информирование населения республики обо всех важнейших событиях в общественно-политической жизни республики, о принимаемых Президентом, парламентом, правительством решениях. Именно эта программа опорная для «Хабар».

«Казахстан - 2» разместилась на базе бывшей программы «Алатау» и обеспечивала потребности казахского населения в художественно-публицистических, литературно-драматических программах, телесериалах на родном языке. Объем вещания здесь увеличился с пяти до десяти часов. Сейчас этот канал «Ел-Арна».

«Казахстан - 3» – предусматривалось, что это будет канал межнационального общения всех народов, населяющих республику. Его задачей считалось формирование казахстанского патриотизма, чувства личной ответственности за судьбу Казахстана. Фактически такой канал из-за финансовых сложностей не был открыт<sup>1</sup>. Но вещание на немецком, уйгурском, корейском продолжилось в рамках второго канала.

Подобная схема реорганизации разработана для телера-

---

<sup>1</sup> Настала пора говорить не только о качестве товаров, но и о качестве информации.  
//Казахстанская правда.- 1994. -17 сентября.

диовещательных компаний областного масштаба, входящих в состав корпорации.

Планировалось создание еще двух каналов – «Казахстан - 4» и «Казахстан - 5». Якобы один из них будет информационно-экономический или бизнес-канал; а второй – семейный на познавательные, образовательные, музыкальные, игровые темы<sup>1</sup>. Казалось, что для национального телевидения Казахстана наступил период выхода из кризиса. Происходящие перемены в вещании обнадеживали, но вместе с тем эта модель информационного вещания вызывала сомнения.

В частности, первоначально была неправильно сформирована модель информационного выпуска агентства «ХАБАР». Она состояла из множества тематических рубрик-блоков: «Новости экономики», «Международные новости», «Политика», «Коммерческий вестник», «По страницам прессы», «Криминальная хроника», «Вести из села», «Новости спорта», «Новости культуры», «Айналайн», «Знакомые лица», «Ваше право». Каждая рубрика имела своего телеведущего. Информационный выпуск предваряли дикторские новости общего характера, включающие вопросы внутренней и международной жизни. Затем начиналась детализация каждого тематического раздела по блокам с персональным комментатором или тележурналистом. Длительность каждого блока – 10 минут, причем пять – на казахском, пять – на русском языках. 10 блоков на казахском и русском языках требовали 20-ти ведущих и комментаторов. Было сложно воспринимать такое множество лиц и событий. Были и плюсы. В процессе поиска своей модели вещания были выдвинуты новые тележурналисты, комментаторы, профессиональнее стала операторская работа, динамичнее монтаж.

Вскоре стало понятно, что выбран не самый лучший вариант модели информационного вещания: громоздкий и структурно нерациональный<sup>2</sup>. Консультации с западными специалистами

---

<sup>1</sup> Бектурова Г., Акчулаков М. Я уверена в себе. // Вечерний Ал-маты. -1994. 21 сентября.

<sup>2</sup> Ибраева Г.Ж. Телевидение независимого Казахстана. Бюллетень «Законодательство и практика средств массовой информации». Выпуск 1/5/, январь, 1995/ Москва-Нью-Йорк/

телевещания, которые разрабатывали для корпорации концепцию вещания, привели к созданию улучшенной информационной модели, соответствующей стандартам мирового формата вещания и учитывающей особенности многоязыковой среды.

В середине 90-х «Хабар» помогал зрителю составить правильную и достоверную картину о происходящих в стране событиях, давал представление о международных новостях, способствовал претворению политики государства. Оригинальным было введение аналитического блока, идущего вслед за информационным выпуском. Обычно это были интервью, беседы на актуальную тему дня, причем передачи на казахском и русском языках не повторяли друг друга, были самостоятельны как в выборе темы, так и в трактовке событий, комментариях, способе съемки, монтажа, художественного оформления.

Изменилась общая концепция вещательной сетки телевизионной программы. Впервые вещание стало начинаться в 8.00 с ежедневной религиозной программы «Азан», в которой в течение пяти минут читалась одна сура из Корана на казахском и русском языках, изобразительный ряд сопровождался показом святых мест для мусульман, а также текстами сур Корана. Завершалась программа «Казахстан-1» в 00.30 и на час позже в воскресные дни.

Остовом программы стали передачи национального информационного агентства «Хабар». Это утренняя музыкальная информационная программа «Кайырлы тан! - Доброе утро!» (30 мин), дневная информационная программа «Кайырлы кун! - Добрый день!» (20 мин), а также вечерняя информационно-аналитическая программа «Хабар» (25 мин) на двух языках и приложение к ней «Актуальное интервью».

Временное пространство между информационными блоками заполнялись программами 19 областных телекомпаний республики, входящих в состав телерадиокорпорации, также передачами на немецком, уйгурском, корейском языках, документальными и художественными фильмами. Была введена традиция прямых эфирных передач, таких, как «Площадь

Республики, 4», «Президентский час», «Парламентский вестник», «Международный объектив» и др. Много внимания уделялось передачам, посвященным юбилею, отмечаемому ЮНЕСКО, казахского писателя, поэта и философа Абая, а также 50-летию окончания Великой Отечественной войны. Много транслировалось музыкальных передач, в том числе таких, как международный национальный конкурс эстрадной музыки и песни «Азия дауысы» – «Голос Азии», «Музыкальная гостиная», детские – Әнші балапан» – «Поюший цыпленок», «Музей звуков» и др. На достаточно высоком профессиональном уровне выходили передачи с участием журналистов Жанны Ахметовой, Рабиги Аманжоловой, Марины Султановой, Мурата Иргалиева, Александра Пономарева, Владимира Рериха, Гульнары Омарбековой и др.

Вдохновителем благоприятных перемен в вещании «Хабар» стала Дарига Назарбаева, которая очень корректно, но и настойчиво помогала создавать новое телевидение Казахстана. Вспоминая о своей работе, Дарига Назарбаева рассказывает, что сложно было получить международные новости. Создавать свою сеть было дорого. Помогли связи с BBC, CNN, с российскими информационными агентствами, чтобы позволило создать свою международную информационную картину дня. При этом казахстанские журналисты «вкладывали» свое содержание и виденье событий<sup>1</sup>.

Если определенные достижения в информационном вещании стали очевидными, то попытка улучшить, сделать более профессиональными развлекательные передачи, к сожалению, оставалась безуспешной. В основном, наблюдалось калькирование российских передач, как «КВН» или «Поле чудес». Или же американских аналогов типа «Кто возьмет миллион?» Были

---

<sup>1</sup> Тукушева.А. Дарига Назарбаева рассказала о тяжелых временах «Хабара»  
<http://meta.kz/novosti/kazakhstan/741792-dariga-nazarbaeva-rasskazala-o-tyazhelyh-vremenah-habara.html>



попытки придумать национальные варианты, основанные на казахских народных играх, например, «Алтын сака», которую вел журналист Амиржан Косанов, или «Золотая юрта». Интересными были такие программы с этно-национальным колоритом, как «Атажурт», «Алтын какпа».

Такова была общая структура программ корпорации телевидение и радио Казахстана в середине 90-х годов. Был преодолен самый главный и сложный этап преобразований республиканского телевидения.

К основным направлениям деятельности корпорации можно отнести:

во-первых, работу с кадрами. Впервые были активно использованы международные журналистские сообщества, фонды как Сорос, МакАртур и др., а также проекты по обучению журналистов международным медиа стандартам. Это позволило сотням казахстанских журналистов пройти стажировку по фонду Томпсона в Великобритании, по линии ЮСАИД – в США, а также в Японии, Германии и др. центрах обучения журналистике. Эти меры оказали хорошую поддержку молодым кадрам, повысили творческий потенциал казахстанских журналистов.

Во-вторых, укрепление материально-технической базы телевизионного производства.

В-третьих, активное развитие бизнес-администрирования.

Становым хребтом всех преобразований было развитие международных отношений. Это позволило бы решать многие проблемы совершенствования творческой и бизнес-программ корпорации.

Возникновение и создание в республике новой информационной модели, где наряду с привычными средствами информации нишу заполняют как внутренние средства информации – коммерческое ТВ, частное, кабельное и т.п., так и внешние – международные спутниковые каналы, транснациональное вещание, вещание центральноазиатских республик, создает своеобразные условия для развития собственно государственного телевидения и его взаимоотношений с аудиторией телевидения.

Эти процессы требовали постоянного анализа и изучения, знание которых во многом потом определит правильный путь в использовании национальных СМИ, приеме зарубежных спутниковых программ, чтобы наряду с глобальной информацией не терялась значимость и актуальность местной информации.

На этом сложном фоне становления государственного вещания, предпринимались попытки объединения государственного и коммерческого телевидения. Они оказались неудачными, даже привели к негативным последствиям. Во-первых, усилилась конфронтация телекомпаний. Во-вторых, начался процесс монополизации госструктур вещания. В-третьих, активизировались процессы создания коммерческих медиа-организаций.

В то же время на государственном уровне были ликвидированы разногласия в технических (пяти) стандартах, в которых работали областные теле-организации, что облегчило процесс обмена телепрограммами и информацией; все финансовые ресурсы телекомпаний были направлены на модернизацию основного телеоборудования.

Приобретение реального суверенитета позволило государственному телевидению создавать все необходимые технические и технологические условия для постепенного включения телевидения и радио Республики Казахстан в мировое информационное пространство.

### **Информационные агентства Казахстана**

В республике существует мощная система информационных агентств – отрасли бывшего ТАСС. Возникли в этой сфере альтернативные агентства – Дана-пресс, Азия-пресс и др.

Эти агентства первыми начали работу по объединению усилий в получении полноценной и достоверной информации. Летом 1994 года создан Центр республик Центральной Азии, в котором передаются информационные сообщения для газет, радио и даже телевизионная информация. Однако этот центр делал лишь первые шаги, и быстро прекратил деятельность.

В 2012 году количество информационных агентств остается неизменным – 13, из которых государственных – 1, негосударственных – 12. При этом ни одно агентство не распространяет информацию только на казахском языке, 3 распространяют информацию на русском языке, 3 – на казахском и русском и 7 – на казахском, русском и других языках<sup>1</sup>. Это такие, как «Казахское информационное агентство «Казинформ», Kazakhstan Today, Интерфакс-Казахстан.

Первое информационное агентство в Казахстане было основано в 13 августа 1920 году как Оренбургско-Тургайское отделение РОСТА. С 1925 года называлось КазРОСТА. С 1937 года находилось в Алма-Ате и носило название – КазТАГ. С 1972 года – Информационное агентство при Совете Министров Казахской ССР. В 1997 году КазТАГ был преобразован в Казахское информационное агентство – КазААГ, а в конце 2002 года был переименовано в «Казинформ».

В 2008 году новый «КазТАГ» был зарегистрирован министерством культуры и информации Республики Казахстан и начал работу<sup>2</sup> под руководством известного журналиста и общественного деятеля Сейтказы Матаева как частное информационное агентство. В 2012 году КазТАГ открывает свои филиалы в Кыргызстане, а затем первым среди СМИ Казахстана в Афганистане – Кабуле.

### **Смута или просвещение?**

Драматические социально-экономические перемены, охватившие страны СНГ в конце 80-х и начале 90-х гг., продолжались, а нерешенных проблем с развитием рыночных отношений становилось все больше. Президент Сингапура как-то сказал: «Когда молодые независимые государства объявляют о переходе к рыночной экономике и к противостоянию идей, это заканчивается более чем плачевно».

Одна из актуальных проблем – *это проблема взаимодействия государства и электронных средств информации в*

---

<sup>1</sup> <http://www.internews.kz/newsitem/20-01-2012/17371>

<sup>2</sup> <http://ru.wikipedia.org/wiki/>

*условиях изменения политической системы.* Переходный период обостряет и динамизирует общественные отношения, характеризуется осложнением отношений власти и демократичности проводимой ею политики. «Государство как элемент гражданского общества в известных отношениях противопоставляется гражданскому обществу, это наиболее оформленный, консервативный, постоянный его элемент, а гражданское общество более изменчиво динамично, текуче, чутко реагирует на социальные движения и процессы»<sup>1</sup>.

Общеизвестно, что не демократия приводит к рынку, а частная собственность, рынок приводят к демократии, которая закрепляет политические свободы. Насколько были реальны процессы демократизации в Казахстане в этот период свидетельствуют исследования политической системы республики, проведенные с 15 по 22 июня 1994 г. Центром гуманитарных исследований. К экспертному опросу были привлечены профессиональные политологи, преподаватели вузов, независимые обозреватели телевидения, радио. Опросные листы содержали 79 вопросов, оценивались по семибалльной шкале. Анализ результатов показал, что уровень демократичности оценивается как низкий и составляет в среднем 2.47 балла. Уровень авторитарности политической системы оценивается высоко – 5.24 балла. 79% респондентов уверены, что политическая система останется авторитарной. Шансы возникновения в Казахстане в ближайшие годы демократической политической системы рассматривались как весьма скромные. Причины: неразвитость гражданского общества, низкий уровень политической культуры населения, недостаточность влияния общественных движений, политических партий, профсоюзов, общественного мнения, а также представительных органов государственной власти, недостаточная степень согласованности специфики политической системы с особенностями менталитета и интересами большинства казахстанцев, высокого уровня

---

<sup>1</sup> Матюхин А. Гражданское общество в Казахстане// Мысль. -1993. - № 12. - С.9.

авторитарности и низкого уровня демократичности существующей политической системы<sup>1</sup>.

Как говорил Рене Декарт, «отличить правильное от неправильного бывает подчас так же сложно, как разглядеть Диану или Минерву в необработанной глыбе мрамора»<sup>2</sup>. Делать однозначный вывод по результатам проведенного исследования было сложно. Одно не подвергалось сомнению в 90-е годы: неоднозначность переходного этапа развития нашей страны, где рынок и частная собственность еще не стали нормой, где отсутствовала социальная база демократии – средний класс.

По мнению американского политолога Барнетта Рубина, гражданское общество является жизненно важной предпосылкой для самоуправления. Средства информации, – пишет он, – позволяют гражданам, находящимся во власти государства, не только осуществлять обратную связь с ним как индивидуумом или членом групп, признаваемых этим государством, но и обмениваться идеями и информацией между собой с целью организовать себя независимо от государства. Независимые и плюралистические средства информации являются неотъемлемыми составными частями истинного гражданского общества<sup>3</sup>. Основная причина замедленного развития демократии в стране – отсутствие гражданского общества, которое по законам развития демократии должно сформироваться задолго до установления демократического режима. «В истории общественной мысли гражданское общество связывается с идеей свободы и, в частности, с правовыми свободами, признаваемыми за каждым человеком»<sup>4</sup>.

Если соотнести это с нашим государством, свобода прессы, ее устремленность к демократическим идеалам во многом поддерживается прямым участием Президента страны в этом процессе. В случае появления на политической арене другого

---

<sup>1</sup> Панорама.-1994. - 24 июля.

<sup>2</sup> Декарт Р. Философские изречения [www.bibliotekar.ru/genii/31.htm](http://www.bibliotekar.ru/genii/31.htm)

<sup>3</sup> Барнетт Р. Рубин Политика в области средств информации в Азии, препятствия на пути к свободе информации. Доклад на семинаре ЮНЕСКО, KAZ/92/ СЫР.1, Париж, 5 августа 1992, оригинал: английский С11-92/CONF. 002/LD.13, С.3-4.

<sup>4</sup> Матюхин А. Гражданское общество в Казахстане// Мысль. -1993. № 12. - С.9.

Президента возможны различного рода перемены, которые в первую очередь, коснутся средств информации. Президент процветающего Сингапура предупреждает, что «средства информации, проповедуя различные и несовместимые взгляды, мобилизуя общественное мнение в каком-то одном регионе и подогревая эмоции, сеют лишь смуту и раскол и отнюдь не способствуют просвещению и согласию»<sup>1</sup>. Поэтому очень важно сохранять согласие, поддерживать просвещение, чтобы не допускать смуту и раскол.

### **Плюрализм как конфронтация**

Плюрализм является одним из отличительных признаков свободы слова. Однако в условиях отсутствия диалога и дискуссионной культуры может принять конфронтационные формы. Внешняя дружелюбность средств информации советского периода внезапно сменяется агрессией, скандалами, судебными процессами в журналистской среде. Стало ли это проявлением плюрализма? Свидетельством свободы слова? Способом выхода копившегося годами негатива? Или же это была принципиальная позиция поиска нового формата построения отношений средств информации независимого государства? Никогда ранее в публичной схватке не сходились сотрудники идеологической сферы, поскольку все спорные вопросы решались кулуарно. Новые общественно-политические и экономические условия обнажают проблемы, идеологические институты отсутствуют, и общественность становится наблюдателем развернувшихся споров.

В этой связи показателен конфликт между ведущей республиканской газетой «Казахстанская правда» и республиканской телерадиокомпанией «Казахстан». Он начался с публикации журналиста Виктора Дика «Верните танки,

---

<sup>1</sup> Эугенио Лопес мл. Собственность на средства информации, свобода журналистов и редакторов и правовая система для независимых и плюралистических вещательных средств информации в Азии. Доклад на семинаре ЮНЕСКО, KAZ /92/6 Париж, 10 августа 1992, оригинал : английский, СП- 92 /CONF.002/ LD 12, С.6.

Муртаза!»<sup>1</sup> Это обращение репортера к руководителю крупной телерадиокомпании, по имени, что предполагало долю фамильярности, а также использование милитаристской фразеологии, стало своего рода вызовом для казахстанской журналистики. Каковы были претензии журналиста В. Дика?

Эйфория от происходящих перемен будоражила воображение! По мнению В. Дика, руководство телерадиокомпании остается под влиянием устаревших стереотипов командно-административного стиля управления, диктата власти, что способно привести к подминанию первых завоеваний демократии. Возникло серьезное противостояние между средствами информации, что стало не просто конфликтом, а своего рода борьбой идей, мировоззренческих установок, разного понимания сути текущего момента и тенденций развития государства, обретающего подлинный суверенитет и независимость.

С легкого пера журналиста внутриведомственные кадровые проблемы Казахского телевидения стали достоянием многочисленной аудитории. С экранов телевидения шли прямые передачи, пресс-конференции, в местных газетах публиковались материалы разоблачительного характера. Надо отдать должное коллегам по республиканской газете, которые не преступили главный закон – уважать точку зрения идейного противника.

В продолжение полемики в следующих номерах на одной полосе были помещены материалы Председателя телерадиокомпании «Казахстан» Шерхана Муртазы под вызывающим заголовком «Верните правду, «Казправда!»» и здесь же в «подвале» полосы был размещен комментарий корреспондента В. Дика: «И все-таки верните танки, Муртаза!»<sup>2</sup>.

В статьях раскрывался повод конфликта – кадровые перемещения в региональной телестудии, куда административными методами был назначен новый руководитель. Коллектив встретил

---

<sup>1</sup> Дик. В. Верните танки, Муртаза! //Казахстанская правда. -1993. - 27 февраля.

<sup>2</sup> Муртаза Ш. Верните правду, «Казправда!» //Казахстанская правда.-1993. 27 февраля.  
Дик. В. И все-таки верните танки, Муртаза! //Казахстанская правда.-1993. 27 февраля.

это решение «в штыки», так как накануне путем голосования выбрал себе нового начальника, как никак демократия!

Это было модное явление. К примеру, в Казахском государственном университете имени аль-Фараби тоже путем голосования был избран ректор, интеллектуал, прогрессивный ученый, физик Мейрхан Абдильдин. Но в мире журналистики демократия обретала другие оттенки.

Телестудия была забаррикадирована, а новый начальник попал в свой кабинет с помощью ОМОНа. Парадокс случившегося был в том, что началось длительное идейное противостояние. Конфликт был переведен в плоскость политического детектива. Это была первая открытая конфронтация журналистов и власти. Свежий ветер свободы вскружил голову. Но свидетельствует ли случившееся в Караганде об окрепшей демократии и узаконенном плюрализме? На наш взгляд, утвердительный ответ тут не уместен. Это было локальное неповиновение, но отнюдь не факт победившей демократии. Но в истории демократического обновления это событие, пожалуй, останется.

Начало демократических изменений на Казахском телевидении было заложено не только под влиянием российского телевидения, но и благодаря публицистическим выступлениям казахстанских журналистов. Среди них передачи «Долги наши» писателя Сагата Ашимбаева, программа «МЫ» журналистов Олега Кадиева, Игоря Мельцера, Гадильбека Шалахметова, Алибека Ищанова и др. Это были еще годы тоталитаризма, когда электронными ножницами кромсалось любое смелое слово, они бесстрашно и откровенно начали разговор о проблемах республики, в том числе многих ранее запрещенных как космос, экология, религия. Невозможно подсчитать скольких соотечественников они заставили думать о долге перед страной, своими близкими, о судьбе своих сограждан, о родине. Вспоминая Сагата Ашимбаева его коллеги сказали, что он «вскрывал язвы общества и тем самым побуждал людей к размышлениям»<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Горизонт. -1994. 1-7 октября.



Приход на пост руководителя телерадиокомпании «Казахстан» народного писателя республики Шерхана Муртаза – знатока казахской истории, фольклора и казахской литературы, казахского языка, активного проводника идей казахской интеллигенции, а также опытного редактора и журналиста национального масштаба, ознаменовало новый этап в развитии казахстанской журналистики.

Во главе телекомпании во времена коммунистического режима всегда были представители коренной нации. Однако их действия были строго регулируемы партийными рамками. Изменение политической системы, создание многопартийности позволили новому руководству Казахского телевидения и радио официально воплощать в жизнь те изменения, о которых открыто не говорили, но подразумевали – создание подлинного национального телевидения. Отлично владея ситуацией в мире казахской газетной журналистики, Шерхан Муртаза привлек творчески активных газетчиков в мир телевидения. Никогда в истории Казахского телевидения не было столь массового перехода из печатной сферы журналистики в телевизионную. От индивидуального труда за своей печатной машинкой к коллективному творческому созиданию видео шедевров о казахской культуре, истории, литературе, казахском языке и образе жизни. Никогда ранее казахские редакции ТРК «Казахстан» не получали простор творческой свободы.

### **Общественное или государственное?**

Важный признак плюрализма – диалог между государственными и независимыми телерадиокомпаниями. Однако этот творческий диалог долго не мог состояться, поскольку независимые каналы не смогли себя проявить как альтернативные. Слишком неравные были силы для творческого и идейного противостояния. Возникла идея создания общественного телевидения. Начало дискуссии положило выступление вице-президента частной телерадиокомпании

«МАКС», социолога С. Дуванова в республиканской газете «Казахстанская правда» в статье «Есть ли в Казахстане свое телевидение?»<sup>1</sup>.

Основная идея статьи: в Казахстане, по сути, нет независимого телевидения, 70% независимых каналов созданы при участии государственных структур, в числе учредителей - облсоветы или местный радиотелевизионный центр, либо госпредприятие. Лишь 30% из существующих новых каналов по-настоящему независимы. По его оценке, «достигнут уровень, характеризуемый относительной независимостью». Но даже при этом независимость полной не может быть, поскольку передача телевизионного или радиосигнала возможна лишь при наличии телепередатчика.

Наиболее перспективным направлением развития телевидения в Казахстане С. Дуванов считает развитие общественного телевидения как более прогрессивного и демократичного. У существующего телевидения, как показывали социологические данные, в тот период был низкий рейтинг.

В полемику с высказанным мнением вступил тогдашний глава телерадиокомпании Ш. Муртаза в статье, также опубликованной в «Казахстанской правде», «Кривые зеркала статистики, или Вопрос о том, есть ли в Казахстане свое телевидение». Суть столкновений между представителями государственного и независимого средств массовой информации носит не только профессиональный или коммерческий характер. Ш. Муртаза раскрывает их суть: «телевидение стало ключом к власти. Поэтому вполне понятны бои, введущиеся вокруг него. Еще важно понять, что власть, называемая телевидением, становится одной из важнейших политических проблем нашей эпохи»<sup>2</sup>.

Следовательно, суть неприятия конкурирующих глав двух телекомпаний была политическая, борьба за ведущую роль в иерархии «четвертой власти». Другой аспект процесса

---

<sup>1</sup> Дуванов С. А есть ли в Казахстане свое телевидение? //Казахстанская правда. -1993. - 24 апреля.

<sup>2</sup> Муртаза Ш. Кривые зеркала статистики, или Вопрос о том, есть ли в Казахстане свое телевидение// Казахстанская правда.-1993. - 22 мая.

становления демократизации – взаимодействие и соотношение государственной власти и так называемой «четвертой власти». Как известно, в силу признания общественным мнением регулятивной роли телевидения, газет, радио они могут нести функцию, условно называемую «четвертой властью» – после законодательной, исполнительной и судебной.

Некая причастность к властным структурам позволяет, с одной стороны, вести политику нейтралитета, независимости от властей, хотя бы материальную, финансовую, а с другой – возникает еще большая зависимость некоторых средств информации от государства и власти, поскольку именно они остаются основным источником информации, владельцами главных технических средств связи, в том числе спутниковой, располагают возможностью предоставления дотаций, различных форм поощрения. К примеру, даже в самый «золотой период» свободы слова в России, в российских средствах информации проявляли обеспокоенность активизацией журналистов, умеющих вовремя воспеть любые деяния власти. В Казахстане действия таких журналистов редко получали негативную оценку.

Много проблем выдвигает создание общественного телевидения. В телевизионной теории и практике понятие об общественном телевидении трактуется, как о народном, поскольку финансируется телезрителем. Это исключает всякого рода рекламу, демонстрацию секса, сцен насилия и т.д. Плюрализм мнений породил различные представления у конфронтирующих сторон по поводу содержания понятия «общественное телевидение». К примеру, убеждения С. Дуванова об общественном телевидении не совпадали с точкой зрения главы телевизионной организации Ш. Муртазы. Последний считал, что превращение государственного телевидения в общественное, это начало перехода к конфронтации, это отдача эфира на откуп незрелым политическим партиям и движениям, бизнесу, это явный путь к дестабилизации и расколу. В то же время Ш. Муртаза согласен, что каждый волен создавать общественное телевидение, но не за счет государственных средств и государственного телевидения.

Непримиримость государственного телевидения к негосударственному, и наоборот, создает новую ситуацию в борьбе за аудиторию. По мнению работников государственного телевидения, коммерческие видеоканалы засорены случайными людьми, менее всего пекущимися об эстетике и нравственности вещания. Отсюда и засилье на экранах жестокости и порнографии, низкопробной рекламы. В то время как на государственном ТВ, напротив, придерживаются принципа вещания в интересах широкой публики, во главу угла ставится высокий уровень и качество программ, разнообразие и объективность. В свою очередь, независимые телекомпании, пользуясь услугами вызывающих доверие социологических служб, стараются хотя бы раз в квартал подсчитывать рейтинг радио и телеканалов, при этом, по их мнению, на одном из последних мест неизменно оказывается Казахское телевидение. И это вызывало ряд щепетильных вопросов.

Существует мнение, что в Казахстане как восточной республике, а Восток – дело тонкое, все возникающие проблемы, в том числе в средствах информации решаются келейно, в кулуарах, и налицо оказываются лишь реалии совершенного действия. В то же время нельзя не отметить, что длительное взаимосотрудничество с российской журналистикой не могло не повлиять на менталитет казахстанской журналистики, как русскоязычной, так и казахскоязычной. Поэтому тонкости восточной дипломатии явно не пригодились, когда в ответ на действие правительства по созданию новой структуры государственного телевидения независимые телекомпании, а это сила, с которой нельзя не считаться, объявило своего рода «политическую войну».

Активные действия независимых телеканалов были обусловлены формированием в недрах Кабинета Министров и Президентского аппарата концепции ТВ, которая предусматривала слияние государственного и негосударственного телевидения, лишала технических коммуникационных связей независимое вещание, так как владельцем телебашни на Кок-Тюбе, где установлены основные передатчики, должна была стать новая госорганизация. Кроме того, предусматривался ряд

мероприятий, ограничивающих в свободном творчестве независимых теле- и радиожурналистов. Создание транснационального телевидения при общей тенденции к монополизации, слияние государственного и независимого телевидения, считали они, противоречило всем законам демократического развития общества и посягало, прежде всего, на свободу слова, повлекло за собой сопротивление независимого телевидения.

Это позволило не только сомкнуть ряды независимым журналистам, но и повысило их статус. В их поддержку выступила госструктура – Министерство печати и средств информации РК, но, как нам представляется, не в силу защиты прав и свобод независимых журналистов, а исходя из субъективных мотивов соперничества, с не подчиняющейся министерству по средствам информации телевизионной организацией.

Краткий обзор становления казахстанской тележурналистики в 90-е годы показывает, что степень плюрализма и свободы проверяется в реалиях сегодняшнего дня и зависит от политического микроклимата сложившегося в республике, на который воздействуют как внешние факторы, влияние российских средств информации на менталитет казахской журналистики, так и внутренних, характерных для восточного государства.

### **Профессия – тележурналист**

Один из важных аспектов – формирование казахстанских журналистских кадров в республике. При этом следует рассмотреть два основных направления в развитии казахстанской журналистики.

Известно, что телевидение возникло в тогдашней братской республике как дочерняя ветвь московского телевидения и было сформировано в духе советской идеологии. При интенсивной помощи в подготовке кадров для русского направления тележурналистики, на наш взгляд, недостаточно внимания уделялось формированию казахских журналистов. Нельзя

сказать, что их творчество обходили стороной, напротив, на каждом совещании, а об этом свидетельствуют многочисленные материалы архива Казахского телевидения, подвергались серьезному анализу и принимались рекомендации именно для казахских журналистов. Однако эта критика была неконструктивной, не помогала им обрести необходимый опыт и мастерство, а замена непрофессиональных специалистов на новые кадры не давала ощутимых плодов, поскольку в области телевидения еще не сложилась та сильная журналистская школа, которая была в газетной казахской журналистике.

Следует признать, что и отношение к журналистским кадрам было не объективное, считалось, что на телевидении может работать неудавшийся газетчик. Затяжная хроническая болезнь дала о себе знать особенно в период перестройки, да и в переходный период, когда журналист должен проявить себя как первопроходец, публицист, несущий свое яркое зажигательное слово в массы.

В середине 80-х годов были попытки готовить кадры для Казахского телевидения, но они носили временный характер. Кафедра телевидения на факультете журналистики КазГУ была открыта только в середине 70-х годов при активном содействии журналиста и профессора Марата Барманкулова, декана, профессора Таумана Амандосова. Первыми стали выпускники первой кафедры телевидения и радиовещания – ныне известные журналисты Гульнара Омарбекова (Дуюмбаева), Миртай Акчулаков («Хабар»), Роза Досумова (ТРК «МИР»), София Янлосы – республиканское радио, Баги Машанло – фотожурналист, Арынгазиева Майра, Григорий Гройсер – журналист, Сауле Барлыбаева – спортивный комментатор Казахского телевидения, ныне профессор факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби, Лаура Барлыбаева, а также Ваш покорный слуга. Среди студентов казахского отделения телерадиожурналистике обучались Абжанов Косылган – ныне доцент, Омашев Намазалы – профессор журналистики и др.

Генеральное обновление кадров началось после суверенизации – приток опытных газетных журналистов, а

других источников не было, мастерски владеющих пером и словом, способных добывать оперативную информацию, мыслить масштабно, поднимать назревшие вопросы для общества, несомненно, обогатили казахскую тележурналистику. Однако естественная адаптация газетчиков проходила медленно – осознание, что телевидение это коллективный процесс, требует организаторских навыков, знания телевизионной техники, визуального мышления, умения говорить в кадре – осложняло работу. Тематика передач была близка к газетной, а газеты «до сих пор пребывают где-то в XVIII веке и не собираются из того времени выходить»<sup>1</sup>, – отмечали журналисты 90-х.

Это вполне объяснимо – долгие годы национальные проблемы замалчивались. У казахских журналистов появилась своего рода ностальгия по прошлому, хорошим тоном стала его идеализация, которая сопровождалась негативным отношением к настоящему. Но ведь прошлое не вернешь, а развивать современную казахскую журналистику необходимо, хотя и очень сложно. Казахские тележурналисты имеют в середине 90-х свой канал вещания, кроме того, на основном канале делят время поровну с другими. Эволюционно успех к каналу «Казахстан» приходит в 2012 году – впервые главный казахский телеканал стал вещать 100%-но только на казахском языке.

В этой ситуации казахские телеканалы должны обращать внимание не только на сельскую аудиторию, в большинстве своем состоящую из казахов, но и на городскую, состоящую из представителей творческой и технической интеллигенции, в основном носителей русского языка. Сдерживание развития национальной культуры в прошлом сейчас влечет к приоритету национальных ценностей. Это очень важно для возрождения нации. Но это не перечеркивает тягу к межнациональным контактам, к общечеловеческим ценностям. В утверждении этой важной тенденции телевидение, радио, он-лайн сети и другие коммуникации должны сыграть важную роль.

Сложные процессы в создании телевизионного вещания

---

<sup>1</sup> Панорама. -1994. - 23 июня.

независимого государства начались с массовым оттоком русскоязычных журналистов в коммерческие телекомпании. Их привлекала возможность свободного творчества, а также более высокая зарплата. Это привело в подрыву русскоязычного вещания на государственном Казахском телевидении. Закрылись многие интересные рубрики и циклы, сократилось производство передач. Правительство понимало, что в такой многонациональной стране, как Казахстан, невнимание к проблемам телевизионного вещания может привести к негативным последствиям.

В начале 2000-х годов фондом «Әділ соз» при поддержке ОБСЕ было проведено первое в истории казахской журналистики социологическое исследование под названием «Журналисты Казахстана: попытка автопортрета». Цель исследования: кто он современный представитель казахстанских СМИ?

Изучалось, как сами журналисты оценивают состояние свободы слова в Казахстане, с какими проблемами сталкиваются в своей профессиональной деятельности, какими способами их решают, как оценивают своих коллег и представителей элитных групп: бизнесменов, чиновников, общественных и политических деятелей. Исследовались также профессиональные и жизненные ценности, социальные, политические и нравственные ориентации журналистов. Проводился сравнительный анализ представителей государственных и частных СМИ

Результаты исследования приводят в шоковое состояние. Журналисты считают, что казахстанского журналиста отличает ангажированность, продажность, а такие качества как «честность», «порядочность», «независимость» занимают последние строчки перечня качеств журналиста. Может быть ставить точку в понимании корпоративной солидарности еще не надо, есть надежда на такой фактор, как «практично-доброжелательные отношения».

Большинство представителей прессы указывало на то, что при подготовке публикации материалов на «острую тему» они сталкиваются с различного рода проблемами. Поэтому преобладающее поведение журналистского сообщества –



конформизм<sup>1</sup>. Такой вывод делают исследователи, отмечая и еще такой факт, что в профессии преимущественно женщины, хотя еще 20 лет назад на факультет журналистики принимали преимущественно юношей. Подобная ситуация наблюдается не только в Казахстане, а во всем мире. Итальянская исследовательница Клаудиа Падовани, выступавшая на научной конференции факультета журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова (2012) «Mass Media after post-Socialism: trends of 2000s» с докладом «Женщины в медиа-индустрии: взгляд из Европы», провела сравнительный анализ влияния на принятие политических решений в Европейском Союзе руководителей медиа организаций – женщин. Объектом исследования стали все страны, входящие в Европейский Союз. Мониторинг позволил провести количественно-качественный анализ деятельности крупных медиа корпораций государственных, частных и смешанных. Основной вывод, что женщины-менеджеры – это трудоголики, отличные управленцы, и принадлежность к «прекрасному полу» им помогает при принятии важных деловых и политических решений, особенно в Италии<sup>2</sup>. Гендерный аспект пока не был исследован в Казахстане, хотя в управленческом секторе их число значительно. Портрет журналиста в 2013 году вряд ли изменился. Но для более достоверного вывода требуется специальное исследование.

### **Схватка за эфир: уроки прошлого**

Казалось бы, госструктурами предприняты все меры для возрождения телевидения независимого государства, соответствующего потребностям переходного этапа. Однако парабола конфликта 1993 года взметнулась вверх, и детонатором этого стала публикация опять-таки С. Дуванова «Приказано выжить», где он вынес на суд общественности

---

<sup>1</sup> Журналисты Казахстана: попытка автопортрета. Фонд «Аділ соз». – Алматы, 2003. - С.67.

<sup>2</sup> Падовани К. «Женщины в медиа-индустрии: взгляд из Европы». 4-е Международные научные чтения в Москве «СМИ и массовые коммуникации», «Mass Media after post-Socialism: trends of 2000s». -М.: МГУ им. М.В. Ломоносова, 2012.

результаты социологического исследования, подтверждающие его прежние аргументы<sup>1</sup>.

Еще в 1992 году был принят закон «О неотложных мерах по защите СМИ, органов государственной власти и управления, государственного книгоиздания в период перехода к рыночным отношениям». Так государство способствовало поддержке развитию независимых и государственных электронных средств информации. Правительством были приняты меры по формированию новой модели государственного телевидения. Сначала Комитет по телевидению и радиовещанию КазССР был переименован в телерадиокомпанию «Казахстан», затем через два года в корпорацию «Телевидение и радио Казахстана».

Представители независимых телеканалов критически отнеслись к Концепции, которую предложили на государственном телевидении, считая, что она представляет собой компиляцию известных в мире моделей вещания, не подкреплена ни творческим потенциалом, ни экономическими возможностями.

К сожалению, в пылу критики отвергалось даже то, к чему руководители независимых телекомпаний сами ранее призывали: формирование новой модели телевещания, улучшение качества вещания, учет интересов многонационального населения республики, целей и задач государства. В газете «Аргументы и факты» (казахстанское приложение) было опубликовано заявление от имени независимых СМИ, что «реформаторы от телевидения сумели за считанные дни разрушить существующую структуру государственного вещания и навязать телезрителю программу, сведенную к уровню многочасовой, бессодержательной и беспроблемной информации»<sup>2</sup>.

Независимые телекомпании оппонировали избранному пути – акционированию, который, по их мнению, приведет к приватизации государственного ТВ. Негосударственные

---

<sup>1</sup> Дуванов С. Приказано выжить // Казахстанская правда. - 1994. - 5 апреля.

<sup>2</sup> Заявление. Пресс-конференция независимых средств массовой информации в Министерстве печати и средств информации Республики Казахстан // Аргументы и факты. Казахстанское приложение. - № 30. - Июль, 1994.

телекомпаниям беспокоило то, что новой телерадиокорпорации дано много приоритетных прав, которые ставят независимые телеканалы в разряд второсортных. «Сегодняшнее взаимоотношение властей и негосударственных телекомпаний – возрождение тоталитаризма... Монополизировав эфир и толкая тем самым иные телекомпании и профессиональные кадры в творческую оппозицию, руководители компании рискуют обрести и политических оппонентов», – заявляли участники пресс-конференции. А руководитель телекомпании «ТВИН ТВ» Литвинов назвал все происходящее «авантюрой года», которая войдет в историю Казахстана. Представители независимых телекомпаний напомнили, что борьба за эфир иногда заканчивается «войной за телецентры»<sup>1</sup>.

На протяжении многих лет наше отечественное телевидение получало устаревшее оборудование и не могло создать качественную техническую базу. Несмотря на многие экономические сложности, государство уже в середине 90-х находит средства, и немалые, для того, чтобы телезрители не испытывали комплекса оторванности от цивилизованных стран. Создается институт собственных корреспондентов, хотя и малочисленный, но способный не доносить информацию, интересную и разностороннюю, отражающую идеологическую позицию независимого государства.

Существующая зависимость средств информации от государственных дотаций, в том числе и газет, привела к тому, что некоторые издания были вынуждены стать инструментом борьбы. Почти каждая газета принимала участие в той или иной полемике, нередко занимая неконструктивную позицию.

Прав был казахстанский исследователь Ю. Крикунов, когда писал, что «вступив на путь демократизации, создавая новую печать, мы должны предвидеть неизбежные здесь трудности. Одна из них видится в том, что азы демократии на равных постигают не только читатели, телезрители, радиослушатели, но и сами журналисты. И вопрос вопросов: кому труднее? Ведь журналистам приходится отказываться не только от социальных

---

<sup>1</sup> Панорама, 1994, 23 июля

схем, но и от профессиональных стереотипов, да таких привычных и, как ранее казалось, незыблемых...»<sup>1</sup>.

### **Азы рыночной медиа азбуки**

Другая характерная черта демократизации – переход к рыночным отношениям, которые диктуют свои законы средствам информации. Средства массовой информации всегда были под опекой государства. Смена политической диктатуры на политическую демократию еще не пустила глубокие корни, коснулась лишь верхушки интеллигенции, но не отнюдь не широких слоев общества. Медленно шло экономическое реформирование, не сложился еще способствующий развитию частный сектор, не вырос мидл-класс. Одна из форм финансирования СМИ – реклама. Хотя в переходный период порой из-за непосильного бремени налогов вместо прибыли она приносит убытки. К примеру, в Семипалатинске местные газетчики были вынуждены платить доход от рекламы 200%. Многим такие расценки оказались не по карману, газеты стали терпеть убытки, оказался реальностью финансовый крах. У казахской печати положение было еще тяжелее. Реклама, казалось, была чужеродна казахской журналистике. Наибольшую угрозу экономической кризис представляет для независимых средств информации. «Электронные средства информации не могут выжить без дотаций, и вскоре им станет очень трудно, особенно когда поток рекламы ради рекламы оскудеет или они станут полностью зависимы от государства, работая под его диктовку, или им придется идти на поклон к каким-либо крупным бизнесменам. Средства информации вынуждены будут искать надежного финансиста, т.е. настоящая экономическая ситуация подрывает демократические устои прессы, ее самостоятельность. Многие газеты на грани закрытия»<sup>2</sup>, писала в тот период газета «Панорама». Само частное издание «Панорама», имеющее высокую репутацию и

---

<sup>1</sup> Крикунов Ю.А. Печать и государство //Мысль. – 1993. - № 6. - С.73.

<sup>2</sup> Панорама. -1994. - 23 июня.

сложившийся устойчивый бренд авторитетного экономического источника, испытало сложности в 2012 году, практически закрывшись на некоторое время, но сумело вернуться в газетную сферу.

Существование альтернативных средств информации в демократическом обществе – объективная закономерность. Государство должно осознать, что финансирование даже оппозиционных средств информации пойдет на благо развитию демократических процессов в республике, потому что без здоровой оппозиции невозможен прогресс общества. Однако до осознания этого было далеко, поскольку в 90-е годы в стране еще не было признания множественности политических интересов и идеалов, которые закрепляются на основе защиты политического плюрализма как высшей ценности. «Объективно в интересах государства и общества – плюрализм средств массовой информации, в ином случае невозможно будет избежать односторонности при принятии решений, накопления негатива и вообще свой голос неминуемо будешь принимать за «глас божий», «за глас народный». Поэтому лучше, чем словами старинной пословицы, не скажешь: «Кто слышит только один колокол, слышит лишь один звук»<sup>1</sup>.

«Через полтора года-два казахстанская пресса может попасть в полную зависимость от коммерческих структур», – предупреждает журналист Сейдахмет Куттыкадам. И вероятно он был прав, невнимание госструктур к заботам СМИ могло привести к осложнению положения независимых и государственных изданий, ТВ и радио. По мнению журналистов, в «определенных кругах наличествует стремление загнать средства информации в отведенные рамки, пресса становится не столь демократичной и открытой, нежели несколько лет назад. Сегодняшние официальные газеты являются лишь проводниками государственной точки зрения на те или иные события, не рискуя вдаваться в критику глобальных правительственных проектов или действий, что вполне было допустимо год или два назад»<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Калимуллин Р.А. Если слушать только один колокол//Мысль. -1994.- № 7.- С. 73.

<sup>2</sup> Кукушкин А. Закон о печати // Панорама. -1994. -3 августа.

Эти рассуждения возникли в связи с официальным письмом Комитета по культуре, печати и средствам информации и общественным объединениям Верховного Совета, в котором предложено критически рассмотреть Закон о печати и средствах массовой информации с точки зрения сегодняшних реалий, конкретных предложений и замечаний, а возможно, и с новой концепцией Закона, и направить в комитет. Журналисты, с энтузиазмом воспринявшие эти предложения, вдруг придумались, «нет ли попытки ограничить права масс-медиа, создать дополнительные политические и экономические препятствия демократической прессе, которые, постепенно становясь на ноги, многим мешают делать то, что очень хотелось бы иногда делать». При этом журналисты имели в виду «не некие теневые махинации, сколько более или менее известных политиков, которых постоянная критика их деловых и моральных качеств в последнее время стала раздражать»<sup>1</sup>.

Основное требование практиков журналистики – возможность доступа к информации, создание законных механизмов для его реализации. Можно констатировать: в середине 90-х годов для дальнейшего развития демократических процессов в республике не были еще созданы соответствующие политические предпосылки. Но основа демократических процессов заложена самим фактом существования альтернативных СМИ. «И поэтому всякие попытки монополизировать эфир, опять применять силу давления, организационного диктата – шаг неверный. За этим необходимо внимательно следить Комитету по антимонопольной политике»<sup>2</sup>.

Прогресс общества не может тормозиться частными желаниями. Любая экономическая система, изолированная от свободного потока информации и от различных компонентов человеческого измерения, обречена. Нужны новые идеи, методологии, ценности. Это диалектика свободы. Те общества, которые от этого отказались, постигла стагнация и упадок.

---

<sup>1</sup> Кукушкин А. Закон о печати // Панорама. -1994. -3 августа.

<sup>2</sup>Шалахметов Г.М. Монополизация эфира - шаг неверный//Аргументы и факты. Казахстанское приложение. - Июль,1994.

Социальный прогресс и процветание государства зависят от достигнутого уровня свободы информации и восприимчивости к новым идеям»<sup>1</sup>.

Но так ли важен статус негосударственного вещания? Есть ли необходимость закрыть государственное телевидение? Полемизируя с представителями независимого телевидения, Ш. Муртаза парировал: «Создавайте себе на здоровье, но не за счет государственного!». Теперь же тот же Дуванов стал вдруг сам себе противоречить, что «создавать публично-правовое телевидение на костях государственного это неумно. Его нужно создавать наряду с государственным и коммерческим. Ведь у каждого из них свои функции».

Процесс демократизации средств информации невозможен без обретения подлинной свободы. Это расхожая истина, и с ней нельзя не согласиться, кто бы ее ни высказал – представители официальных или независимых СМИ, но без финансовой свободы этот постулат нонсенс. Также без всего арсенала современной техники, весьма проблематично создать концептуальное телевидение, интересное всем и каждому зрителю в отдельности.

Много проблемных вопросов возникает по определению роли общественно-полезного телевидения. Как будет взиматься абонентная плата? Будут ли по-прежнему преследовать рекламными роликами зрителя? Будет ли защита от экспансии зарубежного кино и телевидения? У общественно-полезного телевидения есть немало и союзников, которые видят в нем значительный шаг к демократизации телевизионного вещания, позволяющий наладить эффективную обратную связь, что является обязательным элементом демократического общения средств информации и граждан.

В нашей стране, вступившей на путь глубоких реформ, формируется переходный тип гражданского общества, на который оказывают большое влияние средства информации,

---

<sup>1</sup> Лондонский информационный форум СБСЕ.12-18 мая 1989. АН СССР, ИНИОН.- М.,1990. С. 47.

особенно телевидение. Телевидение как самое доступное средство информации должно помочь созданию гражданского общества, без которого невозможно утверждение демократии во всех сферах жизни. Если форма общественно-полезного телевидения окажется наиболее рациональной, то переход к ней – благо. Но, на наш взгляд, разумнее сохранить государственное телевидение.







## В ПОИСКАХ НОВОЙ МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИИ

Казахстан, находящийся на стыке Востока и Запада, смело вступил в цивилизованный мир. Провозгласив Декларацию о государственном суверенитете, он стал полноправным субъектом международных отношений. Роль Казахстана в сфере как внутренних, так и международных средств информации за 20 лет независимости была достаточно детально исследована. Это были исследования политологов, теоретиков журналистики. Но они не охватывали новые медиа и новые возможности страны, которая достигла более высокого экономического роста, чем в 90-е годы. Возникла объективная потребность журналистской науки проследить процесс формирования нового информационного пространства, складывающегося в многонациональной республике.

В 90-е годы существовала стабильная и мощная ось «Европа-Центральная Азия», где Европа ассоциировалась с Россией. Был период, когда центр тяжести оси отклонился в сторону азиатских, в том числе мусульманских государств, что было закономерным движением амплитуды маятника, долго находившегося в одном положении. Уже в середине 2000-х можно констатировать, что ось выровнялась, перестала колебаться, пребывая в равномерно текущем потоке с запада и востока, севера и юга. Эта относительная стабильность стала результатом процессов становления государственной независимости республики, но прежде всего признаком изменения политической, экономической и социальной ситуации в регионе.

Внимание республике стали оказывать Китай, Турция, Пакистан, а также США, Англия, Франция, Италия, страны Восточной Азии. Создан Таможенный союз России, Беларуси и Казахстана. Все эти процессы – свидетельство повышенного интереса к Казахстану с его огромными возможностями в сырьевой, территориальной, культурной сферах.

В этих условиях произошли колоссальные изменения и в области средств информации республики. Возникновение системы средств массовой информации обусловлено социально-историческими потребностями общества. «В области эконо-

мической это, в первую очередь, индустриализация, в области социальной – урбанизация, в области политической – возрастание роли народных масс в историческом процессе»<sup>1</sup>. Первый зав. кафедрой телевизионной и радиожурналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, профессор Энвер Багиров еще в начале 70-х годов прогнозировал активное развитие новых медиа технологий, что было весьма смелой позицией, так как существовало твердое мнение, что главным информационным источником может быть только периодическая печать.

За короткий временной срок индустриализация перешла в новую стадию, произведя подлинную революцию в системе информации и коммуникации. Значимость страны стала определяться не тоннами выплавленной стали, золотым запасом, а обладанием сверттехнологичными средствами связи и коммуникации. В области социальной – произошло массовое перемещение жителей из сельской местности в городскую среду. В области политической – демократизация, которой способствует и информационная революция.

Как известно, августовский путч 1991 года привел к краху Компартии Казахстана, крушению марксистско-ленинской идеологии, разрушению плановой экономики, что вызвало смятение и неуверенность у значительной части населения республики. Отмена цензуры, создание условий для появления альтернативных средств информации с разными формами собственности – все это привело к созданию новой структуры коммуникации, которая отличалась от системы пропаганды коммунистического образца.

Теперь наступило время для осмысления новой МОДЕЛИ коммуникации и информации. Актуальность этого вопроса осознана и властью, которая пытается создать новую конфигурацию общения с обществом и СМИ. Во-первых, наконец-то власть осознала мощный потенциал сетевых СМИ и социальных сетей. Во-вторых, понимает необходимость свободных СМИ, донесения достоверной информации. Но не

---

<sup>1</sup> Багиров Э.Г. Очерки теории телевидения. - М., МГУ, 1978.- С.31.

все так просто в этом процессе, отношения от терпимого сменяется конфронтацией, относительное ослабление – преследованиями. Но существование независимой прессы, в целом, приветствуется обществом, даже чиновниками, свидетельство тому высокие тиражи и самокупаемость изданий. К примеру, бывший министр информации и культуры РК Есетжан Косубаев откровенно говорит, что «народ покупает газеты, где можно найти критику власти, где объективно освещается жизнь...я считаю, что государственные СМИ лишили нас этого удовольствия. Меня как гражданина это сильно огорчает... У нас к сожалению, существует стереотип среди чиновников: если человек читает оппозиционную прессу, то он «негосударственного» мышления, он уже в «протестной среде»... Люди читают независимую прессу потому, что в официальной печати у нас нечего читать»<sup>1</sup>.

### **Свободные СМИ: от кого и от чего?**

Свободная пресса – газеты, радио, телевидение, блоги – мост между народом и властью, бизнесом, вернее не только мост, а «сторожевой пес» демократии, как любят говорить в США. «83% населения нашей планеты на самом деле не знают, что происходит в их странах, – считает Саша Вучинич, журналист из Белграда. – Информацию кто-то фильтрует, искажает или придает ей какой-то оттенок, то есть эти люди и не знают, что получают другую информацию»<sup>2</sup>.

Стремление к свободе слова появилось одновременно с изданием первых периодических изданий. Во все времена и во всех странах журналисты постоянно ведут борьбу за свободу слова. В Англии, где первые периодические издания были открыты Оксфорде и Кембридже еще в 1229 году, университеты и стали первыми цензорами. Генрих VIII в 1530 году издал собственный список запрещённых книг.

В XVII веке писатель и публицист Джон Мильтон (1608–

---

<sup>1</sup> Татия К. Есетжан Косубаев: «Идеологией должны заниматься профессионалы» // Central Asia Monitor. -21 марта. – 2013.

<sup>2</sup> Источник: [www.ted.com/talks/Sasa\\_Vucinic](http://www.ted.com/talks/Sasa_Vucinic)

1674) опубликовал без разрешения цензуры памфлет «О свободе печати. Речь к английскому парламенту» («Ареопагитика»). В XVIII веке журналисты добились доступа на галерку в палате общин и право публиковать отчеты о ее заседаниях. С этого времени журналистов с пресс-галереи стали называть «*четвертым сословием парламента*» (первое – лорды церкви, второе – наследные лорды, третье – «простолюдины» палаты общин). Известные писатели и публицисты Даниель Дефо, (1660-1731) и Джонатан Свифт (1667-1745) также боролись за свободу слова. Например, в 1704 году Даниэль Дефо находясь в тюрьме за ехидный памфлет ««Кратчайший способ расправы с диссидентами», был приговорен к стоянию у позорного столба. Власть не смогла добиться цели. Дефо успел напечатать «Гимн позорному столбу», и во время его стояния у позорного столба народ осыпал его цветами, напевая на площадях и улицах его очередной памфлет. Борьба журналистов завершилась принятием “Билля о правах”, который оставил право ограничивать свободу прессы в Англии лишь за парламентом.

Во Франции профессора Сорбонны в 1547 г. тоже занимались предварительной цензурой. Была введена смертная казнь в случае издания, хранения или продажи запрещённых или непроверенных книг. Этот указ отменили почти через 200 лет. Монархи, как Людовик XIV, также жестко ограничивали деятельность и образ жизни издателей. Журналисты и издатели должны были жить в определенном районе города, иметь указанное число учеников и помощников, даже контролировалась форма одежды книготорговцев. Нарушения наказывались штрафами. Такие же требования предъявлялись немецким издателям.

В 1789 году французская «Декларация прав человека и гражданина» узаконила полную свободу печати. Но и этот период продолжался недолго. Наполеон, придя к власти, опять жестко ограничил свободу<sup>1</sup>.

По сравнению с многовековой борьбой западной страны

---

<sup>1</sup> Подробнее: Рихтер А. Право зарубежных стра. - М., 2011.

период становления независимых СМИ в Казахстане кажется мизерным. Однако скорость современного темпа жизни увеличивает процессы преобразований многократно.

Средства массовой информации – атрибутика государственности. Степень свободы их прямо пропорциональна степени демократизма общества. В тоталитарном государстве не может быть истинной независимой прессы, радио и телевидения, они, хотят этого или нет, становятся выразителями правящей олигархии, проводниками и защитниками тех идей, на которых зиждется диктатура, всевластие и произвол. Средства массовой информации в таком обществе только декларируют права человека, но не обеспечивают их, они занимают привилегированное положение, стоят над обществом, но не служат ему, они формируют общественное мнение, но в том направлении, в котором им указывает авторитарный режим. Они не заботятся об обратной связи, им неведомо двуединство: «информация-народ» и, в обратном порядке, «народ-информация».

Формирование свободных средств массовой информации процесс сложный, длительный, не всегда однозначный и успешный. На этом пути могут быть успехи и срывы, достижения и потери. Не секрет, что легко спутать демократию с вседозволенностью, разнузданностью и информационным, а значит, политическим хулиганством. Над всем должен править закон, и только он должен стать «альфой» и «омегой» СМИ.

Этот постулат незыблем и доказательство тому процесс демократизации средств массовой информации в странах Центральной Азии, обретших независимость в связи с распадом СССР. В движении к демократии этих стран есть свои лидеры и аутсайдеры, и такая градация не случайна: каково общество – таковы и СМИ.

Формирование нового информационного пространства в этом регионе носит динамичный характер, что вполне логично в условиях многопартийности и отвечает задачам построения правовых государств. Но этот путь суверенные государства Центральной Азии проходят с разной скоростью и степенью независимости, не во всех из них СМИ перестали быть

инструментом одностороннего воздействия на аудиторию и создали формы обратной связи.

Международными сообществами массовой коммуникации признается, что на пути свободы прессы, электронных средств информации, построения демократического общества стоит много трудностей, связанных с различиями национального, религиозного и этнического характера.

Исследователи проблем распространения информации в мире отмечают, что в настоящее время освободившиеся страны, значительно отстающие в развитии национальных информационных систем, сталкиваются с лавиной чужеродной информации, клеветы и извращений, создающих угрозу национальной культуре. Благодаря дипломатическим усилиям Президента Казахстана республика получила статус мощного и представительного государства. Однако сложности экономического характера, непростой процесс вхождения в рынок, начавшееся социальное расслоение общества создают определенные трудности. Несмотря на изменения в сфере политики, на перераспределение материальных благ, у людей никогда не иссякнет стремление к получению благ духовных и, прежде всего, к получению информации. Сегодня мы не вправе заявлять о лавине чужеродной информации, поскольку поступает она не со спутников, а с наших собственных коммерческих телеканалов. В погоне за рекламой телекомпания утрачивают одну из главных своих функций – культурно-просветительскую.

В Обращении Генерального Секретаря ООН к независимым журналистам Азии была ссылка на одну из первых резолюций Ассамблеи ООН 1946 года, призывающей к свободе информации и выражения мнений. «К сожалению, с тех пор СМИ чаще становились инструментом власти, чем независимым гарантом свободы. Он отметил, что огромное число людей во всем мире встали на защиту свободной прессы, что их жертвы были не напрасны, что в наше время поток идей свободно пересекает физические и географические границы. В эту новую эру экономические успехи и политическая свобода зависят от беспрепятственного обмена мыслями, т.к. доступ к



фактам, знанию и информации это единственное средство дать людям возможность сделать осознанный выбор. «Ни права человека, ни личное достоинство, – сказал он в заключении, не защищены в полной мере без свободного потока информации, который поступает через независимые плюралистические СМИ<sup>1</sup>».

Новая политика в области коммуникации создать предпосылки странам Центральной Азии для формирования своей инфраструктуры средств информации и помогла выработать правовое законодательство о деятельности СМИ. Находившиеся более семидесяти лет под давлением диктата партии, тоталитарного режима пресса, телевидение, радио не способны сразу же видоизмениться приобрести новый демократический статус. Путь трансформации – единственно верный и жизнеспособный, считают казахстанские ученые, теоретики массовой коммуникации, как М.К. Барманкулов и С.К. Козыбаев<sup>2</sup> в своих книгах и статьях.

## Оппозиционная пресса в Казахстане

В Казахстане еще в 1989 году появляются газеты, которые можно отнести к оппозиционным. Исследователем этой темы считается казахстанский журналист С. Куттыкадам<sup>3</sup>, а также исследователи Б. Пономарев<sup>4</sup>, А. Свиридов<sup>5</sup>, в работах которых детально рассматривается процесс создания и развития независимой прессы в стране. Приводимые ниже факты

---

<sup>1</sup> См.: Сб.: Тюркоязычные средства информации в изменяющемся мире. - Алма-Ата: КазГУ, 1992.

<sup>2</sup> Барманкулов М.К. Телевидение: деньги или власть? Алматы, «Санат», 1997; Козыбаев С.К. Свобода на рынке прессы// Казахстанская правда, 1996, 5 марта, пятничный намаз о нацпрессе//Караван. – 1996. - 13 декабря, Масс-Медиа как индикатор свободы общества// Вестник КазГУ, серия «Журналистика». - 1997. - № 1, Сб. Когда душа болит... Алматы: «Атамұра», 2013. -398 С.

<sup>3</sup> Куттыкадам С. Казахская драма на сцене и за кулисами. История современного Казахстана. - Алматы, 2010.

<sup>4</sup> Пономарев Б.А. Общественные организации в Казахстане и Кыргызстане/1989-1991/ - М.: МП «Глагол», 1991.

<sup>5</sup> Свиридов А., Свиридова Г. Современный Казахстан: двадцать лет общественной мысли. – Алматы: ИЦ «OST-XXI век», 2006. - 384 с.

создания новых периодических изданий в Казахстане, излагаются по указанным источникам.

Основу новым тенденциям в казахстанской журналистике заложили неофициальные печатные издания, подпитываемые новыми идеями, культивируемыми в Москве, Прибалтике.

Газеты периода 1989-1991 гг. можно считать предвестниками независимой журналистики в Казахстане. Хотя неофициальные незарегистрированные издания были немногочисленны, тем не менее, само их появление было знаменательно и продиктовано политическими и социальными процессами, происходящими в обществе. Можно классифицировать незарегистрированные газеты, вышедшие в этот период, по следующим типам: издания интеллигенции – «Альтернатива», «Алма-Атинский вестник»; издания гражданского движения – «Азат», «Аттан», «Желтоксан»; общественное движение – «Сухбат», «Бірлесу»; националистические – «Вестник свободы», «АЛАШ», «Туркестан»; шовинистические – «Казачий вестник», «Усть-Каменогорская губерния», «Перелом».

Первым вышло издание казахской национальной молодежной группы «Форум» – сентябрь 1989 года. Объем издания – 4 страницы. Было выпущено 2 номера тиражом 50 тысяч экземпляров на русском языке.

В городе Кентау члены дискуссионного клуба технической интеллигенции стали выпускать газету «Альтернатива» (ротап rint) на русском языке. Вышло всего три номера.

В том же году предприняла попытку издать свою газету «Молодежь Казахстана» на русском языке группа «Азамат». Вышло всего 2 номера тиражом 1000 экземпляров.

Резкими материалами обличительного характера привлекла внимание читателей газета «Туркестан», которую пришлось выпускать в Прибалтике. Редактором газеты был Алмаз Естеков. Тираж газеты (50 тысяч экземпляров) на русском языке нелегально перевозился в Казахстан. Вышло несколько номеров.

На ротап ринте выходил «Алма-Атинский вестник» объемом 15 страниц. Вышло 5 номеров по 20 экземпляров на русском языке. Издание вскоре закрылось.

Выходила даже независимая детская газета «Дублер» в

Темиртау, «Шолом» – газета еврейского национально-культурного центра в Алматы и др.

Были среди неофициальных изданий и журналы. К примеру, общественно-политический журнал «Ракурс» объемом 22 страницы, тиражом 300 экземпляров на русском языке и др.

В Прибалтике нашли поддержку члены националистической партии «АЛАШ», выпускавшие газету, зарегистрированную под названием «ХАҚ» в мае 1990 г. Газета выходила тиражом в 1000 экземпляров на казахском и русском языках. Несколько номеров были арестованы, затем газета запрещена. Такие же меры были приняты к газете «Казачий вестник» (печаталась в России) и «Усть-Каменогорская губерния» (печаталась в Алтайском крае).

Газета ассоциации независимых общественных организаций Казахстана «Мнение» и «Көкей-кесты» выходила в 1991 году на русском языке объемом 2 п.л. при поддержке Литовского движения «Сегодня». Вышло 5 номеров<sup>1</sup>.

Многие из первых независимых газет, не имевших регистрации, смогли получить право на существование с принятием Закона о печати. Среди них газета гражданского движения «Азат», «Голос Азии» – газета Союза журналистов Казахстана, «Аттан» – газета антиядерного движения. Газета «Желтоксан» выходит с 1990 года, зарегистрирована только в мае 1992 года. Эта газета считает своей главной задачей объективно и непредвзято раскрывать и объяснять причины, приведшие к кровавой трагедии декабря 1986 года, публиковать неизвестные факты, выступать в защиту жертв открытого противопоставления народа и власти, бороться за то, чтобы те, кто ответственны за гибель ни в чем неповинных людей, понесли заслуженное наказание.

Продолжают выходить оппозиционные газеты «Желтоксан» и «Казахская правда». Лишь весной 1995 года в судебном порядке была запрещена газета «Казахская правда» за

---

<sup>1</sup> Пономарев Б.А. Общественные организации в Казахстане и Кыргызстане/ 1989-1991/- М.: МП «Глагол», 1991.

разжигание межнациональной розни. Это единственная газета, подвергнута столь резким репрессивным мерам. Редактором был профессор медицинского института Алдан Аимбетов.

В начале 90-х появилось множество телеканалов, финансируемых частным капиталом, в том числе из-за рубежа. Некоторых поддерживали итальянские, турецкие, американские спонсоры, других – свои богатеющие казахстанцы или же просто политики. Например, во время разгона депутатов Верховного Совета 12-го и 13-го созывов, были частные телеканалы, которые предоставляли эфир критически выступавшим депутатам. Много скандальных материалов появилось после решения Конституционного суда по иску Т. Квятковской о неконституционности ряда документов Центральной Избирательной комиссии, что привело к роспуску Верховного Совета 13-го созыва. С. Куттыкадам замечает: «По поводу того, как это было сделано, весьма уместно будет напомнить ироническое высказывание О. Сулейменова: “Российский парламент взяли танки, а для нашего оказалось достаточно одной Таньки”. Речь идёт о Татьяне Квятковской, журналисте и кандидате в депутаты, по иску которой Конституционный суд признал незаконными выборы в одном округе, а президент на основании этого объявил нелегитимным весь парламент»<sup>1</sup>.

Журналисты, которые на волне эйфории независимости почувствовали себя свободными, были поставлены в новые обстоятельства, которые погрузили их в атмосферу рыночных реалий и дикого капитализма. К примеру, резко взлетели цены на типографские услуги, бумагу, что привело к закрытию многих газет.

Неформальных газет было немного, но появление их в период монопольного диктата партийной прессы всколыхнуло общественное мнение, закончился период безоговорочного подчинения коммунистическим лозунгам и оболванивания идеологическими клише.

К формированию свободной и независимой печати, ТВ и

---

<sup>1</sup> Куттыкадам С. Состояние печатной прессы Казахстана //В сб.: Сумерки свободы? Источник: [http://neweurasia.info/archive/98/book2\\_.html](http://neweurasia.info/archive/98/book2_.html)

радио казахстанская журналистика пришла не без влияния официальных средств информации России.

Возникновение независимой печати было новым явлением в общественно-политической жизни Казахстана. И хоть эти издания были малочисленны, имели локальную читательскую аудиторию, сыграли большую роль в утверждении такого понятия как права человека. Для того времени характерна и такая немаловажная деталь: официальная печать тоже изменила свои акценты. Теперь из ее публикаций можно многое узнать по ранее закрытым для печати темам – проблеме Байконура, Аральского моря, последствиях ядерных испытаний на Семипалатинском и Нарынском полигонах, добыче урана на открытых рудниках.

В середине 90-х возможность передачи информации не только в бумажном, но и в электронном варианте стала важной для развития независимой печати. Именно в этот период появились сайты и социальные блоги, где появлялась откровенно заказные публикации, которые носили политический характер. Борьба велась, как между финансовыми группировками, так и между медиа-элитами.

С. Куттыкадам: “Собственно говоря, в стране сейчас не осталось оппозиционных газет – есть только газеты, которые иногда предоставляют свои страницы представителям оппозиции. Это «Караван» и «Аргументы и Факты – Казахстан», это «Время по Гринвичу» и «Деловая неделя», это «Біз/МЫ» и, иногда, «Панорама»; недавно в этот ряд стала новая газета «XXI ВЕК». Все эти газеты пока ещё “грешны” тем, что пишут о реалиях, которые нас окружают. Словом, сами события реальной жизни находятся в самой жесткой оппозиции к правящим властям»<sup>1</sup>.

В казахстанской печати на казахском языке появляется оппозиционные СМИ. Это газеты «СолДат», «Сөз». С. Куттыкадам: «Ситуация в казахскоязычной и русскоязычной прессе в корне различаются. В первой оппозиционные материалы практически не появляются, т.к. газеты на казахском

---

<sup>1</sup> Источник: [http://neweurasia.info/archive/98/book2\\_.html](http://neweurasia.info/archive/98/book2_.html)

языке почти все дотируются правительством или другими госучреждениями. Но и в ней иногда встречаются отражения суровых реалий, большей частью о положении аула, культуры и языка. Однако в целом, когда я здесь говорю о политическом плюрализме, речь идёт в основном о русскоязычной прессе. Активно тиражируются оппозиционные газеты на русском языке. Это «Республика», «Время», «Доживем до понедельника» и другие, которые становились своего рода аккумуляторами политических идей». В оппозиционной прессе активизируются представители казахской элиты, оттесненной от власти, финансовых ресурсов, экономических рычагов. Критики в казахских газетах мало, они по-восточному осторожны и не воинственны. Другой чертой данного периода является то, что политическая борьба перенесена с официальных изданий на страницы оппозиционных газет. Однообразие авторов, тематические штампы, использование запрещенных приемов, однообразие тематики и аргументов снизили интерес к оппозиционной печати.

В Интернете развернулась война компроматов. Использовались такие сайты, как [asiopa.kz](http://asiopa.kz), (Азиопа), [compromat.kz](http://compromat.kz) (Компромат), [navigator.org](http://navigator.org) (Навигатор), [respublica.kz](http://respublica.kz) (Республика) и т.д. для подрыва репутации и снижения имиджа политических оппонентов. Также менее интересными стали Интернет издания, которые временами государство закрывает, словно пытаясь пробудить к ним интерес. Но иногда публикации вызывают существенный интерес. Это такие сайты, как [www.misinov.net](http://www.misinov.net), [www.geokz.com](http://www.geokz.com), [www.zonakz.net](http://www.zonakz.net) [www.kub.info](http://www.kub.info) и другие. Так было, к примеру, с освещением событий в селе Маловодное, где произошел конфликт, как его расценили, как «бытовой». Однако он повлек несколько человеческих жертв, вызвал сильное волнение среди населения алматинской области. В этот период публикации в Интернете сопровождались также вставками материалов из российских сайтов чеченских регионов страны.

Оппозиционные СМИ была представлены несколькими еженедельными газетами:

«Республика (Асанди таймс) Сеть.kz/Пятое измерение» (прежний тираж 16 000, издается с мая 2000 г.);

«Сөз» (издавалась с января 2004 г., прежний тираж 22 600);

«Дат/ (Сол)Дат/Жума-Таймс/» (издается с апреля 1998 г., заявленный тираж – 21 тыс.). Была основана журналистом, известным детским писателем Маратом Кабанбаевым. Затем редактором на протяжении многих лет является Ермурат Бапи;

«Свобода слова» (заявленный тираж 90 000, издается с января 2005 года). Основатель и редактор газеты Гульжан Ергалиева. Издавала он-лайн газету Guljan.kz.

К оппозиционным можно также отнести некоторые партийные издания, в частности газету «Правда» (орган Компартии Казахстана, издается с ноября 2000 г., заявленный тираж – 10 000 тыс.) и казахскоязычные – «Азат» (издается с августа 2002 г., заявленный тираж 30 000, в настоящее время издается с русским приложением).

Время от времени в зависимости от ситуации в роли «оппозиционных» выступают некоторые коммерческие или аналитические издания, как «Время», «Литер», «АиФ», «Деловая неделя», «Начнем с понедельника», «Столичная жизнь», «Партия», «Алма-Ата ИНФО» и «Казахская правда».

Среди казахскоязычных СМИ имеется небольшая группа изданий, которые можно охарактеризовать по аналогии с русскоязычными газетами, как оппозиционные: «Азат» (тираж - 30 000), «Акжол Казахстан» (тираж – 30 000).

## **«Әділ Соз»**

Активную моральную и идеологическую поддержку деятельности журналистам оказывает Международный общественный фонд защиты свободы слова «Әділ Соз», созданный по инициативе ряда руководителей неправительственных общественных объединений. Целью фонда «Әділ Соз», как официально заявлено, «является становление открытого гражданского общества через утверждение в повседневной жизни страны свободной, объективной и прогрессивной

журналистики». Первоосновой этой работы является мониторинг нарушений свободы слова через корреспондентскую сеть фонда. Юристы фонда ведут правовой анализ полученной через мониторинг информации. Оперативный анализ неблагоприятных, с позиций законности, ситуаций с конкретными СМИ позволяет фонду выбрать наиболее эффективные формы защиты СМИ и журналистов. Хотелось бы отметить, что руководитель «Әділ Соз» журналист Тамара Калеева и ее коллеги, как Галия Аженова, а также юристы фонда вносят очень значительный вклад в дело защиты прав журналиста.

Фонд системно проводит мониторинги и фиксирует сообщения о прямых и косвенных нарушениях прав СМИ и журналистов, препятствии в выполнении их законной профессиональной деятельности, отказе в предоставлении и получении общественно значимой информации, включая информацию о чрезвычайных ситуациях, угрожающих жизни, здоровью сотен людей. Фиксируются случаи вмешательства в творческую деятельность журналистов. Мониторинг фиксирует также нападения на журналистов, возбуждения против них уголовных дел за диффамацию. Число претензий и исков к средствам массовой информации и журналистам о защите чести и достоинства растет с каждым годом, а сумма заявленных требований в возмещение морального вреда составляет цифры бюджета целого государства.

### **Гражданская журналистика как новый тренд**

Что такое гражданская журналистика? Если мы скажем о том, что сегодня при наличии интернета каждый может стать гражданским журналистом, то не допустим ошибки. Х. Меллер считает, что «гражданская журналистика основывается на идее о том, что люди без профессиональной журналистской подготовки могут использовать инструменты современной технологии и глобальное распространение Интернета для



создания контента, исследования или проверки фактов СМИ самостоятельно или в сотрудничестве»<sup>1</sup>. Примеров достаточно много. Например, можно написать в своем блоге или на онлайн-форуме о проведении научно-практической конференции в которой принимают участие вице-премьер Казахстана, или сообщить о начале дискуссионного диалога между студентами зарубежного и казахстанского университета. Студенты журфака КазНУ им. аль-Фараби, еще в 2010 году создавшие свои первые блоги в форме интернет-изданий, сообщали в новостях о социальных проблемах своего региона, размещали информацию о жизни неблагополучных подростков со снимками, даже с фото- и видеоматериалами. Это были первые пробы издания студенческих работ в интернете на казахском языке.

Другая функция гражданского журналиста не только создавать и сообщать новости, размещать аналитические материалы, но и становиться своего рода контролерами правдивости и достоверности материалов, размещенных на сайте. К примеру, недобросовестно подготовленный материал профессионального журналиста может подвергаться критике, с указанием принципиальных ошибок, предвзятости или искажения фактов, которые гражданский журналист может включить в свой блог. Еще одна возможность гражданского журналиста, разместить видеоматериал на казахстанских и таких сайтах как YouTube. К примеру, на одном из алматинских перекрестков молодой водитель подверг избиению пожилого водителя, который нарушил правила движения. Самосуд был массово осужден общественностью, а правоохранные органы быстро среагировали и привлекли молодого человека к административной ответственности. Коллективные комментарии к публикации стали ярким свидетельством высокого нравственного уровня общества, которое массово осудило действия молодого хулигана. Такие обсуждения в социальных сетях становятся ориентиром для общественного поведения.

К. Меллер приводит следующие интересные данные, которые

---

<sup>1</sup> Меллер К. Социальные сети и социальные СМИ. Там же. - С.17.

были получены американскими исследователями. 37% американских интернет-пользователей также вносят вклад в создание новостей, размещение комментариев к ним или в распространение новостей через сайты социальных СМИ, такие как Facebook или Twitter. Они совершают хотя бы одно из следующих действий: комментируют новостные статьи (25%); размещают ссылку на сайте социальных сетей (17%), помечают контент (11%), создают оригинальные статьи или высказывают свое мнение (9%) или пишут «твиты» о новостях (3%)<sup>1</sup>.

Один из примеров гражданской журналистики – падение метеорита в районе Челябинской области РФ. Раньше чем профессиональные журналисты гражданские журналисты выложили в сеть свои видеозаписи, к сожалению, сопровождаемые неформальной лексикой. Частота просмотров показала, насколько были востребованы аудиторией эти записи.

Конечно, многие профессиональные журналисты скептически относятся к появлению так называемых «гражданских журналистов», поскольку они не всегда знакомы с такими понятиями как этика, ограничения, связанные с понятием «информационная безопасность». Но новые технологии создают новые правила. К примеру, теперь каждый журналист «The Guardian» (Великобритания) обязан вести свой блог, размещать там свои комментарии, иначе он будет уволен с основной работы.

Иногда журналист высказывает одну позицию в официальной газете, и несколько отличающуюся от нее на своем блоге, что вызывает ряд вопросов этического характера. Где он правдив: в газете или в Интернете? Это тоже одна из проблем.

Следовательно, гражданская журналистика – это такой тип передачи информации, когда обычные граждане, используя интернет систематически передают друг другу сообщения.

По мнению Совета Европы, «любое физическое или юридическое лицо, регулярно или профессионально занимающееся

---

<sup>1</sup> *Путеводитель по социальным медиа* – 2013/ Ред. К. Мёллер и М. Стоун.- Вена: Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2013// URL: <http://www.osce.org/ru/fom/99564>

сбором и распространением информации среди аудитории через какие-либо средства массовой информации, считается журналистом». Совет Европы поднимает вопрос о том, можно ли распространить право журналистов на защиту своих источников на гражданских журналистов.

Гражданская журналистика развивается активно в информационно развитых государствах, как США, Южная Корея, Великобритания, где предоставляют возможность передачи информации каждому гражданину страны по официальным каналам информации. Международный кабельный канал США CNN, например, организовал в 2011 году сетевой проект гражданской журналистики «iReport» и получил более 15-ти тысяч клипов. С тех пор проводятся конкурсы и выбираются лучшие сюжеты. Первый год они были об урагане, садоводстве и международной политике. Наградой для гражданских журналистов стало признание за хорошо проделанную работу. Британская телерадиокомпания BBC также поощряет развитие гражданской журналистики. Гражданин-репортер становится привычным и для Южной Кореи. В объекты «новых журналистов» попадают расследования коррупционных махинаций, недобросовестность чиновников, нарушения законодательства должностными лицами и т.д. Бдительные «репортеры» привели даже к отставке некоторых официальных лиц, а однажды и к смещению правительства. Граждане-репортеры осмелели и принялись за разоблачения действий некоторых финансовых магнатов. Это значительно подорвало их репутацию, повлияло на бизнес в Корее. Новые технологии, наличие мини-камер на телефонах, смартфонах, возможность записывать и одновременно посылать сообщения на блоги, сайты, обрело в стране такие масштабы, что поставило вопрос о востребованности профессиональных журналистов. Таким образом, авторитетные медиа структуры сами стимулируют создание целого направления – гражданской журналистики.

На первом медиа форуме «Медиа будущего» в 2011 в Москве участники проекта «Ты – репортер» объявили, что за пять лет планируют увеличить число «гражданских журналистов» до 1 миллиона. Проект был запущен агентством РИА-Новости в

2010 году и привлекает к работе пользователей интернета. Они могут передавать свои материалы по электронной почте или через специальное приложение на мобильных носителях. Информация, поступающая на проект, обязательно проходит редакционную проверку.

Исследователь медиа Клай Ширки показывает в своем выступлении «How social media can make history» как во время президентских выборов каждый гражданин, имеющий телефон с фото или видеокамеру, мог запечатлеть процесс голосования и попытки влияния на исход голосования, мог выложить свои видео на специальный сайт, созданный для гражданских журналистов.

Интернет создает условия, чтобы каждый человек мог выражать свою точку зрения. Это стало возможным впервые за всю историю человечества.

Исследователь Клай Ширки приводит в пример события в Китае. «В прошлом году в Китае произошло землетрясение в 7.6 баллов по шкале Рихтера. Это принесло огромные разрушения. Репортажи с места событий приходили в режиме реального времени. Люди посылали СМС, фотографировали здания, снимали на видео колеблющиеся здания и загружали информацию на QQ, самый большой Интернет-сервис в Китае. Они использовали Twitter. То есть непосредственно во время события новости поступали в интернет, в социальные сети. ВВС получило первую информацию о землетрясении в Китае через Twitter. Twitter первым огласил информации за несколько секунд ранее, чем об этом информировала в Интернете Геологическая служба США. Прежде, когда в Китае произошло примерно такой же силы землетрясение, Китай признал его только три месяца спустя. Может быть, и в этом случае власти поступили так же, но гражданские журналисты обошли их. Правительство узнало о новости от гражданских журналистов, а не от агентства новостей “Синьхуа”. Из десяти топ-новостей 9 были о землетрясении, 10-й была новость о котятках на беговой дорожке. Но в этом и интернет! Тут же стали собираться пожертвования, которые набирали обороты с каждой минутой. Второй урок этого события, что во время землетрясения

обрушилось много школ, в которых как раз в это время, к сожалению, шли занятия. Эти обрушения стали результатом коррупции и взяточничества чиновников, которые позволили строительство без соблюдения мер безопасности. И граждане, гражданские журналисты поведали об этом. Нарисовалась невероятная картина. На одном из снимков в интернете один из местных чиновников буквально бросился ниц перед митингующими, чтобы они разошлись, как бы говоря “Мы сделаем все возможное, только перестаньте митинговать.” Но люди уже были на грани. Из-за политики “одна семья – один ребенок” они уже потеряли свое следующее поколение. Тому, кто потерял своего единственного ребенка, уже нечего терять. Поэтому протесты продолжались. И китайское правительство сменило тактику. Протестантов стали арестовывать. СМИ, которые служили оплотом протестов, стали закрывать. Китай можно считать страной с наиболее успешной системой цензуры Интернета. Они используют так называемую “Великую Стену безопасности Китая”. Эта стена – несколько наблюдательных пунктов, в основе работы которых положение о том, что информация производится профессионалами, по большей части приходит извне, она приходит довольно краткими кусками, и приходит довольно медленно. Основываясь на этих четырех характеристиках, они могут фильтровать информацию, которая приходит в их страну. Это как линия Мажино во время Второй мировой войны. Великая стена безопасности Китая на этот раз ограждала не тот участок, откуда исходила опасность. Ни один из четырех признаков не присутствовал в этой среде. Информация создавалась внутри. Создавалась обывателями, создавалась быстро. И в таком количестве, что фильтровать ее по мере появления, не было возможности.

И теперь, китайское правительство, которое десяток лет довольно успешно занималось цензурой в Интернете, находилось перед выбором: разрешить или закрыть весь этот сервис. Потому что переход к информации, которая создавалась обывателями, ведет к огромным изменениям, с которыми они справиться иным путем не могут.

Эти изменения влияют не только на тех людей, которые

хотят ввести цензуру сообщений. Они влияют на тех людей, которые хотят эти сообщения отправлять. Классическая форма отправлений сообщений в XX веке, когда организации нужно донести информацию. Подготовьте сообщение. Разошлите одно и то же сообщение всем. Высокая стоимость производства, невысокая конкуренция, узкая адресность сообщений. Таким образом, рассылались сообщения в прошлом. Но в XXI веке всему этому пришел конец.

Вокруг нас все больше СМИ становятся глобальными, социальными, повсеместными и дешевыми. Все больше организаций, которые хотят передать информацию во внешний мир, разнообразной аудиторией. Аудитория может отвечать. Это немного страшно. Но к этому можно привыкнуть. Но это еще не самая удивительная трансформация, в центре которой мы находимся. Самая удивительная трансформация, то, что теперь люди в социальной сети не отделены друг от друга. Это то, что бывшие потребители теперь являются производителями. То, что члены аудитории могут общаться напрямую друг с другом. Потому что любителей больше, чем профессионалов. Потому что размеры сети, ее структура – это количество участников в квадрате. Это означает, что сеть увеличивается очень-очень много. Всего лишь в прошлом десятилетии большая часть информации, которая производилась для населения, была произведена профессионалами. Эти дни прошли безвозвратно. Теперь линии общения между непрофессионалами становится источником бесплатной информации.

Во время кампании Обамы, мы могли наблюдать за самыми изобретательными способами использования социальных медиа. Не самыми изобретательными в политике, а самыми изобретательными вообще. Одна из знаменитых вещей, которую они сделали во время кампании Обамы, они запустили сайт [myBarakObama.com](http://myBarakObama.com), [myBO.com](http://myBO.com). И миллионы граждан спешили принять участие, чтобы понять, как они могут помочь. Там начался невероятный разговор.

А потом, через год, Обама объявил, что будет голосовать по поводу при принятии FISA – акт о разведывательной деятельности в отношении действий иностранных государств –

по-другому. В январе Обама заявил, что не будет голосовать за Биль, который защищал телекоммуникационных провайдеров, которые, возможно, помогали в слежке за американскими гражданами без надлежащего ордера. В середине лета он сказал: «Я подумал об этой проблеме еще. Я поменял свое мнение. Я буду голосовать «за». И многие из его сторонников на его сайте были в очевидном бешенстве. Когда группа была создана, Обама был еще сенатором. Название поменяли позже. «Пожалуйста, проголосуйте за этот акт правильно», сказал Обама. За несколько дней со дня создания группы, она стала самой быстрорастущей на сайте **myBO.com**. Через несколько недель после ее создания, она стала самой большой группой. Обаме пришлось выпустить пресс-релиз. Ему пришлось ответить. И он сказал следующее: “Я подумал над этой проблемой. Я понимаю ваши причины. Но подумав обо всем, я все равно буду голосовать так, как буду. Но я хотел сказать, что я понимаю ваше несогласие и я готов к критике”. Это никому не понравилось. Но потом в разговоре сети стало происходить нечто интересное. Люди в этой группе поняли, что Обама никогда не отстранялся от них, принимает все большее участие в этом мире, медиа – все меньшее и меньшее. Никто из штаба Обамы не пытался спрятать эту группу. Сделать вступление в нее более сложным, отрицать ее существование, удалять ее, убирать с сайта. Они поняли, что их роль на сайте myBO.com была собирать соратников, но не контролировать их. Именно такая дисциплина помогает использовать этот ресурс грамотно. Информация, медийная картина, которую мы знали, как бы знакома они ни была, как бы ни легка для понимания ни была идея о том, что профессионалы доносят информацию до любителей, ускользает от нас. В мире, где информация глобальна, социальна, повсеместна и дешева, в медиа-мире, где бывшая аудитория принимает все большее участие в этом мире, значит “создание одного сообщения для индивидуальных потребителей. Все больше и больше это способ создать среду, в которой собираются и процветают группы. Выбор, с которым мы сталкиваемся, я имею в виду информацию, они хотят донести до людей, заключается не в том, подходит ли нам эта

медиа-среда. Эта та медиа-среда, которая есть. Вопрос, на который мы должны ответить: как наилучшим образом использовать эти ресурсы? Даже если надо поменять то, что мы всегда делали”<sup>1</sup>.

В Казахстане также развивается гражданская журналистика. Пока она поддерживается силами студентов и молодых блогеров, которые сами пишут тексты, сами размещают сюжеты на сайтах, которые стали очень популярными в Казахстане, например, [www.kiwi.kz](http://www.kiwi.kz). Очень активными стали казахскоязычные источники информации, о которых будет так же специальный раздел. Рассмотрим следующий тренд – это блог «журналистика».

### Блог-журналистика

Это теперь масштабная отрасль в журналистике – блог-журналистика, своего рода политическая трибуна, дневник новостей. Этимология слова «блог» web log, wee blog – запись событий или повседневная деятельность. Можно сказать, что первым блогом стала веб-страничка изобретателя Интернета Тима Бернес-Ли. Первым термин «блог» использовал Джон Баргер в 1997 году. Блог-журналистика – это публичный дневник с комментариями. В этом его отличие от форума, который похож на анонимный разговор в людном месте. Блог – социален<sup>2</sup>.

Во-первых, блог – это своего рода сообщество. Авторы объединяются в сообщества через публикации блогроллов – списки читаемых блогов. Во-вторых, блог – это разговор заинтересованных людей. Блог открыт для чтения и комментариев. Это делает блог уникальным по своей ненавязчивости и информативности, инструментом общения с широким кругом знакомых, друзей, клиентов, с возможностью

---

<sup>1</sup>[www.ted.com/talks/clay\\_shirky](http://www.ted.com/talks/clay_shirky) Как социальные сети создают историю«How social media can make history»

<sup>2</sup> How to Use Social Media, Blogs, News Releases, Online Video, & Viral Marketing to Reach Buyers Directly. — М.: «Альпина Паблишер», 2011. — 352 с.; *Вартанова Е. Л.* Новые пространства свободы и ответственности / К мобильному обществу: утопии и реальность / Под ред. Я.Н.Засурского. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009. – С. 53-64.



обратной коллективной связи. На блогах можно найти семейные фотоархивы, рассказы о событиях. В этом отличие блога от монолога обычных новостей. Блоги – это хорошая среда для рождения новых идей. Были мнения, что блог – это своего рода современная адаптация электронных бюллетеней, а блоггеры – это новая тенденция, ставшая популярной среди пользователей Сети. Блоги превратились в еще одну форму медиа, способную улучшить или ухудшить имидж продукта, персоны или репутацию компании. Этот вид журналистики в Казахстане востребован, также, как и в других странах.

По данным аналитического центра «Pewinternet research project», который изучает воздействие Интернета на различные аспекты американской жизни, чтение блогов растет одновременно с их созданием<sup>1</sup>. Более четверти американцев читают блоги, хотя показатели роста в течение последних лет несколько стабилизировались. Блоггеры привлекли внимание своими выступлениями по самым актуальным вопросам политики и технологии, а также по различным проблемам в других областях знаний.

Например, в дни противостояния военному режиму в Пакистане (2007 г.) в связи с объявлением «чрезвычайного положения» отстраненный от должности Председатель Верховного суда Пакистана обратился к своим единомышленникам по телефону, послав виде-обращение о проведении митинга.

В 2011 году уже стали говорить о «Facebook-революции», Интернет против телевидения»<sup>2</sup>! Радио «Азаттык», озабоченное влиянием новых медиа, провело ряд бесед на тему «Революция по Интернету. Может ли «Фейсбук» стать «Авророй» в Казахстане?»<sup>3</sup> В частности, приводился известный аргумент, что «жасминовая революция» в Тунисе произошла на фоне публикаций интернет-сайта «Викиликс», что вслед за Тунисом массовые акции протеста прошли в Египте. Сообщалось, что в

---

<sup>1</sup> <http://www.pewinternet.org.ru.mk.gd/>

<sup>2</sup> FACEBOOK РЕВОЛЮЦИЯ: интернет против телевидения <http://finam.fm/archive-view/5245/>

<sup>3</sup> [http://rus.azattyq.org/content/internet\\_revolution\\_tunisia\\_egypt\\_kazakhstan\\_/2318352.html](http://rus.azattyq.org/content/internet_revolution_tunisia_egypt_kazakhstan_/2318352.html)

каждой стране сторонники оппозиции координировали свои действия с помощью социальных сетей «Facebook» и «Twitter», несмотря на попытки заблокировать сеть. Затем акции протеста продолжились в Йемене, перекинулись на соседние Алжир, Бахрейн и Ливию. Тема дискуссии крутилась вокруг стран Центральной Азии в попытке ответить на вопрос: возможно ли в Казахстане силами, по сути, одного сотрудника – «Google» – затеять революцию как в Египте? Несмотря на критичное отношение к политической ситуации в Казахстане, участники дискуссии пришли к единодушному мнению, что такое пока невозможно в Казахстане. Но в будущем социальные сети могут стать своего рода детонатором в социальных волнениях.

И. Засурский дает точную характеристику воздействия Facebook и Twitter на постсоветское общество. Если Facebook создала «информационную архитектуру, которая позволяет самым обсуждаемым и популярным темам подниматься высоко во френдлентах», то в ЖЖ поток информации идет в хронологическом порядке. Он считает, что Facebook реально быстро показывает, какая тема становится популярной. «Это создает эффект присутствия, полностью переламавающий спираль молчания, которую официальные медиа могли запускать раньше», – говорит блогер. Благодаря Twitter появилось «real-time web». Микроблог создает ощущение критической массы, когда в режиме реального времени происходит очень много событий, или блоггеры фокусируются на чем-то одном, сообщения появляются одно за другим, и это также вызывает эффект массового присутствия в теме, психической атаки»<sup>1</sup>.

Численность участников всегда открыта: например, в Facebook и правительство всегда информировано.

Несмотря на опасности и предостережения, блогерская журналистика активно развивается и в Казахстане, как это происходит, будет в специальном разделе, посвященном онлайн журналистике.

Практика жизни находит новые варианты применения

---

<sup>1</sup> Иван Засурский об изменениях в медиасреде и сознании людей <http://cossa.ru/articles/234/15838/>

инструментов и технологий, помогающих в установлении коммуникации. Создаются новые способы общения и передачи информации.

Таким образом, мы рассмотрели несколько гипотез, которые, по нашему мнению, являются настоящими трендами современной казахстанской журналистики.

Выступая на совещании, посвященном 20-летию Независимости РК, президент РК Н.А. Назарбаев официально заявил, что цель «войти в число пятидесяти наиболее динамично развивающихся стран мира»<sup>1</sup> достигнута. В том числе в области новых технологий и коммуникаций.

Правомерно утверждать: чем большими возможностями в информационной сфере обладает государство, тем легче оно может добиться геополитических стратегических преимуществ. Казахстаном уже разработана и внедряется целенаправленная программа формирования национальной информационной инфраструктуры Республики Казахстан, а также была произведена постанковка на геостационарную орбиту казахстанского спутника связи и вещания «KazSat-2».

Вызовы информационной эпохи ставят перед национальной информационной политикой страны новые цели, задачи, объекты. Стратегия формирования национальной информационной политики (НИП) требует глубокого анализа международного опыта в использовании достижений в области массовой коммуникации и новейших технологий, учета национально-этнических особенностей общества, а также разработки механизма практической реализации НИП.

Гипотетически можно предположить, что, несмотря на стабилизацию экономического состояния общества в будущем возможны обострения информационных войн в медиaprостранстве, что скажется на политических установках общества. И на эти

---

<sup>1</sup> Гордитесь своим отечеством. Выступление Президента РК Н. Назарбаева на открытии сессии Парламента третьего созыва //Страна и мир, 5 ноября 2004. Выступление Президента Республики Казахстан – Лидера Нации Н.А. Назарбаева на торжественном собрании, посвященном 20-летию Независимости Республики Казахстан.15.12.2011г.) [http://www.akorda.kz/ru/speeches/summit\\_conference\\_sittings\\_meetings/vystuplenie\\_prezidenta\\_respubliki\\_kazahstan\\_lidera](http://www.akorda.kz/ru/speeches/summit_conference_sittings_meetings/vystuplenie_prezidenta_respubliki_kazahstan_lidera)

процессы существенное влияние окажут не внутренние факторы, а внешние.

Активное развитие информационных технологий, без которых невозможно дальнейшее развитие общества, глобализация информационного пространства создает свободное информационное поле для общества, в котором будет сложно просто закрыть тот или иной сайт по государственному регулированию, как это предлагал в свое время делать Е. Ертысбаев – экс-министр культуры и информации РК<sup>1</sup>.

Анализ векторов развития СМИ в Казахстане позволит выявить возможные опасные кризисы, что в свою очередь предотвратит потенциальные конфликтные тенденции.

## ПАРЛАМЕНТ И СМИ

Проблема отношений средств массовой информации и парламента весьма актуальная и важная. Это, скорее, взаимозависимость, которая скрывается во многих аспектах влияния СМИ на политическую жизнь, а также активность парламента в попытке заставить СМИ создавать правдивую и добротную информацию об этой ветви власти.

Взаимоотношения СМИ и парламента складываются еще в период предвыборных кампаний, потому что выступления в СМИ для политических деятелей жизненно необходимы. Законодательствами многих стран предусмотрены льготы, позволяющие использовать бесплатное время для выступлений на телевидении и публиковать материалы в газете. Но фактически кандидаты, пользуясь поддержкой спонсоров, собственными доходами и др. легальными источниками, выступают в СМИ гораздо чаще, что производит большое впечатление на электорат. Однако бывает и такое, что политическая реклама играет против самого политического деятеля. Более того раздражение аудитории вызывает тот кандидат, которого чаще показывали по телевидению. В Италии на государственных каналах категорически запрещено давать

---

<sup>1</sup> См. Казахстанская правда. - 15 ноября 2007 г.

аналитические комментарии в ходе предвыборных кампаний. Поэтому здесь новости носят официальный характер. Важную роль выполняют телевизионные дебаты. Избиратели считают дебаты моментом истины, позволяющим им по-настоящему глубоко узнать кандидатов. Продолжительность дебатов например в Канаде три часа. В Бразилии дебаты длятся два часа, вопросы задают только корреспонденты. Дебаты собирают 80 процентов аудитории.

Следующий этап наступает, когда парламентарий должен отчитываться перед своими избирателями. Здесь проблема для депутата заключается в том, чтобы его сообщение достигло своей цели, аудитории, которую он завоевывает. Если повод для обращения заслуживает внимания информационного отдела, то он имеет возможность завоевать гораздо большую аудиторию. Если у него есть деньги, то он может организовать свое небольшое производство. Так, сенатор Роберт Кеннеди, например, в свое время нанял продюсера с целью делать для себя ежемесячную получасовую программу, которая записывалась на видеопленку и распространялась по всем телестанциям в штате Нью-Йорк. Это дорогостоящий, хотя несомненно эффективный путь поддержания репутации политического деятеля для избирателей.

Другой путь поддержки имиджа парламентария – это создание специальных структур, помогающих ему в этой сложной работе. Например, при конгрессе США существовал Комитет по выборам, который выполняет три основные функции. Во-первых, он натаскивает конгрессменов и помогает им лучше использовать возможности ТВ. Затем он содействует в выступлениях на ТВ, чтобы выставить конгрессмена в выгодном для него свете. Наконец, помогает Конгрессу делать на телестудиях заснятые на пленку передачи, которые распространяются по стране. Большая часть бюджета Комитета ассигнуется на PR, при этом на каждого члена приходится весомая сумма.

Но самая главная возможность общения парламентариев с аудиторией происходит во время трансляции заседаний по телевидению. Непосредственный телерепортаж из зала

заседаний Сената или Мажилиса оживляет общественную жизнь. Это является вероятно единственной возможностью максимально приблизить зрительскую аудиторию к тому, что происходит в "высоких" кабинетах. Поэтому, когда возникает вопрос о том "транслировать заседания или нет", критерий политической престижности должен быть главным. Например, трансляция с заседаний с сенатором Маккарти (обличителя коммунистов в США), которого боялись и которым восхищались почти в равной степени, сделала многое для того, чтобы быстро развеять представления о его выдающихся способностях. Прямая трансляция из зала парламента РК - это вопрос не только политики, но и экономики. Оказалось, что прямые трансляции от начала до конца слишком дорогостоящие, и к тому же не вызывали жгучего интереса у аудитории. Поэтому на казахстанском телевидении ограничились передачей кратких сообщений.

В то же время, если телевидение "интересуется только показом "истинных творцов политики", то возможно упущение им важных проблем. Например, во время выступления сенатора Фулбрайта по вьетнамской проблеме, когда число убитых американцев увеличилось, а атаки на Северный Вьетнам были возобновлены, ни одна из телестудий не подумала транслировать эти события. В тот же период в трансляциях с сената восхвалялись действия США в арабо-израильской войне, что склонило фактически аудиторию в пользу Израиля.

Вопрос присутствия СМИ во время заседаний парламента – спорный. Он вызвал также горячие дебаты в Российской Думе. Запрет на трансляцию в парламенте заставляет журналистов прибегать к различным ухищрениям, например, снимали закрытую дверь помещения заседания, уговаривали сенаторов прочитать свои официальные заявления перед телекамерами до начала заседания. Иногда прибегали к такому ухищренному способу: обосноваться на целый день за стенами помещения заседаний Комитета и брать интервью у входящих и выходящих видных политических деятелей. Нельзя сказать, что этот способ может заменить непосредственную трансляцию заседаний.

Трансляция с заседаний парламента показали, что

телевидение помогает формировать представления о политических деятелях. Это позволяет показывать парламентариев не только как политических лидеров, которыми восхищаются, но и показать их личные качества. В то же время телевидение могло показать действия других членов парламента умаяя их значение, уменьшая их действия.

Одним из следствий рыночных отношений в сфере политики стало активное использование манипуляторских технологий продвижения "политического деятеля". Очевидно, что манипуляция общественным сознанием невозможна без применения психотехнологий. Не секрет, что для воздействия на массовое сознание используются разработки из области суггестивной лингвистики, психолингвистики, психологии восприятия и т.д.

Специалисты выделяют ряд из них, которые приложимы и к обсуждаемой проблеме: "журналистика и парламента".

1. Метод фрагментации, когда на слушателя или зрителя обрушивается непрерывный поток некомментируемых сообщений, который создает такую картину мира, в которой невозможно уловить тенденции. Например, роспуск первого парламента были показаны телевидением так, что бывшие лидеры власти не могли сказать ничего вразумительного, что вызвало общественный скептицизм, ускорило процесс проникновения сомнений в общественное сознание.

2. Метод "органического совпадения точек зрения" означает, что точка зрения, целиком поддерживаемая общественным мнением, не атакуется явно, а исподволь, поэтапно разрушается в необходимых для манипулятора пределах. Например, вторичный роспуск парламента РК уже не встревожил общественное мнение, скорее аудитория отнеслась к этому равнодушно.

3. Метод «отвлечения» применяется, чтобы отвлечь внимание аудитории от неугодной информации с помощью другой информации. Например, чтобы отвлечь внимание аудитории США от событий в Косово Югославии, конгрессом США подробно смаковались подробности интимной связи президента Клинтона и стажера Моники Левински.

4. Метод "забрасывания грязью" заключается в подборе таких фактов, образов, эпитетов и определений, которые дают предмету разговора жестко негативную окраску. Этот метод например применил депутат С. Абдрахманов в адрес госсекретаря Совета безопасности А. Сарсенбаева.

5. Метод семантического манипулирования в целенаправленном подборе слов, вызывающем позитивные или негативные ассоциации. Например, "киндерсюрприз" или "Лаврентий Павлович", диктатура отечественного комиссара Катанья и др.

Более постоянные и надежные возможности выразить свои взгляды перед обширной аудиторией телезрителей предоставляются депутатам в студийных программах. На казахстанском телевидении например, это программа "31 канала" "Общественный договор", которые вела журналист Гульжан Ергалиева, передачи, это информационно-аналитические передачи Хабар, а также Казахстан-1. Многие программы ведутся в форме вопросов-ответов. Продюсеры стараются приглашать в студию людей с громкими именами, потому что это привлекает к передачам телезрителей.

Политические интервью обычно смотрят многие важные персоны, в том числе президент и депутаты. В интервью, которые ведут, например, на американском телевидении допускается давление на интервьюируемых со стороны журналистов, они не всегда корректны с теми, кто к ним приходит. Казахские журналисты традиционно вежливы с интервьюируемыми, тем не менее, не всегда это воспринимается, как правило. Были случаи, когда кандидаты в депутаты использовали грубые приемы, чтобы нестандартностью поведения привлечь внимание избирателей. Например, депутат Гани Касымов.

Для повышения внимания к персонам, представляющим парламент, создаются юмористические программы, которые позволяют в ненавязчивой и неоскорбительной форме выражать мнения тех или иных слоев аудитории по отношению к персонажам, которые якобы представляют то или иное конкретное лицо. На российском телевидении – это "Куклы", на казахском ТВ – это "77 кун". Автор – талантливый журналист,



автор знаменитой сатирической передачи на «Хабаре» – «77 кун» – Серик Абас-Шах.

Другая форма привлечения внимания – это пресс-конференции. Они обычно редко транслируются полностью, но другой возможности для выражения своей позиции депутаты не получают. Например, выступление экс-депутата Токтасынова, кстати, ранее не известного в политическом истеблишменте.

Таким образом, имидж парламентария – это, прежде всего, его позиционирование в СМИ, особенно, на телевидении, чтобы образ народного избранника, всегда соответствовал избираемому защитнику общества. Однако не всегда имидж представителя народа несет положительный заряд, что порождает негативизм и пессимизм в обществе. Рассмотрим, как можно преодолеть эти явления.

### **Телегеничность парламента как фактор преодоления негативизма общества**

Телегеничность – это способность посредством телевидения производить на аудиторию, электорат, общество благоприятное впечатление, которое позволяет укреплять доверие, репутацию, политический вес и т.д. Г.Г. Почепцов приводит аргументы в пользу другого определения телегеничности как “умение выступать перед аудиторией, создавать добрые отношения с тележурналистами”. Политолог считает, что телегеничность – это новый фактор политической власти, который дает преимущества тому политику, который быстрее и лучше других смог приноровиться к потребностям телевизионной эры<sup>1</sup>. Например, вспомним, как скоро были забыты демократы-соратники Б. Ельцина, представлявшие одну из активных фракций российской Думы, такие, как Г. Явлинский и др., стоило им сойти с экранов телевизора. Не случайно другой лидер РД В. Жириновский ведет себя эпатажно, намеренно вызывает внимание телекамер на себя, не брезгуя никакими

---

<sup>1</sup> Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. - М., 2000. - С.308.

методами, вплоть до рукопашной потасовки в зале заседания парламента.

Телегеничность парламента – важный аспект исследования, поскольку позволяет внимательно проследить механизм формирования имиджа парламента с помощью телевидения.

Телевизионный имидж – это, прежде всего, язык семиотики или знаков. Если до выступления президента США Ричарда Никсона лишь малая часть американцев верила, что он задействован в Уотергейтском скандале, то после – более 50% граждан разочаровались в лидере страны. Хотя текст был оправдательным, внешний вид Никсона выдавал его волнение, испуг. Телевидение способно пронизывать человека как рентген и обнажать внутреннее состояние в том числе состояние страха, неуверенности и вины<sup>1</sup>.

Семиотика или знаковость телевидения тесно связана со стереотипами и символами, с которыми общество воспринимает парламента, и они не всегда благоприятны. Это характерно для многих стран. Например, демонстрировавшиеся на экранах телевидения события, как расстрел Белого дома в Москве, кровавые разборки в зале парламента Армении с массовым расстрелом депутатов (1999), нестандартные формы протеста, демонстрируемые в парламенте Индии, агрессивное поведение депутатов в Южной Корее. Многие телезрителей потрясли неконтролируемые действия толпы, громившей мебель и компьютеры в зале парламента Грузии (2004), а затем в Кыргызстане (2005) и т.д., транслируемые по телевидению.

Все это, по нашей гипотезе, создает через телеэкран, в целом, негативный образ Парламента в обществе.

Существуют и другие факторы негативного отношения к парламента, которые могут складываться по следующим причинам:

зависимость телеканалов от власти, монополизация телеканалов, которые в случае конфликта будут защищать свои интересы. (Хотя на Украине во время “оранжевой революции”, телеканалы, поддерживающие президента и его кандидата, внезапно перешли на сторону оппозиции В. Ющенко в 2005 г.);

---

<sup>1</sup> Creating images. The Manfred Center for Pacific Affairs, USA, NHK Japan, 1997.

сложность преобразования однообразных заседаний парламента в развлекательное телевизионное зрелище;

акцентирование телевидения на негативных деталях, показывающих спящих или зевающих законодателей, обсуждение щепетильных финансовых аспектов как зарплаты, квартиры, дачи, льготы депутатов парламента;

дискутирование по телевидению о фактах коррупции или незаконной бизнес-деятельности некоторых депутатов. (По данным журнала “Форбс” (2005) шесть депутатов РД оказались в числе наиболее богатых людей мира);

показ негативных эпизодов в деятельности парламента: драки, потасовки, оскорбления и т.д.

Все эти причины не позволяют создать высокую репутацию парламента как законодательному органу власти.

Существует ли подобная дилемма в Казахстане? Страна давно живет не в вакууме, имеет доступ к глобальным источникам информации, таким, как Си-эн-эн, Би-би-си, Евроньюс и др., следовательно, определенные стереотипы и символы парламента как политического института уже существуют в сознании казахстанского общества. Они могут быть как позитивными, так и негативными. Однако для научных выводов важно провести исследование. Предположим, что есть негативизм в восприятии парламента, то, как можно его преодолеть – цель данного исследования.

Для изучения данной гипотезы было проведено исследование методом фокус-группы в котором приняли участие более 50-ти студентов одного из вузов Алматы. Была выбрана молодежная аудитория, чтобы показать, отношение этой категории общества к политическому институту государства.

Исследование показало, что студенты в целом благоприятно относятся к деятельности нынешнего парламента РК. Как положительный факт они отмечают отсутствие крупных олигархических персон. Считают, что телевидение более внимательно стало показывать деятельность парламента, детально заостряя внимание на серьезных обсуждениях, деловых прениях, конструктивных предложениях и замечаниях. Молодые люди с гордостью отмечают факт переезда нынешнего

состава депутатов в новое здание парламента, подробно показанный телевидением. Отмечается также высокая культура общения депутатов РК, не позволяющих себе грубостей.

Как недостатки, они отмечают неперсонифицированность депутатов, отсутствие крупных харизматических личностей, желание некоторых депутатов или отмолчаться, или выступать по мелким поводам, чтобы только “засветиться” на экране телевидения.

Таким образом, каковы рекомендации для преодоления негативизма общества?

1. Необходимо формирование благоприятного имиджа государственных структур, в первую очередь парламента. Телевидение позволяет показать с помощью монтажного языка телесюжета, весь ход разработки закона, процесс его принятия и защиты, а затем его действия в реальной жизни. Например, принятие Закона о здравоохранении и позволило тысячам людей получать бесплатную медицинскую помощь. При продвижении этого закона было много препятствий и трудностей, однако на экране нет этого накала борьбы, дискуссий, все происходит по-восточному мирно, хотя закулисная жизнь не без драматических сцен.

2. Важно создать условия доступности депутатов для телевидения. Кулуарные интервью, репортажи практически исчезли с экрана. Создается впечатление, что журналисты «робки», а депутаты – «чванливы».

3. Персонификация депутата – разработка его имиджа – важная составляющая работы пресс-службы Парламента. Это должна быть целая система, которая позволит каждому депутату создать благоприятный имидж. Для этого можно проводить специальные индивидуальные имидж-классы, разработать каждому программу формирования положительного имиджа. Если, к примеру, одни депутаты часто выступают по важным вопросам, это не означает, что другие лишены ораторских данных, но их позиция не всегда ясно понимается населением, обществом. Не обязательно велеречиво говорить в зале парламента, важно показать, что хорошего сделал депутат для своего округа.

4. Негативный образ может создаваться при отсутствии информации о работе парламента. Это может также привести к созданию стандартизированной информации, искажающей суть деятельности парламента. Например, нередко, когда СМИ обращаются к конкретному депутату с требованием от избирателей выполнить предвыборные обещания. Однако не всегда электорат получает не только помощь, но и внятный ответ. Один такой телесюжет способен испортить имидж многим депутатам парламента.

5. Важно понимать, что аудитория телевидения стало намного моложе, поскольку средний возраст нации, молодой, а требования этой важной части электората прогрессивные, соответствующие эпохе постиндустриального общества, то телепередачи о деятельности Парламента должны формироваться так, чтобы вызывать интерес молодежной аудитории. Американской фонд обнаружил, что молодежь до тридцати получает больше информации о президентских выборах из комедийных программ, нежели из новостей или билбордов. Может быть, стоит создать комедийную программу и через развлечение достигать своей цели – политически образовывать молодежь? Наглядный пример, программа «77 кун», которую стоило бы возродить.

6. Создание своего бренда – сильной политической власти, которая преодолевает негативы и добивается успеха.

7. Журналист должен создавать в обществе диалог, давать информацию, которая помогает электорату принимать решения.

8. Парламент должен стать максимально открытым для СМИ, изменить отношение к журналистам.

Таким образом, телегеничность парламента имеет важное значение для преодоления негативизма общества. Неразумно отрицать влияние “телекартинки” на восприятие общества политических институтов, в том числе парламента. Игнорировать видеоряд ТВ, значит проигрывать, создавать в обществе негативизм.

## **СМИ и первые предвыборные кампании в Казахстане**

Впервые в практике СМИ были разработаны положения использования государственной и независимой прессы, телевидения и радио для предвыборной агитации, в связи с проводившимися в марте 1994 года демократическими выборами в парламент республики. Среди кандидатов в депутаты Верховного Совета почти половина были самовыдвиженцы. Представители 37 партий и общественных движений участвовали в предвыборной борьбе. Для ведения агитационной работы кандидатов в депутаты согласно статье 36 Кодекса и Постановления Центризбиркома от 24 декабря 1993 года «О некоторых вопросах предвыборной агитации кандидатов в депутаты Верховного Совета Республики Казахстан» кандидат в депутаты не имел права даже за дополнительную плату использовать телевидение и другие СМИ, кроме того времени, которое было определено в специальном постановлении. В нем, в частности, отмечалось, что всем кандидатам в депутаты было выделено равное время – по 10 минут на телевидении и столько же на радио независимо от их ведомственной принадлежности. Выступление могло быть как разовым, сразу на весь выделенный законом хронометраж, так и неоднократным, к примеру, по одной минуте в течение десяти дней или же по две минуты в пять дней и т.д., но в пределах установленного времени. Если экраны городского или областного телевидения предоставлялись всем кандидатам в депутаты, то на республиканском телевидении время до 30 минут для видеозаписи предоставлялось только республиканским общественным объединениям, прошедшим регистрацию в Минюсте Республики Казахстан.

Были льготы для кандидатов в депутаты, которыми могли воспользоваться только самовыдвиженцы, которым предоставлялось на областном или городском телевидении или радио для разъяснения своих программ дополнительные 5 минут. График предоставления эфирного времени кандидатам в

депутаты по телевидению и радио разрабатывался руководителем областного телерадиокомитета и утверждался окружной избирательной комиссией.

Для трансляции выступлений кандидатов в депутаты выделялось самое удобное время - от 18 до 23 часов. Согласно статье 35 и статье 36 Кодекса о выборах каждому кандидату в депутаты выделялось равное количество финансовых средств на проведение политической агитации<sup>1</sup>.

Были созданы условия для публикаций на страницах областных и городских газет, для чего выделялось 100 строк, разрешалось опубликовать фотографию кандидата в депутаты или же можно было издать плакаты размером ¼ п.л. и даже листовки.

Анализ прессы показал, что в предвыборный период было опубликовано около 70 материалов. Из них 23, разъясняющие Кодекс о выборах, 34 информационного характера. В остальных статьях авторы размышляли о том, каким быть новому парламенту. Следует отметить, что Избирком не устанавливал никаких ограничений публикациям аналитического характера. Накануне выборов специалисты информационного центра Верховного Совета Республики Казахстан провели три опроса общественного мнения. Анализ показал, что предвыборная компания могла пройти более активно, продемонстрировать своеобразие политических платформ каждого из кандидатов в депутаты, если бы правильно были использованы средства информации.

Возможности телевидения в этом отношении неисчерпаемы. Механизм использования телевидения в предвыборной борьбе кандидатов в депутаты, наиболее эффективные для восприятия зрителей телевизионные формы и жанры не были в полной мере использованы кандидатами в депутаты. Возможно, здесь сказались отсутствие опыта наших тележурналистов. В мировой практике телевидения давно разработаны способы

---

<sup>1</sup> Как проходили выборы в Казахстане.// Казахстанская правда, 5 марта 1994; Маннаникова Л. Не подведите нас избранники // Казахстанская правда 10 марта 1994; О выборах и не только...// Новое поколение, 18 марта 1994.

использования телевизионного вещания в политической борьбе. Особенно наглядно они раскрыты в книге американских ученых Э. Мицкевич и Ч. Файерстоуна «Телевидение и выборы»<sup>1</sup>.

Большинство кандидатов в депутаты обратились к телевидению, как наиболее доступному, популярному и охватывающему большую аудиторию средству. Однако здесь не обошлось без издержек. Были телевизионные выступления, которые носили некорректный провокационный характер, могущий стать причиной межэтнического конфликта, были выступления явно агитационного толка, а то плохо скрытая самореклама, по большей части они были трафаретны, однообразны, замешаны на одних и тех же обещаниях, в исполнение которых трудно было поверить.

Тем не менее получен ценный опыт использования телевидения в политической борьбе в условиях многопартийности и плюрализма мнений.

В организации предвыборной кампании с помощью телевидения, к примеру, в России и Казахстане было много существенных различий, которые свидетельствуют о разнообразии подходов к их осуществлению.

В России телевидение помогает своим гражданам свободно выдвигать и выбирать достойных кандидатов созданием следующих условий:

- равной возможностью выступления перед избирателями с изложением своей платформы;
- невмешательством редакции в содержание выступлений по предвыборной платформе в отведенное для этой цели эфирное время;
- предоставлением равного времени для выступлений участникам передач.

Вместе с тем гарантии не означают, что тележурналист не имеет права:

- предврать или комментировать выступление кандидата;

---

<sup>1</sup> Мицкевич Э., Файерстоун Ч. Телевидение и выборы. - М., МГУ, 1993.



- редактировать по своему усмотрению, но с согласия кандидата, содержание интервью, беседы и иные выступления, не являющиеся изложением предвыборной платформы.;
- приглашать для участия в одной передаче или союзников, или кандидатов, представляющих разные избирательные округа, комментировать их выступления в соответствии со своим творческим замыслом.

В случае, если кандидатом на выборах назван журналист или иной работник государственного телевидения, ему гарантированы только те возможности, которые предусмотрены для любого кандидата, участвующего в предвыборной борьбе<sup>1</sup>.

Предвыборная компания показала, что наряду с государственными независимые средства информации способны бороться и отстаивать свое мнение, формировать свой «имидж» депутата. Иногда мешала излишняя бдительность: моменты отключения электроэнергии в целях экономии в том или ином районе столицы вдруг совпадали с трансляцией предвыборных программ кандидатов в депутаты, в рекламе которых были заинтересованы независимые телекомпании. Тут же по другим информационным источникам раздавалось своеобразное SOS с призывом обратить внимание на якобы давление властей на независимые средства информации.

Независимым средствам информации удалось создать прецедент, который заставил организаторов предвыборной компании уже после завершения выборов приложить немало усилий для опровержения распространенного международными наблюдателями мнения о фактах несоблюдения правил голосования. Вместе с тем следует отметить, что некоторые независимые средства информации позволяли себе использовать собственные каналы для неограниченной во времени агитации за своих кандидатов. Многие предприниматели и бизнесмены республики возлагали большие надежды на способность независимого вещания к оригинальной форме подачи их информации. Однако передачи свелись к многочасовым и многословным беседам с потугой на дискуссионность. И

---

<sup>1</sup> Егоров В.В. Там же. - С.48.

результаты выборов показали, что многие представители нового социального слоя – бизнесмены и предприниматели – практически не оказались в Парламенте.

Другой важный аспект связан с трансформацией двуединства – власть и журналистика. Обретение свободы слова и плюрализма мнений вырабатывает новую модель «четвертой власти».

Переход от командной экономики к рыночной – болезненный и неоднозначный процесс. Готовые модели «четвертой власти» есть, но казахстанская журналистика не идет путем импортирования идей, а создает свои собственные национальные модели средств информации, способные активно содействовать в консолидации общества.

Средства информации, независимо от того государственные они или частные, являются своеобразными катализаторами общественного развития, способствуют свободному обмену информацией. Как в любом демократическом обществе, пресса и телевидение становятся посредниками между властью и народом. Никто энергичнее и активнее, чем печать или телевидение, не способен быть проводником и поборником идей сплочения общества, сохранения гражданского и национального согласия.

Безусловно, роль средств информации исключительна. Общество вправе предъявлять определенные требования к средствам информации, поскольку они оказывают громадное влияние на формирование общественного сознания. Президент в своем обращении к журналистам напомнил мудрую заповедь, которой должен следовать каждый журналист – НЕ НАВРЕДИ. «Стремление помочь общему делу, объективность, взвешенность суждений, принципиальность и честность должны быть неперенными атрибутами журналистской деятельности».

Устранение монополиста КПСС, отмена цензуры в республике привели к бурному развитию независимых плюралистических средств массовой информации. В этом процессе все четче просматриваются тенденции и проблемы, связанные не только с трудностями экономического характера, но и обретением журналистским корпусом подлинной свободы

от государственных структур, освобождением ангажированности и корпоративности.

Чтобы ТВ стало прообразом демократической культуры, а это цель труднодостижимая и на пути к ее достижению лежат препятствия и экономического, и политического, и нравственного, и психологического характера, как воздух, нужна свобода слова, свобода духа, свобода ума, сорвавшего шоры коммунистической идеологии. Свобода, но не вседозволенность и манипулирование этой самой свободой в узко корпоративных целях. Освобожденные от всевластия цензуры и идеологического диктата средства массовой информации должны служить нашему молодому независимому государству, его многонациональному народу.



## КОСМОС И КОММУНИКАЦИИ

Не все было так просто на пути к овладению новыми технологиями в Казахстане. Был заимствован опыт ведущих компаний мира, а также собственная практика.

В мире сложились определенные взаимоотношения в этой области, в которых заложены правовые, экономические основы, выработанные специальными решениями международных комиссий, совещаний, организаций. Еще в начале 70-х годов развивающиеся страны, в число которых теперь входит суверенный Казахстан, приняли ряд правовых документов с целью оградить национальные СМИ от иностранного влияния, провозгласив политику «справедливого информационного порядка», вопреки «электронному империализму», который пропагандировал теорию свободного потока информации. Этому вопросу были посвящены специальные исследования российских международников, таких, как Ю.М. Колосов, Н.С. Бирюков и др.<sup>1</sup>, где рассматриваются международно-правовые проблемы использования космической техники для передачи информации, формы и методы работы спутникового телевидения. В связи с перестройкой в бывшем Союзе по-новому поднималась проблема телекоммуникации, которая получила отражение в научно-практической конференции «Телекоммуникации и информатизация общества»<sup>2</sup>, где рассматривались экономические и правовые вопросы развития международных спутниковых систем и новый информационный порядок, спутниковые телекоммуникационные системы и пр.

На высоком международном уровне поднимались вопросы спутникового вещания, свободы информации, независимости журналистов на Лондонском информационном Форуме СБСЕ (1989 г.), на открытии которого выступила Маргарет Тэтчер. Еще тогда она сказала, что «без открытой состязательности идей

---

<sup>1</sup> Колосов Ю.М. Международно-правовые проблемы использования космической техники для осуществления массовой информации: автореф. дисс. на соиск. уч. ст. доктора наук. - М.: МГИМО, 1975 ; Бирюков Н.С. Буржуазное телевидение. - М., 1976.

<sup>2</sup> Телекоммуникации и информатизация общества// Сб. обзоров ИНИОН. - М., 1990.

ярким цветом распускаются невежество, предрассудки и угнетение. Вот почему доступ к информации и живое открытое обсуждение является основой образа жизни на Западе. Именно это означает свободу слова свободу выражать мысли и взгляды, с которыми не согласны другие. Свобода мысли, свобода выражения, свобода выбора, свобода получать и распространять информацию - это сердцевина демократии. Газета, радио, телевидение и интернет - это бизнес, но это также гораздо большее. Это огромная сила для воздействия на общественное мнение. Говоря словами Скотта, одного из крупнейших редакторов XIX века, «пресса существует и морально и материально, и ее характер и влияние определяются соотношением этих сил». В любой стране отношения между средствами массовой информации и существующим правительством никогда не будут совершенно гладкими<sup>1</sup>.

Спутниковое телевидение – означает передачу и прием телевизионного сигнала через искусственный спутник Земли. Прогрессом в развитии спутникового телевидения стало создание НТВ – непосредственного телевизионного вещания, осуществляемого сразу со спутника на домашние антенны.

О возможности появления искусственных спутников земли английский ученый Артур Кларк предсказывал еще в 40-е годы, что это позволит создать «нервную систему человечества, которая объединит его навсегда в единое целое, чего никогда раньше нельзя было представить»<sup>2</sup>.

Восприятие Маршаллом Маклюеном мира как «всемирной деревни», казавшееся еще десятилетия назад маловероятным, становится фактом жизни нашего общества. Научно-технический прогресс настолько активизировал создание и распространение глобальных сетей связи, что открыл для средств информации новые мало исследованные направления. К примеру, в нашей стране телевидение из локального, местного, областного и городского становится межгосударственным, международным, глобальным. Телепрограммы через спутники

---

<sup>1</sup> Лондонский информационный форум СБСЕ 12-18 мая 1989г. АН СССР, ИНИОН. - М., 1990. - С. 25-26.

<sup>2</sup> Там же. - С. 29.

распространяются далеко за пределы отдельных государств. Что происходит при таких масштабных изменениях с мышлением, психикой человека, как влияет на его мировоззрение, восприятие окружающего мира, как изменяет его ориентиры, ценностные установки. А что происходит с детьми, подростками, мир которых теперь стал состоять из героев американских боевиков и диснеевских мультфильмов. Много вопросов возникает в связи с расширением политических свобод и технических возможностей средств передачи информации.

Для всех граждан постсоветского общества, десятилетиями огражденных «железным занавесом», с трудом слушавших голоса западных радиостанций, вдруг стали доступны видеообразы, за показ которых еще несколько лет назад журналистов преследовали.

Телефакс, телефон, телетекст, а теперь и интернет, соединили страну со всеми уголками планеты. Новые способы доставки сигнала произвели подлинную революцию.

На наш взгляд, даже если технически наша республика будет готова выйти со своей телевизионной продукцией на азиатский телерынок, выдержать конкуренцию со странами Юго-Восточной Азии, Индией, Австралией и др., будет чрезвычайно сложно.

К примеру, ТРК «Казахстан» направило молодых журналистов в Нью-Йорк для ведения репортажа из ООН по вопросу, связанному с Казахстаном, а также по вопросу с Афганистаном и Сирией (2013 г.). Оказалось, что возникли сложности технического характера: неумением эффективно использовать аппаратуру, элементарно правильно поставить свет, звук, выстроить картинку, так и мастерством журналистов, которые не могли быстро и оперативно реагировать на события из-за отсутствия навыков ведения в прямом эфире, непонимания языка, из-за чего могла пойти в эфир неверная информация. Все это создает большие преграды в передаче качественных сообщений. Но первые опыты обнадеживают, потому что они становятся реальными шагами в создании собственной системы информационного обеспечения страны в международном масштабе.

Не все сразу получается даже у таких медиамагнатов, как Руперд Мердок. Но он мечтал. Это помогло ему осуществить свою цель: покрыть планету единственным информационным «супершоссе». Это новая система, основанная на методе цифрового сжатия, позволила телевизионному спутнику передавать около ста восьмидесяти каналов, транслирующих на весь мир любые программы: от новостей и спорта до таких знаменитых фильмов студии «FOX». В качестве кульминации своей программы на будущее, Мэрдок предполагает создать сеть, позволяющую зрителю заказывать фильмы и развлекательные передачи на дом по собственному усмотрению<sup>1</sup>. Благодаря компаниям «Star TV» и «BskyB» и другим Мэрдок упорно движется к цели: владение мировым телевидением. В 90-е годы роль «главного информатора» принадлежит каналу CNN, отражающему, прежде всего, официальную позицию Соединенных Штатов по отношению к тому или иному событию. Так называемый «эффект CNN» вызывал неудовольствие других государств, прежде всего Европейского Союза, претендующего на более активное участие в процессе формирования международного общественного мнения<sup>2</sup>. Через десять-пятнадцать лет значимость CNN несколько снизилось по разным причинам. В то время как информационный канал Мэрдока «FOXNews», который американцы считают «желтым», обретает силу.

В первые годы независимости Казахстан делал первые самостоятельные шаги в международном мире, не мог конкурировать с мощными информационными гигантами европейских и азиатских государств. Но уже тогда в идеологической стратегии государства просматривалась цель – баланс информационного обмена. Однако существовали сложности. Во-первых, аренда зарубежных спутников связи. Во-вторых, географический разброс населения на огромной территории. В-третьих, постановка вопроса о запуске собственного спутника связи. Это бы помогло наилучшим спо-

---

<sup>1</sup> Новый мир Руперда Мердока// Известия. - 1 апреля 1994.

<sup>2</sup> Хромченко Н.А. Европейское телевидение в эпоху глобализации вещания: автореф. дисс. на соиск. уч. ст. канд. ист. наук. - М.: МГУ, 1994. - С.18.



собом разрешить многие технические вопросы, принимать с помощью параболической антенны до 20 программ телекомпаний мира<sup>1</sup>. Постепенно все эти вопросы решались. Неожиданно и незаметно зарубежное телевидение со всеми своими преимуществами и недостатками оказалось в доме практически каждого казахстанца. Новые персонажи, телегерои, экранные образы фильмов и программ позволили вырваться из «провинциализма» местного телевидения, по выражению российского профессора Сергея Муратова, из обыденности и серости нашей жизни в мир «мыльных» телесериалов, видеофильмов, преуспевающих и блистательных телегероев. И что главное – в мир достоверной и неинтерпретируемой информации, которая позволяет ощутить глобальность жизни, осознать свою причастность к проблемам человечества.

Что позволило увидеть спутниковое вещание? Новое видение международных событий, таких, как война в Боснии и Герцеговине, военные действия России в Чечне и другие события. Если ранее эта информация была тенденциозной и однобокой, как в социалистическую эру, то теперь она стала как бы объективной, разнообразной, многоаспектной. Об одном и том же событии рассказывали репортеры китайских, турецких, французских, американских, английских и др. телекомпаний. Это было новым и формировало новое представление об окружающем мире, не только сквозь призму партийной пропаганды.

Спутники телекомпаний зарубежных стран давно действуют в районе Азии и число их с каждым годом увеличивается. По мнению экспертов, Азию ожидает бум спутниково-кабельного вещания, и повышенное внимание к региону азиатских стран СНГ, не случайно. Это семинар по содействию развитию независимых и плюралистических средств информации в Азии в Алматы, а затем крупный медиа семинар в Бишкеке, системный ряд мероприятий ОБСЕ по новым медиа и журналистике и т.д. К

---

<sup>1</sup>Использование космической науки и техники в интересах развития стран. Управление общественной информации ООН, Нью-Йорк, 1968. - С. 11.; Борецкий Р.А. Космозрители: слово из будущего. //Новое время. – 1988. - N 1. - С.34-35; Юшкявичус Г. Программа на XXI век // Новое время. -1989. - N 11. - С.39-41.

20-летию проведения семинара ЮНЕСКО в Алматы планируется проведение юбилейного семинара в октябре 2012 года при поддержке ЮНЕСКО.

### **Конкуренция на спутниковом поле Казахстана**

В начале 90-х годов в республике принимаются сигналы ведущих телекомпаний мира как «Кейбл ньюз нетворк» (CNN), китайского «Star TV», турецкого ТВ «Avrasia». Заявляли о возможности запуска искусственного спутника земли в 1995 году представители Германии и Кореи. Но этим идеям зарубежных инвесторов не было дано осуществиться.

Казахстан решил самостоятельно решить финансовые вопросы с запуском спутника, используя выгодные возможности Байконура, а также договоренности с Российской Федерацией. На практике решение вопроса оказалось сложным. Только в 2006 был осуществлен запуск первого спутника KazSat-1, который должен был обеспечить телевизионную и телефонную связь. К сожалению, он вскоре сошел с орбиты по техническим причинам. В июле 2011 года был запущен второй спутник – KazSat-2, который позволил смело внедрять программу цифрового телевидения в стране. В 2014 году планируется запуск KazSat-3<sup>1</sup>. Спутник KazSat-3, который будет запущен в 2014 году, сможет предоставлять платные телекоммуникационные услуги соседним странам<sup>2</sup>.

Спутниковое вещание давно используется во многих азиатских странах. Одни арендуют передатчики на чужих спутниках, другие создают собственные системы приема и распространения сигнала связи. Несомненным лидером является Япония. Телесеть компании «NHK» рассматривает вопрос о переходе от регионального уровня к всемирному вещанию в рамках «Глобал ньюз нетворк»/«Джи-эн-эн»/. На сегодняшний день канал NHK World TV вещает в стандарте DVB-S со

---

<sup>1</sup> Дорога к звездам открылась в *Казахстане* // [www.izvestia.kz](http://www.izvestia.kz) [www.izvestia.kz/node/20523](http://www.izvestia.kz/node/20523) 22 дек 2011.

<sup>2</sup><http://tengrinews.kz/progress/sputnik-KazSat-3-smojet-predostavlyat-platnyie-uslugi-sosednim-stranam-233748/>

следующих спутников: Amos 2/3, AsiaSat 3S, Astra 1E/4A, Astra 1H/KR/L/M. (сноска NHK World TV)<sup>1</sup>.

В начале 90-х Пакистан имел только один спутник «Paksat». Сегодня страна имеет спутники нового поколения с названием Paksat 1R, запущенный с космодрома Сичан, Китай. Спутник Paksat 1R включает в себя 12 транспондеров Си-диапазона и 18 транспондеров Ку-диапазона, используется для высокоскоростного интернета, просмотра многочисленных телеканалов и передачи телемедицины и удаленного образования. Сигнал со спутника Paksat 1R доступен для Южной части Азии, Ближнего Востока, Восточной части Африки и некоторых стран Европы<sup>2</sup>. Ирак запустил «Вавилонсат», Иран – «Зухру», Папуа Новая Гвинея реализует проект «Пасстар». Таиланд заказал американским компаниям космические платформы, которые будут выведены на орбиту китайской ракетой «Великий поход»<sup>3</sup>. Наш ближайший сосед – Китайская народная республика проявляет особую активность в развитии телекоммуникаций. Еще в 70-е годы была заложена основа системы «Чайнасат», позволившая охватить вещанием через передатчик на спутнике «Азиясат-1» территорию всей страны. Другой китайский спутник «STAR TV», сигналы которого уверенно принимают телеслужбы на территории Казахстана, вещает из Гонконга посредством компанией Хатчвижн, принадлежащей гонконгскому миллиардеру Ли Ка Шингу. Есть официально подтвержденные сведения о том, что в создании и запуске «STAR TV» большую роль сыграл Руперд Мэрдок. Известно, что Китайская народная республика запрещает трансляцию передач с этого спутника на своей территории, а также использование китайского языка в качестве

---

<sup>1</sup> [www.satscan.ru/nhk-world-tv](http://www.satscan.ru/nhk-world-tv)

<sup>2</sup> СПУТНИК PAKSAT 1R. ТАБЛИЦА ЧАСТОТ. ТРАНСПОНДЕРЫ. КАНАЛЫ. <http://www.satpenza.info/sputniki/245-38e-sputnik-paksat-1r-tablica-chastot-transpondery>

<sup>3</sup> Бакулев Г. Бум спутниково-кабельного телевидения в Азии// Техника кино и телевидения. – 1992. - N 7. -С.46; Сб.: Спутниковое телевидение в Западной Европе. М.,1991; Зита К. Китай приближается к революции в сфере информации. Анализ политики Китая в области информационной технологии. В сб.: Телекоммуникации.// International Herald Tribune. Telecommunications: special report. - P.,1987.- Oct.20

языка вещания. Поэтому телесеть начала вещание с апреля 1991 года по пяти каналам, но только на одном использует китайский язык (пекинский вариант), а на остальных четырех - в основном английский. Есть планы, частично уже осуществляемые по созданию информационных выпусков «Эйша тудей» - «Азия сегодня» на всех языках стран азиатского региона, от японского, хинди, бенгали до арабского, турецкого и даже одного из языков азиатских стран СНГ. Это позволило «STAR TV» стать первым на континенте мультилингвистическим каналом. В Казахстане по коммерческим каналам из информационных программ «STAR TV» идут на английском языке передачи всемирной службы новостей BBC, TF-1, развлекательные передачи, спортивные, музыкальные, азиатский вариант MTV, детские мультфильмы и художественные киноленты.

Другим мощным конкурирующим источником с российскими и китайскими средствами информации являются турецкое телевидение. Его влияние было особенно сильным в первые годы суверенизации республики, отвечало стремлению Казахстана ощутить себя в строю тюркоязычных стран, проявить свою принадлежность к исламскому миру. Проявленные Турцией забота и интерес к азиатским республикам способствовали подписанию ряда важных экономических соглашений, в том числе и по развитию средств информации, коммуникации, телевидения. Оперативная работа дала свои плоды и с середины 1992 года начались сначала пробные, а затем регулярные передачи со спутника «INTELSAT» программ турецкого телевидения. Привлекая к своим программам турецкая «STAR-1», намеревается стать своеобразной моделью для построения демократического общества в азиатских странах СНГ. Программа «Авразия» включает развлекательные, образовательные передачи, информационную службу «Хаберлар». Однако турецкое телевидение не оказало планируемого воздействия на зрителей. Барьеры возникли в основном из-за незнания турецкого языка, на котором велось вещание, а просмотр передач только по видеоряду значительно обеднял их.

Также малодоступны из-за незнания английского языка

информационные источники американского телевидения. Представители всемирной информационной службы CNN в июле 1994 года официально открыли свой корпункт в Алматы, тем самым утвердив свое пребывание в стране. Отсутствие сенсационных событий снизил интерес компании к Казахстану, и вскоре корпункт был закрыт. А программы всемирной службы новостей передаются по нескольким кабельным каналам в английском варианте, также по государственному телевидению на казахском и русском языках<sup>1</sup>.

Диана Дуган из Центра изучения международных стратегических проблем США прогнозировала развитие спутникового вещания. Она уже в 1992 году посчитала, что в ближайшие пять лет в Азии будет введено в эксплуатацию более 900 передатчиков, что будет способствовать развитию спутникового телевидения, что, в свою очередь, будет содействовать мощному потоку идей и информации, без которых не может жить цивилизованное общество<sup>2</sup>. Барнетт Р. Рубин директор Центра исследований Центральной Азии Колумбийского университета США подтверждает своими исследованиями, что спутниковое телевидение будет повышать степень открытости средств информации азиатских республик СНГ, влиять на политику, устранять препятствия на пути к свободе информации<sup>3</sup>.

Спутниковое телевидение произвело подлинную революцию в умах людей, особенно тех, кто привык полагаться на стандартное толкование событий окружающего нас мира.

В Казахстане сомнения в правдивости, предлагаемой властями, информации возникли в период декабрьских событий 1986 года в Алматы, когда казахская молодежь восстала против партийно-бюрократической диктатуры. Лишенные достоверной

---

<sup>1</sup>Си-Эн-Эн приходит в Казахстан //Комсомольская правда.-1994. 1 июня; Борисов С. Выходим в мировой телеэфир// Связь: техника, экономика, производство. -1992.- N 2.- С.41-43.

<sup>2</sup>Семинар по содействию развитию независимых и плюралистических средств информации в Азии. KAZ/92/11 PROV Алма-Ата, 9 октября 1992 г.оригинал: английский. Проект заключительного доклада. - С. 8.

<sup>3</sup> Барнетт Р. Рубин Политика в области средств информации в Азии, препятствия на пути к свободе информации. Доклад на семинаре ЮНЕСКО, KAZ /92/ C11P.1,Париж,5 августа 1992, оригинал: английский, СП -92/CONF.002/ LD.13. С. 6-7.

информации люди вслушивались в западные радиоголоса, где эти события трактовались в малознакомом контексте и шли в разрез марксистско-ленинского учения о пропаганде. Интерпретации событий в другом ключе, резкие высказывания о руководителях Кремля, казались кощунственными, посягавшими на святое. Тем не менее, считать, что советские люди были полностью лишены источников альтернативной информации было бы неверным. К таковым относились всемирная и восточная служба Би-Би-Си, «Голос Америки», радиостанция «Свобода», вещавшие на национальных языках народов Средней Азии и Казахстана. Однако вместе с тем нельзя утверждать, что все социальные слои населения республики имели возможность, интерес и желание их слушать, скорее всего, это была интеллектуальная среда, внутри которой шел обмен мнениями, запрещенной литературой, периодическими изданиями, не распространяемыми на территории тогдашнего Союза. Распад коммунистической системы способствовал росту политизированности народа, у него появилась тяга к информации, раскрывающей полную и правдивую картину общесоциальных процессов, дающую разнообразную картину действительности. Таким образом, можно сделать вывод, что аудитория прошла определенную подготовку к появлению и восприятию новых информационных источников – спутникового вещания.

Тем не менее увиденное и услышанное воспринималось неоднозначно. Новые зрительные образы, активная видеокартинка, непонятная структура передач, незнакомый видеоязык, к тому же вещание шло на английском или турецком, создали трудности восприятия, понимания и усвоения информации. Это объяснимо – разные культуры, идеологии, религии, языки, менталитет.

По мнению директора института печати Индии С. Нихал Сингха, политические преобразования, осуществлявшиеся в азиатских республиках ранее, сводились к тому, что коммунистические партийные функционеры меняли лишь вывески, даже если хотели идти по новому пути... Чтобы перемены были прочными, необходимо перестроить умы и

психологию людей<sup>1</sup>», – резюмировал индийский исследователь.

Правительства многих государств обеспокоены последствиями спутникового вторжения в их национальные телевизионные службы, воздействием их на мировоззрение своих граждан.

В Казахстане появление спутникового вещания воспринято спокойно, не встречает противодействия - политического, культурного, религиозного или нравственного, напротив, создаются все условия для поступления информационных спутниковых программ путем создания все большего числа независимых телекомпаний.

Цивилизованность общества, его экономическая состоятельность, дальнейшие перспективы развития в настоящее время определяется степенью развития информационной технологии, участием в глобальном телекоммуникационном процессе.

### **Технологии передачи сигнала**

Важнейшим фактором развития современного общества является демонополизация и дерегуляция, в том числе в области СМИ.

Сейчас на передний план выдвигается понятие «информационного суверенитета». Для радио, телевизионных передач, спутниковой связи не существует непреодолимых преград. Никакие пограничные посты, демаркационные линии не способны задержать эфирный сигнал. Более того, общество, которое осуществило бы информационную самоизоляцию, обрело бы себя на необратимое историческое отставание. «Но и отсутствие такой изоляции еще не дает гарантии прогресса и информационной независимости», – пишет А. Раkitин. Она гарантируется не только способностью получать и усваивать такую информацию, но, прежде всего, способностью ее производить. В этом смысле почти правилом является то, что

---

<sup>1</sup> С.Нихал Сингх. Общий обзор социально-политических аспектов независимой прессы в Азии. КА2/92/3, Париж, 5 августа 1992, оригинал: английский, СП-92/ CONF 002/ LD.3.

страны, максимально продуктивные с т.з. производства информации и особенно научных знаний, являются главными производителями современных коммуникационных технологий и занимают в силу этого лидирующее место в мировом информационном маркетинге, легко преодолевая информационный, вследствие этого любой другой суверенитет государств, отстающих в информационном марафоне. Поэтому очевидным становится вывод, что сохранение политического, экономического и культурного суверенитета без обретения информационного могущества, без лидерской позиции в коммуникационных технологиях оказывается современным мифом»<sup>1</sup>.

Политика «открытого неба» Республики Казахстан способствует поиску разнообразных вариантов, которые позволили бы ей не быть пассивным потребителем информационного потока, но и создавать собственные телевизионные программы международного уровня. Но для достижения этой цели необходимы техническое переоснащение и высококвалифицированный журналистский корпус. Другая проблема – техническая и инженерная.

Когда в марте 1992 года была создана Всемирная телекомпания «Москва-Глобальная» Российской государственной телекомпания «Останкино» большую помощь в подготовке и выпуске передач оказал Федеральный институт договоров США. «Составленная в форме дайджеста наиболее интересных отечественных передач программа «Москва-Глобальная» рассчитана на информационные запросы и специфику своей аудитории – русской, украинской, еврейской и др. диаспор, проживающих за рубежом. Трансляцию вновь создаваемого круглогодичного и круглосуточного телеканала будут вест два спутника над Атлантическим и Индийским океанами. Они позволяют принимать «Москву-Глобальную» в любой точке планеты, развивать местные кабельные телесети»<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Ракитин А. Прорыв в будущее: тенденции информатизации общества и технологии связи// В сб.: Телекоммуникации и информатизация общества. - М.: ИНИОН, 1990. - С.6.

<sup>2</sup> Егоров В. В. Основные понятия телевидения. Терминологический словарь. - М.: ИПК, 1992. С.11.



Богатый опыт по использованию спутникового вещания для трансляции программ телевидения имеет Турция. Часть ее населения проживает в европейских странах, особенно много турков в Германии, сейчас на строительных работах в Москве, Баку, Алматы, Астане задействованы многие турецкие фирмы. Правительство Турции внимательно относится к соотечественникам, вынужденным в поисках работы находиться в разных уголках планеты. Специально для них транслируется по американскому спутнику связи программа «Авразия», которую теперь смотрят жители Центральной Азии и Азербайджана.

Казахстан имеет серьезные предложения по сотрудничеству с разными спутниковыми организациями, в том числе и в России, кроме «Инфоркосмос», это «Интерспутник», Министерство связи Российской Федерации. Договор в области телекоммуникаций был подписан Казахстаном и Российской Федерацией еще в 1992 году.

Спутники России продолжают передавать программы «Останкино» и «России» с помощью станций космической связи «Горизонт» и «Галс». В конце 1991 года Россия как правопреемник СССР стала владельцем десяти спутников связи, большинство из которых выработали свои сроки службы и нуждались в замене. Доля спутниковых линий связи составляла всего 6% (при необходимости 20%) общего объема международных каналов. Оставлял желать лучшего и уровень спутников «Горизонт» и «Экран-М». Разработанные в 70-е годы они не соответствовали требованиям по ресурсу (три года) и пропускной способности, в них отсутствовала коррекция наклона орбиты<sup>1</sup>.

Передача телевизионных программ с помощью спутников за последние два десятилетия превратилась в одно из важных направлений использования космоса. Появление в республике наряду с местными телевизионными станциями цифрового вещания расширило диапазон программ, создало возможность

---

<sup>1</sup> Информационный курьер. -1993.- № 5. - С.30.

выбора информации аудиторией. Телезритель, прежде ориентированный на однотипное, не всегда достоверное интерпретирование сообщения, с интересом отнесся к возникновению нового типа информации. Об этом свидетельствуют данные исследований, проведенных независимыми экспертами по СМИ в республике.

Телевизионный сигнал со спутников поступает в основном двумя путями: по кабелю или с помощью параболической антенны. В 90-е годы в наши квартиры сигнал поступал с помощью казахстанской телевизионной спутниковой системы «Жарык». Экономически наиболее выгодно и перспективно вещание с помощью специальной антенны, позволяющей принимать сигнал непосредственно из космоса на собственный телевизионный приемник. Однако таких антенн, доступных по цене и размеру, не более 50-ти см в диаметре в продаже было мало. О кабельном вещании тоже только мечтали. Поэтому наиболее реальный путь получения сигналов со спутников рядовым телезрителем был только по системе «Жарык» – «Свет». Была перспектива развития по двум направлениям: создание национальных спутниковых систем и интеграция отечественных систем связи в международное сообщество и участие в международных организациях «ЕВТЕЛСАТ», «ИНМАР-САТ», «ИНТЕЛСАТ», «ИНТЕРСПУТНИК»<sup>1</sup>.

Уже в 90-е годы правительство Казахстана связывало развитие казахстанского информационного контента с развитием космического телевидения России. Это создавало перспективы выхода Казахстана в международное информационное пространство. О готовности предоставить такую возможность сообщает Генеральный директор «Интерспутника» Г.Г. Кудрявцев. Для этого выделяются емкости космического сегмента, оказывается квалификационная помощь в координации при создании земных станций и соединительных линий к ним<sup>2</sup>.

Будущих партнеров «Интерспутника» вдохновляют на

---

<sup>1</sup> Информационный курьер. – 1993. - № 5. - С.30.

<sup>2</sup> ТВ Вестник. -1993.-№2. - С.20.

сотрудничество разрабатываемые грандиозные планы в рамках Федеральной космической программы «Россия».

В частности, разработка принципиально новых аппаратов «Экспресс» и «Галс», позволяет рассчитывать на большую емкость и лучшие характеристики, которые увеличивают пропускную способность аппарата в 4-5 раз. Экономичен новый тип спутника тем, что время активной деятельности его более чем в два раза длиннее, чем у предыдущих типов спутников.

Для подвижной радиосвязи была введена в эксплуатацию систему «Марафон», базирующаяся на пяти космических спутниках «АРНА» /геостационарная орбита/ и четырех аппаратах «МАЯК» /высокоэллиптическая орбита/. В полном объеме работы завершены.

Проводится активная работа по реализации второго направления. Интеграционные процессы в спутниковом развитии России особенно активно проявились в сотрудничестве с Intelsat.

### *INTELSAT*

Созданная в 1964 году независимая коммерческая корпорация «*INTELSAT*» объединяет более 130 стран. Она располагает 59 спутниками, 139 международными и национальными наземными станциями. Первый спутник Early Bird был выведен 6 апреля 1965 года. Правовую основу деятельности американских спутниковых корпораций заложил Закон о спутниковых коммуникациях, принятый еще в 1962 году. В соответствии с ним была организована неправительственная коммерческая корпорация «*COMSAT*»<sup>1</sup>. Предполагалось, что процедура регулирования будет состоять в анализе деятельности международных организаций с т.з. ее соответствия интересам США. Знаменательно, что ряд членов Совета директоров назначает непосредственно Президент США.

Все операции по телекоммуникационным услугам корпорация выполняла через «*INTELSAT*». Указ 1984 года о

---

<sup>1</sup> Communications Satellite Corporation (COMSAT) - телекоммуникационная компания, основанная в 1963 году в США. Одна из первых компаний, занимающихся коммерческой спутниковой связью, участвовала в создании систем Intelsat и INMARSAT

создании частных американских спутниковых систем (инициатива президента Рейгана о демонополизации и конкуренции) частично подорвал монополию «INTELSAT», появились «Панамасат», «Орион» и др. Тем не менее «INTELSAT» остается самой мощной в мире организацией по телекоммуникации и информатике.

Российские спутниковые телекоммуникации в 60-х годах тоже занимали лидирующее положение в космической технологии. Но излишняя зарегулированность, засекреченность и централизованность привели к постепенному отставанию в этой области. Реализация новых идей в области космонавтики должна, по нашему мнению, способствовать развитию телекоммуникаций всех стран СНГ.

### *INMARSAT*

«Инмарсат» – одна из крупнейших организаций системы морской связи, куда входят 48 государств. Она осуществляет связь через спутники, принадлежащие «Комсат» и «Интелсат».

### *EUTELSAT*

Возможно упрочение позиций европейской спутниковой системы «Евтелсат» в регионе Центральной Азии. «Евтелсат» – крупнейшая в мире организация по предоставлению услуг спутниковой связи. Прицельного намерения охватить вещанием территорию азиатских государств у этой организации нет, но есть планы запуска спутника над восточной частью Российской Федерации, сигнал которого может покрыть также значительную часть Казахстана.

«Евтелсат» – межправительственная организация спутниковой связи, куда входят 39 стран Европы, создана в 1985 году. Владеет четырьмя спутниками первого и четырьмя спутниками второго поколения. В 1993 г. были запущены спутники «Евтелсат 11 F 5», в 1994 «Евтелсат И F 6». В исследовании и освоении космоса Западная Европа долгое время отставала от СССР и США, а также от Китая, Индии и Японии. Не прошло и десяти лет, как европейское небо покрылось плотной сетью космических спутников для теле-

коммуникации. Используются даже возможности Министерства обороны России, военные космические спутники которого запускаются на Байконуре, в Казахстане.

### **Казахстан и космические спутники связи**

Предпосылки для вхождения средств информации Казахстана в международное информационное пространство были созданы в 70-е годы.

Для передачи ТВ сигнала на территории республики установлено 67 мощных и 844 маломощных ТВ передатчиков. У населения в настоящее время более пяти миллионов телеприемников, растет число видеоманитофонов. Сейчас телевидением охвачено 98% городского и сельского 86% населения<sup>1</sup>.

В конце 1991 года была установлена система «Жарык» «Свет», которая позволила передавать телесигналы в Китай, Монголию, Турцию. Действие сигнала охватывает гораздо большую площадь, но ориентация вещания направлена на казахскую диаспору, проживающую в этих странах. Однако возможности «Жарыка» не используются в полной мере в основном по финансовым причинам.

Казахстан наладил деловые контакты с ведущими спутниковыми организациями мира. В первую очередь были установлены отношения с теми организациями, которые гарантировали высокую ежегодную прибыль или дивиденды, предоставляли одинаковые и сравнительно низкие тарифы для членов и пользователей; равный, непосредственный доступ к спутниковому сегменту всем потребителям независимо от членства в организации.

Предусмотрены мероприятия по вступлению медиа Казахстана «в качестве действительных членов азиатского вещательного Союза, Европейского вещательного Союза и других международных организаций. В частности, Казахстан, уже в

---

<sup>1</sup> Сартбаев А. Пути развития телевидения в Казахской ССР. - Алма-Ата, 1990. - С. 18.

1994 году стал полноправным членом международной организации *INTELSAT*.

Вступление в *INTELSAT* вызвало неоднозначную реакцию в России, желающей оставаться постоянным и единственным партнером по спутниковой деятельности. Специалистами республики Казахстан были проведены маркетинговые исследования, сравнительный анализ цен, условий льготного использования транспондера спутников, форм предлагаемых услуг, помимо телевизионной связи, качества передаваемого изображения и т.п. Это сравнение оказалось в пользу *INTELSAT*. Важным аргументом в пользу развития сотрудничества с данной организацией было и то, что через *INTELSAT* связь с окружающим миром не прервется, если даже по каким-либо политическим, или каким-либо другим причинам произойдет внештатная ситуация. Эти доводы за вступление в *INTELSAT* казались не совсем убедительными для оппонентов, считавших непомерно дорогим и вступительный взнос в *INTELSAT*, строительство станции приема сигнала и т.д.. Однако это мнение было опровергнуто некоторыми событиями, чуть было не спровоцировавшими серьезные осложнения. В период активизации действий в Чечне, связанными с введением российских войск 12 и 13 декабря 1994 года внезапно без каких-либо предупреждений был отключен российский спутник, транслирующий обе программы российского телевидения. В эти же дни сложилась кризисная ситуация на республиканском телевидении, связанная с конфликтом администрации с коллективом. Создалась сложная обстановка. Продолжали работать только два независимых телеканала, по которым из сообщений CNN можно было узнать о введении войск в Чечню. При этом следует учитывать, что в республике проживает более ста тысяч чеченцев.

Это событие резко изменило чашу весов в пользу развития отношений не только с российскими, но и с другими международными спутниковыми организациями, в том числе с *INTELSAT*. Как известно, вступительный взнос в эту организацию весьма высок и непосилен госбюджетной организации. Был найден компромиссный вариант, который

обеспечивался одним из западных банков. По условиям договора, члены *INTELSAT* имеют солидные дивиденды и договаривающимися сторонами были приняты условия, при которых взнос гасится за счет дивидендов. Это очень выгодное для республики условие и можно считать удачной финансовой сделкой корпорации. Кроме того, *INTELSAT* считается одной из самых надежных организаций, которой можно доверить вещание республиканского телевидения, используя как собственный спутник.

В этой, спровоцированной внешними и внутренними обстоятельствами ситуации, более критично стали оцениваться возможности дальнейшего развития казахско-российских взаимоотношений в области телевизионного сотрудничества, выразили недовольство расценками использования «Галса», который разрабатывался с 1977 года и финансировался всеми республиками. С образованием «Информ-космоса» тарифная оплата резко возросла для всех заказчиков, в том числе и для Казахстана, что расценивается как несправедливость. Действительно, к примеру, *INTELSAT* предлагает гораздо более разнообразный спектр услуг и по более дешевым ценам. Тарифы за аренду емкости транспондера для односторонних передач *INTELSAT* составляют от 10 до 22 долларов США за минуту, в зависимости от типа покрытия транспондера – глобальное, полусферическое, озоновое или узкий луч, частоты и времени использования. Не все российские спутниковые организации так резко поднимают цены. К примеру, цены *INTERSPUTNIK* гораздо ниже, чем *INTELSAT*. Тарифы за аренду транспондера *INTERSPUTNIK* составляют от 4.80 до 16.00 долларов США на период середины 90-х годов.

Спутниковая связь была скомутирована в регионе Центральной Азии. Она объединила в единую телевизионную систему телевидение среднеазиатских государств и Казахстана за счет существующих РРЛ связи, несущих одну из Российских программ или же с помощью одной из спутниковых систем типа китайской «STAR TV» из Гонконга или *INTELSAT*.

## Телерадиокомпания «МИР»

Предложение Президента РК Н. Назарбаева, впервые высказанное в аудитории Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова перед студентами и профессорами о возможности создания Евразийского Союза, которое бы восстановило единое экономическое и технологическое пространство со странами СНГ, и прежде всего с Россией, имеет, по нашему мнению, общие корни с процессом в Европе.

Дискуссия, возникшая в средствах информации в ходе обсуждения преимуществ и недостатков ЕАС, не затронула, на наш взгляд, очень важную сферу – объединение усилий в области телекоммуникации и информации, фактора, который наряду с другими, способен привести к взаимопониманию и культурному прогрессу.

Одной из форм создания межкоммуникационных связей стала межгосударственная телерадиокомпания «МИР». В Киеве 20 марта 1992 года было поручено рассмотреть вопрос о создании Международной Вещательной Компании и Евроазиатского Вещательного Союза, на это дали согласие главы девяти государств СНГ. В соглашении о создании МТРК было подчеркнуто, что подтверждается приверженность универсальным принципам международного обмена информацией, убежденность в необходимости более эффективного удовлетворения возрастающей потребности народов Содружества в знаниях друг о друге и во взаимоотношениях между ними и т.д. Основным языком вещания стал русский язык. Но в эфире могут звучать все языки народов СНГ с субтитрами на русском языке. Таким образом, канал «МИР» стал первым мультинациональным каналом в СНГ.

В основе концепции Межгосударственной телерадиокомпания лежит идея приоритета прав и свобод человека, идея признания их универсальным критерием оценки любых других устремлений и действий. Выступая на ежегодной конференции Британского общества кино, телевидения и музыки «Движущиеся образы - 93» в Лондоне Председатель МТРК



Г.М. Шалахметов сказал, что целью компании является «создание информационно-культурного канала. в котором проявляется глубокое уважение к историческому и культурному своеобразию каждого народа и в котором отсутствуют тенденциозные материалы, вызывающие острые политические споры», могущие привести к этническим и религиозным конфликтам<sup>1</sup>.

В перспективе межгосударственная телерадиокомпания планирует создание спутниковой мультимедиальной сети. Через спутники, наземные приемопередающие станции, установленные в столицах государств-учредителей и в штаб-квартире в Москве, будет получена возможность оперативного сбора информации, и каждый национальный канал получит возможность выхода в эфир через каналы «МИР».

Кроме того, посредством спутниковой связи столицы национальных государств будут иметь возможность общения между собой. С помощью телевидения, находясь в столицах государств СНГ, можно поговорить друг с другом, причем уровень – от правительственного до частного. Оборудование для собственного канала, для собственного вещания для развития национальных филиалов, которое позволяет сжимать три канала (цифровое телевидение) и выпускать три канала в эфир уже есть. Частоты транспондеры на спутниках - тоже есть. Это немаловажный политический фактор, ее ли каждая республика будет иметь возможность выхода в большой эфир<sup>2</sup>.

По нашему мнению, МТРК «МИР», имея большие полномочия и продолжительное эфирное время, может стать основой коммуникационных связей нового типа.

Понятно, что никакие иностранные вливания не способны заменить экономические, культурологические, технологические, в том числе коммуникационные связи со странами СНГ.

---

<sup>1</sup>Основы. Сб. документов и материалов межгосударственной телерадиокомпания «МИР». Выпуск 1. - М.: Культура и коммуникации, ДИ-ДИК, Танаис, 1994. - С. 93; 25/ Там же. - С. 92-95.

<sup>2</sup> Основы. Сборник документов и материалов межгосударственной телерадиокомпания «МИР». Выпуск 1. - М.: Культура и коммуникации, ДИ-ДИК, Танаис, 1994. - С.92-95.



## «ЧЕЛОВЕК НЕ ОСТРОВ В ОКЕАНЕ»

С этой поэтической метафоры начал свое выступление один из руководителей ЮНЕСКО *Генрикас Юшкавичус* на первом семинаре ЮНЕСКО в Казахстане “По содействию независимых и плюралистических средств массовой информации в Азии” в 1992 году. Он имел в виду, что любая страна не может оставаться «островом», что развитые и прогрессивные страны сами определяют свое информационное пространство, диктуют свою повестку мировому сообществу. Принятая на семинаре “Алматинская декларация” позволила наметить пути совершенствования национального законодательства, подготовки специалистов, обеспечения свободного потока информации<sup>1</sup>. Тогда были заложены идеи информатизации страны, несмотря на экономическую постсоветскую разруху, застой и кризис.

Семинар ЮНЕСКО был исторически важным, так как впервые журналисты страны ощутили, что они не оторваны от всего мира, не на отдельном острове, в самом центре событий, которые забурлили в новом независимом государстве.

Таких значимых событий не было почти десять лет, пока в начале 2000-х не был создан при активной поддержке ныне депутата Мажилиса РК Дариги Назарбаевой «Евразийский медиа форум», который стал позиционировать Казахстан как прогрессивное и успешное государство. Деятельность Евразийского медиа форума заслуживает специального исследования, так как его вклад в развитие прогрессивной журналистской мысли огромен. Выбор Казахстана для проведения международного семинара был очень важен для прогрессивного развития медиа индустрии в независимом государстве. Осознание необходимости изменения статуса республики, в том числе и в сфере коммуникации и информации, вполне закономерно. В республике в связи с обретением ею независимости произошли необратимые перемены. «Народ Казахстана приступил к строительству сильного суве-

---

<sup>1</sup>%

ренного государства с социально ориентированной рыночной экономикой и принципиально новыми общественными отношениями»<sup>1</sup>.

Провозглашена приверженность страны международным нормам и принципам демократии. В новой Конституции республики законодательно гарантированы свобода и права человека, заложены идеи гражданского мира и межнационального согласия, равноправия всех наций, проживающих в республике. Заключены экономические и культурные договоры с ближайшими соседями Россией и Китаем, подписан ряд важных соглашений со странами Европы и Азии, Ближнего Востока и США.

Провозглашение независимости Казахстана положило начало ряду общественных процессов, которые определили новые условия существования полиэтничного населения республики, в том числе украинцев, немцев, уйгуров, корейцев и др., но прежде всего русских, которых сегодня в республике 36.4% «Русские как бы вспомнили о своей национальной принадлежности, будучи ранее равнодушны к ней. Они задумались над тем, где же их настоящая родина. Такие переживания свойственны, конечно, не только русским»<sup>2</sup>.

Принявший организованный характер выезд немцев на историческую родину, начавшийся отъезд русских, (по данным Госкомстата РК<sup>3</sup>, русских в 1992 году выбыло 175 тысяч, в 1993 – 170 тысяч), не могло не волновать. Основным условием решения этой серьезной проблемы являлось не только возрождение постулатов интернационализма, годами бережно возвращавшегося на почве Казахстана, но и претворение идей казахстанского патриотизма.

Если в начальный период можно было наблюдать, как под влиянием российских средств информации начался отток наиболее квалифицированной части русскоязычного населения, в том числе украинцев, евреев, немцев, поляков, корейцев и даже

---

<sup>1</sup> Назарбаев Н.А. Наши ориентиры - консолидация, общественный прогресс и социальное партнерство// Казахстанская правда, 17 мая, 1993.

<sup>2</sup> Аяганов Б., Логинова Н. Русские в Казахстане: проблемы адаптации в условиях Суверенитет //Казахстанская правда. -1994, 25 июня.

<sup>3</sup> Госкомстат РК, 1994.

казахов, то в настоящее время оставшиеся русские все более осознают себя коренными, поскольку таковыми многие и являются.

Большую роль в укреплении чувства принадлежности к казахской земле, ее обычаям и традициям сыграли республиканские средства информации, в том числе как государственное, так и независимое телевидение. Природные свойства голубого экрана, «способного преодолевать географические и национальные границы, делают объективными причины возрастания его роли сегодня в эпоху НТР. Эти же качества ТВ помогают формировать общие ценности, понятия, духовную общность народов разных стран ради высшей цели – выживания человечества»<sup>1</sup>.

Длительное проживание рядом с казахским народом не могло не повлиять на психологию, взгляды, жизненный уклад других народов, попавших в просторы казахских степей – кто добровольно, а кто и через камеры ГУЛАГа.

Важное значение в этом вопросе придается гласности, открытому обсуждению всех проблемных вопросов, которые могут снизить межнациональную и социальную напряженность в обществе, которая хотя и не проявляется открыто, тем не менее, способна возникнуть.

Средства информации, в том числе телевидение, могут и должны стать тем катализатором, который поможет обществу, открыто решать их волнующие проблемы и загасить нарастающее напряжение.

Диалогическое общение – коренная природа телевизионного зрелища – основа для поиска общего языка представителями разных казахстанских этносов, решения наболевших вопросов.

«Путь к желанной цели – национальной консолидации» – был впервые намечен в 1993 году на республиканском совещании по вопросам идеологической деятельности, на котором выступил Президент Республики Н.А. Назарбаев с докладом «Наши ориентиры – консолидация, общественный прогресс и социальное партнерство». Он говорил, что «было бы иллюзией считать, что смена идеологического сознания

---

<sup>1</sup> Телевидение на рубеже двух веков. - М., 1989. – С. 20.

произойдет автоматически со сменой политических и экономических ориентиров. Это явление гораздо серьезнее и сложнее, поскольку связано с глубинными процессами общественной жизни, изменениями мировоззренческих установок, психологических стереотипов, да и самого уклада жизни человека»<sup>1</sup>.

Другой действенный способ разрешения возникших сложностей был предложен Президентом республики в стенах Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, а также на состоявшейся в Алматы осенью 1994 года научно-практической конференции «Евразийское пространство: интеграционный потенциал и его реализация», где обсуждалась идея создания Евразийского Союза государств<sup>2</sup>.

Идея ЕАС – это идея прежде всего экономического союза независимых государств с сохранением территориальной целостности, политического суверенитета и других атрибутивных характеристик государственности. Создание ЕАС, помимо всего прочего, необходимо с психологической точки зрения как фактор личностного благополучия миллионов людей, способный помочь обрести спокойствие всем гражданам республики независимо от национальной принадлежности.

Падение жизненного уровня, экономический дискомфорт, политическая борьба в условиях многопартийного общества, социальные проблемы создают беспокойную ситуацию в стране. Наряду с этими сложностями возникают новые идеи, задевающие территориальную целостность республики, идеи национальной исключительности, рождающие совершенно специфичные формы реакции у населения. В этих условиях неизмеримо возрастает роль средств массовой информации, способных проводить разъяснительную работу по политическим, экономическим, социальным и правовым проблемам, стоящим перед молодым государством. Главная задача печатных и электронных средств информации на государственном уровне сформулиро-

---

<sup>1</sup> Назарбаев Н.А. Наши ориентиры - консолидация, общественный прогресс и социальное партнерство// Казахстанская правда. - 17 мая, 1993г.

<sup>2</sup> Назарбаев Н.А. «Евразийское пространство: интеграционный потенциал и его реализация», 1994 г.

вана как политика КОНСОЛИДАЦИИ, ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОГРЕССА И СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА, формирования качественно новой системы демократии.

Для выполнения данной задачи, как и программы преобразований в целом, необходимо использовать имеющийся потенциал всех институтов управления. Существенная роль в этом процессе принадлежит телевидению и радиовещанию.

Государственное телевидение не сумело сразу же перестроить свою работу. И это активизировало деятельность многочисленных независимых и частных телекомпаний и радиостудий. Указ Президента о создании акционерной корпорации «Телевидение и радио Казахстана», хотя и несколько запоздал, но все-таки послужил основой для начавшихся на телевидении преобразований. В деятельности государственного телевизионного вещания определилась главная цель – служить идее консолидации общества, сохранения гражданского мира.

Но не сразу телевидением была осознана необходимость проведения разъяснительной работы, особенно в раскрытии целей и устремлений суверенного государства, что проецировалось на проявлении социальной напряженности. А ведь электронные средства информации – это не только регистраторы событий, они формируют общественное мнение, высвечивают и укрепляют идеологические приоритеты, работают на консолидацию общества на основе соблюдения конституционных норм и прав человека.

Для решения этих задач необходима коренная реорганизация средств массовой информации. И здесь главное – сохранить принцип мирного сосуществования независимых печатных и электронных средств информации и государственных как республиканского, так и районного уровней. Речь идет о создании условий для взаимопонимания, взаимодополнения, выражения разнообразных мнений, высказывания различных точек зрения, необходимых для выработки общей платформы по вопросам строительства нового государства.

Существовавшие в тот период многочисленные телекомпании были маломощны и не располагали квалифицированными кадрами, не имели высокотехнологической телевизионной базы.

Даже те из них, например, такие, как «ТАНПЛАС ТВ», «ТОТЕМ», «КТК», «АЗИЯ ТВ», имея неплохое на тот период телеоборудование, не могли стать конкурентами государственного телевидения.

Трудности экономического характера заставили объединиться целую группу независимых коммерческих каналов 11 областных центров страны в республиканскую телекорпорацию «Сары-Арка». Практическая деятельность многих телекомпаний расходилась с теми задачами, которые они ставили в период создания и формирования. Это опять-таки объясняется не только экономическими проблемами, но и нехваткой высокопрофессиональных комментаторов и журналистов.

Обновлению форм и принципов работы средств информации в новых социально-политических и экономических условиях способствовали научно-теоретические и практические мероприятия, проведенные как на уровне университетов страны, так и в международном масштабе. В ноябре 1992 года в Казахстане в Алматы была проведена первая конференция Международной комиссии по телевизионной политике в странах СНГ и США. Ее сопредседателями являются экс-Президент США Джимми Картер и экс-президент «Шестого канала» Эдуард Сагалаев. Обсуждались злободневные проблемы: выработка стратегии и тактики и в освещении проблем национальных меньшинств, межнациональных конфликтов<sup>1</sup>.

Представители международных журналистских организаций стали все чаще посещать республику. К примеру, в ноябре 1993 года провел работу Центрально-Азиатский семинар по международной журналистике, учрежденный при содействии Европейского сообщества. Летом 1994 года были проведены учебные семинары с участием американской организации ЮСИА. В октябре 1994 года Азиатским представительством ЮНЕСКО, Министерством информации РК, факультетом журналистики КазГУ им. аль-Фараби был проведен региональный семинар по исследованиям коммуникационных средств массовой информации республик Центральной Азии. Участники семинара проин-

---

<sup>1</sup> Общественное мнение об освещении межнациональных проблем в телевизионных программах. - М.: Фонд «Общественное мнение», 1992. - 15 с.; Дильдяев Г. Сыграет ли в «ящик» имперское сознание? // Азия. -1992. - N 32. -Ноябрь.



формировали о характере исследований в области теории и истории журналистики и определили наиболее перспективные направления этой работы, обменялись опытом, накопленным на факультетах журналистики в ходе подготовки специалистов, а также обсудили вопрос о создании единого исследовательского Центра коммуникаций.

Самым значимым для республики и стран Центральной Азии стал семинар ЮНЕСКО «По содействию развитию независимых и плюралистических средств информации в Азии», состоявшийся в октябре 1992 года.

### **Семинар ЮНЕСКО «По содействию развитию независимых и плюралистических средств информации в Азии»**

Семинар был организован в 1992 году совместными усилиями Организации Объединенных Наций через ее Департамент общественной информации, Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры /ЮНЕСКО/ через ее Отдел средств коммуникации и Бюро общественной информации и Казахским организационным комитетом при Министерстве печати и средств массовой информации Республики Казахстан. В тот период министром печати и информации был известный политический деятель Куаныш Султанов. Его заместителем ныне известный журналист, аналитик Сейдахмет Куттыкадам. Именно усилиями министерства печати и информации впервые на территории Советского Союза была проведена столь ответственная и уникальная программа по приглашению сотен участников высокого семинара по СМИ.

В 2012 году исполняется ровно 20 лет этому событию. Представитель ЮНЕСКО в странах Центральной Азии Мартин Хедлоу провел в Казахстане более десяти лет, в дальнейшем работал в Афганистане, Франции, Иордании и др. странах. В настоящее время после защиты диссертации PhD работает в родной Австралии на факультете журналистики университета Квисленд. Всегда поддерживает связь с коллегами из Казахстана и Центральной Азии, беспокоится о судьбе тех проектов, которые заложили основу независимых СМИ в этом регионе.

Для обеспечения широкого участия специалистов из стран региона было проведено в Париже несколько заседаний Консультативного комитета. В его состав входили представители ООН ДОИ, ЮНЕСКО, Программы развития ООН/ПРООН/, Международного института прессы, Международной федерации издателей газет, Международной федерации журналистов, Всемирного комитета за свободу прессы, Томсоновского фонда Соединенного Королевства, Азиатско-Тихоокеанского радиовещательного союза, Фонда прессы Азии, Азиатско-Тихоокеанского института развития радиовещания, Азиатского исследовательского и информационного центра по средствам массовой коммуникации, Фонда содействия средствам коммуникации, «Рокфеллер фаундейшн», Фридриха Эберта Штифтунга (Германия), Канадское и Датское агентства международного развития.

В работе семинара «По вопросам содействия развитию независимых и плюралистических средств массовой информации в Азии» приняли участие 47 представителей из 25 стран и Гонконга, выступавшего в своем личном качестве. Присутствовали также 25 наблюдателей от организаций средств массовой информации; 12 представителей неправительственных организаций, 8 представителей государств-членов ООН, представители ПРООН и Детского фонда ООН /ЮНИСЕФ/, члены Консультативного комитета. Кроме того присутствовало примерно 100 наблюдателей, приглашенных из Содружества Независимых Государств.

На семинаре выступил президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев. В своем Обращении он заявил, что поддержка свободной плюралистической прессы усиливает демократию и содействует социально-экономическому прогрессу государства. Нормальное функционирование СМИ невозможно без гарантии их независимости. Президент отметил, что необходимо усиление роли печатных и электронных СМИ, особенно в странах зарождающейся демократии, что и было в центре внимания семинара. Выступления большинства участников стали основой для теоретических исследований в области медиа стран Центральной Азии и Казахстана. Серьезно заинтересовал участ-

ников сектор образования, где делились своими взглядами представители США, Индии, Малайзии, Франции и др. стран.

Семинар вдохновил создание новых независимых СМИ в республиках Центральной Азии, образовательных и научных центров. Была открыта кафедра ЮНЕСКО по медиа и коммуникациям, социологическая служба при телерадиокорпорации «Казахстан». Семинар актуализировал ряд идей по организации научного наблюдения по упорядочению информационного потока, вливающегося в республику. Как показал анализ, шел односторонний прием информации, отсутствовала система обратной связи, а передаваемая за рубеж информация, носила в основном коммерческий характер. Чтобы переломить эту ситуацию, возникла идея создать Азиатский вещательный Союз и с его помощью создать с азиатскими странами совместные информационные агентства по обмену сообщениями о политической, социальной и культурной жизни стран. Семинар способствовал активному обмену информацией с европейскими странами. «Есть проект создания совместной Казахско-Французской компании, которая будет работать над реализацией оригинальной концепции «Стар-Тэр» – «Звезда-Земля». Предполагается создание программы по глобальным экологическим проблемам Казахстана – спасение Аральского моря, озера Балхаш»<sup>1</sup>. К сожалению, не все проекты были реализованы. Но амбиции молодого государства были безграничными.

Уже в тот период ставился вопрос использования спутникового телевидения. Было очевидным, что воплощение нового технического проекта позволит охватить весь регион республики телевизионным вещанием.

Правительство разрабатывало как одно из ведущих направлений развития государственного телевидения Казахстана – полноправное вхождение в мировое коммуникационное пространство, участие в информационном обмене. Президент РК поддерживал предпринимаемые усилия по вхождению СМИ республики в мировое информационное пространство.

Событием исключительного значения стало участие корпо-

---

<sup>1</sup> Вечерний Алматы. - 21 сентября 1994.

рации «Телевидение и радио Казахстана» в деятельности международной организации «*INTELSAT*», включающей практически все страны мира. Этот канал информационной связи позволил республике иметь постоянный выход на многие коммуникационные структуры глобального масштаба, расширил возможности независимого информационного общения. Казахстан и ранее имел спутниковую телевизионную связь. Республика одной из первых в СНГ вошла в состав международной спутниковой организации «*INTERSPUTNIK*», «Инфоркосмос», но «*INTELSAT*» – это был новый уровень международного признания, создававший новые коммуникационные горизонты.

Все это создает громадные перспективы для дальнейшего развития телевидения республики и других стран Азиатского региона СНГ. К примеру, Узбекистан и Туркмения также вошли в состав космической организации «*INTELSAT*», построили приемно-передающие станции, что позволило зрителям республики получать разнообразные зарубежные программы.

Распад тоталитарных режимов, поддерживаемых политикой бывшего Союза, означал гибель политических систем, построенных на абсолютном государственном контроле средств массовой информации. Разрушилась концепция, созданная компартией, по которой все средства информации должны были использоваться для идейно-политического, нравственно-духовного воспитания советских людей. Все партийные и правительственные постановления отмечали важную роль печати, телевидения и радио в мобилизации трудящихся на выполнение планов народного хозяйства информировании населения и улучшении идейно-воспитательной работы.

Существует множество вариантов разъяснения причин падения тоталитарной системы. Вероятно, одним из факторов, надломивших ее, стало постепенное освобождение средств информации от оков цензуры, строгого контроля партии, потребность в свободном выражении мнений, получении достоверной неискаженной информации.

Проведение семинара в Казахстане стало положительным динамическим импульсом для томившегося за «железным занавесом» Казахстана.

весом» общества. Несмотря на многие прогрессивные процессы, которые принесла Советская власть, казахский народ испытывал политическое и социальное давление. К примеру, вопросы политики, экономического развития, прав человека находились под полным контролем Москвы. В результате национальная казахская культура была идеологизирована и зашорена партийными штампами. Автор нашла среди документов архива Комитета по телевидению и радиовещанию КазССР материалы совещания, состоявшегося в начале 60-х годов, на котором отмечались примеры идеологического просчета и приводилась фраза из передачи, в которой ее героя назвали «национальным художником». Вердикт членов худсовета был суровым: «У нас нет национальных, есть только советские художники»<sup>1</sup>. Редактор программы был уволен, а главный редактор получил выговор.

Преследованиям и гонениям были подвергнуты за правдивое отображение жизни казахских аулов и изложение событий истории многие выдающиеся представители казахской интеллигенции. Все эти действия нанесли ущерб духовной и интеллектуальной жизни казахов и, конечно же, СМИ, втиснутые в узкое каменистое русло идеологических дозволенностей и недозволенностей, были лишены масштабности.

Семинар ЮНЕСКО придал смелости реформам в области СМИ. Однако сразу освоить «алгебру» рыночных отношений журналистам было сложно. К примеру, все понимали, что Казахское телевидение нуждается в коренном преобразовании, оно давно не удовлетворяло ни зрителей, ни самих создателей. Но каким должен быть первый шаг? Он был найден. Это изменения в области права СМИ. Возникли идеи проекта Закона о телевидении и других средствах массовой информации. Пока он так и находится в стадии обсуждения.

Принятый еще в 1991 году Парламентом Казахстана Закон «О печати и СМИ» требовал значительных доработок. Тем не менее именно этот Закон впервые официально провозгласил право личности на свободу слова, право выражать и создавать частные газеты, открывать радиостудии, телекомпании, полу-

---

<sup>1</sup> ГА РК ф.1489, оп.5. д.278 л.61.

чать лицензии на трансляцию собственных телерадиопередач. Учредителями многих органов печати стали представители различных партий и движений, религиозных конфессий, общественных организаций.

Правительство понимало, что коммуникационная модель, когда информация для всех республик посылалась не от республики к республике, а из единого центра – Москвы в интерпретации угодной тоталитарному государству, устарела. Государственная независимость стран Центральной Азии, возникновение новых связей, создание единой экономической зоны республик требовало создания совершенно новой МОДЕЛИ коммуникации средств массовой информации. Этот важный процесс происходил не путем теоретического осмысления в кабинетах, а в реальной практике, со всеми ошибками и проблемами.

Изменения, происшедшие в системе массовой информации, можно сравнить с гигантским землетрясением, выбросами громадного вулкана. Масштабные изменения в области информации были порождены распадом прежней политической системы, крушением всех ее идеологических институтов.

В Казахстане процесс, стимулированный семинаром ЮНЕСКО, способствовал становлению нового демократического строя, тем не менее, казалось, шел не так активно и стремительно, как в других республиках СНГ.

Сфера воздействия семинара ЮНЕСКО не ограничилась только Казахстаном. Все страны Центральной Азии были включены в этот процесс, и он особенно наглядно виден в проектах ЮНЕСКО, которые были успешно реализованы.

## **11 проектов ЮНЕСКО в Центральной Азии**

СМИ Казахстана получило поддержку мирового сообщества, в частности, организации ЮНЕСКО Казахстан. После проведения Семинара была оказана финансовая помощь конкретным независимым телевизионным организациям и радиокomпаниям республики, по стипендии ЮНЕСКО прошли стажировку в учебных центрах Юго-Восточной Азии преподаватели

факультета журналистики КазНУ им. аль-Фараби, в частности, профессор С. Барлыбаева.

Организация ЮНЕСКО региона стран Центральной Азии предложила, разработанные в ходе семинара 1992 года «По развитию независимых и плюралистических средств информации» 11 проектов, на сумму в пределах семи миллионов долларов США.

Самые дорогостоящие проекты: проект в 1.5 млн долларов США разработан с целью создания Среднеазиатской системы обмена новостями (СЕНТРАКС), с центром в Алматы, другой – «Развитие программ теленовостей» должен использовать 1.3 млн долларов США.

Представляют интерес и такие проекты: «Развитие опорных центров средств информации», «Перестройка управления / разработка законодательства», «Английский язык по радио и телевидению», «Развитие местного радиовещания», «Подготовка журналистов», «Развитие местной радиостанции», «Учебные поездки/репортерские командировки для журналистов/». Все проекты оказались успешными как в Казахстане, так и в странах Центральной Азии.

Международной Программой по развитию коммуникаций (МПК) успешно реализован проект «Казахстан: обучение журналистике (средства массовой информации в Казахском государственном университете)». Проект рассчитан на поддержку развития факультета журналистики через обеспечение оборудованием, компьютерами, учебными поездками (академическими обменами, учебными курсами). Международным правлением Совета на 15 Сессии МПК (1994 г.) был рассмотрен данный проект и одобрен, на его выполнение выделено 105.000 долларов США. В настоящее время этот проект функционирует и активно развивает образовательное и научное направления.

Цель всех проектов – компьютеризация технической базы информационных агентств в Центральной Азии, создание системы обмена новостями между странами на регулярной основе, обеспечение международной проводной связи для увеличения потока новостей и укрепления возможностей в сфере обменов и подготовки журналистов и управленческого персонала.

Для печатных изданий – обеспечение доступа к настольному издательскому оборудованию, справочным материалам, к печатным материалам, сообщениям зарубежных информационных служб, спутниковым передачам теленовостей по всемирной проводной связи.

Группы, связанные с выпуском новостей, были оснащены оборудованием СП-БЕТАКАМ, другими современными техническими средствами для сбора и показа новостей, что позволило создать субрегиональные службы обмена ежедневными теленовостями.

Предусматривалось также проведение субрегиональных учебно-практических семинаров по юридическим вопросам. Содействие в разработке законодательства, связанного с развитием независимой прессы, гарантирующего постоянную их защиту и развитие.

Реализация этих грандиозных планов не могла осуществляться без подготовки новых кадров в области журналистики. В проектах было предусмотрено несколько направлений для обучения журналистов. В частности, для овладения журналистами навыков написания специализированных материалов, особенно в области финансов (бизнеса), расширение опыта предлагались обменные поездки за рубеж журналистов и преподавателей. В связи с меняющимися интересами зрителей по мере перехода страны к новым экономическим и социальным структурам журналистам требовалась более высокая квалификация в деле написания материалов по международной проблематике. Поэтому была поддержана идея открытия кафедры «Международная журналистика» на базе КазНУ им. аль-Фараби.

Автором идей по созданию большинства проектов является Мартин Хедлоу – региональный экс-советник ЮНЕСКО по коммуникациям в Азии, который справедливо считает, что, несмотря на свое географическое положение, страны Центральной Азии имеют в силу исторических причин более евроцентристское, чем паназиатское мировоззрение. Он отмечал, что в тот период в Центральной Азии было недостаточно международных новостей и информации. «Простые люди обычно имеют крайне узкий взгляд на мир и



весьма ограниченный доступ к заграничным новостям и финансовой /коммерческой/ информации. Аналогичным образом, руководители организаций средств информации зачастую совершенно не осведомлены о региональных агентствах, таких как САНА, ПФА или АБУ, которые могли бы оказать им содействие в их деятельности. Ни одно из информационных агентств, ни одна газета или ни одна организация радио/ телевидения в Центральной Азии не является в настоящее время подписчиком какой-либо крупной международной телеграфной службы. Большинство международных новостей предоставляется в настоящее время через механизмы сотрудничества с ИТАР-ТАСС в Москве»<sup>1</sup>, отмечал М. Хэдлоу в своем докладе 1992 года.

Действительно, Казахстан в 90-е делал только первые шаги по созданию условий совершенствования печати, телевидения и радиовещания, чтобы конкурировать и соответствовать стандартам мирового уровня. Вхождение в мировые информационные процессы не было самоцелью. Следует помнить, что коммуникационная технология является мощным социокультурогенным фактором. Превращение стран Западной Европы в единый политический организм показывает, каким поистине уникальным средством интеграции современного разноязыкого социума, стран с различными культурами, политическими и историческими традициями, в единое целое являются современные средства информации. Эксперты считают, что «технология общения в современном информационном мире, основанная на знании, это технология, обеспечивающая взаимопонимание людей, гуманизацию и культурный прогресс в обществе»<sup>2</sup>. Значимость проектов семинара ЮНЕСКО для журналистики Казахстана было огромной и стала мощным фактором активного развития негосударственных и коммерческих средств информации.

Прошло 20 лет с тех пор, как здесь, в Алматы, проводилась Азиатская конференция ЮНЕСКО, посвященная проблемам

---

<sup>1</sup> Хэдлоу М. Положение в области средств информации в Центральной Азии.КАг/92/10,Париж,24 сентября 1992, оригинал: английский,С 11 /92 /CONF- 002/ LD.15

<sup>2</sup> Ракитин А. Там же. С. 8.

СМИ и развитию плюрализма. Алма-Атинская Декларация четко определила ориентиры движения независимых СМИ, вдохновила и вселила веру в журналистскую свободу и принципы плюрализма и демократии. Для нашей страны это был новый путь – путь в новое информационное пространство, в новый медиамир, который мы проделали вместе. Его можно считать успешным, потому что мы сумели создать медиасообщество, защищающее свободу слова, демократию, создающее диалог с политическим обществом.

**«Алма-Атинская декларация» ЮНЕСКО,  
Болонский процесс и изменения в журналистском  
образовании**

Президент РК четко сформулировал задачи на будущее: всеобщая компьютеризация общества, цифровизация информационного пространства<sup>1</sup>. К каким изменениям это приведет в области медиа коммуникаций? Как изменится модель образования журналистике, которой потребуются специалисты нового поколения. Здесь будет недостаточно умения писать или снимать, монтировать, брать интервью и т.д. Новому поколению журналистов потребуются знание интернета, технологии коммуникации и интерактивной связи, понимание многих аспектов, влияющих на процесс передачи и приема информации. На казахстанской коммуникационной оси координат сейчас совместились традиционные и новые медиа, сосредоточив свое воздействие на общество, создав площадку плюрализма, спектр которой оказывает мощное влияние на общественное мнение. Какие мотивы сплетают здесь медиа, какие тенденции возникают на этом стыке? Как влияют новые тренды журналистики Казахстана на трансформацию образовательной модели обу-

---

<sup>1</sup>Выступление Президента Республики Казахстан – Лидера Нации Н.А. Назарбаева на торжественном собрании, посвященном 20-летию Независимости Республики Казахстан.15.12.2011г.

[//http://www.akorda.kz/ru/speeches/summit\\_conference\\_sittings\\_meetings/vystuplenie\\_prezidenta\\_respubliki\\_kazakhstan\\_lidera](http://www.akorda.kz/ru/speeches/summit_conference_sittings_meetings/vystuplenie_prezidenta_respubliki_kazakhstan_lidera)

чения? Это важный ракурс рассмотрения вопроса, так как содержание медиа образования зависит от потребностей практической журналистики, а не наоборот.

В начале 90-х годов структура образования журналистике соответствовала советской системе. *Во-первых*, направленность журналистского образования литературному мастерству, так как основным источником работы были газеты, журналы, издательства, в которой ценилось редактирование. Важную часть программы занимали курсы по стилистике, теории литературы, истории зарубежной литературы, казахской литературы, русской и советской литературы. *Во-вторых*, идеологическое содержание образование, соответствовало марксистско-ленинской идеологии, ведущими были такие курсы, как «История КПСС», «Научный коммунизм», «Марксистско-Ленинская философия», «История, теория и практика партийно-советской печати», «История зарубежной коммунистической и рабочей печати» и т.д. На журналистские дисциплины оставалось очень мало часов, они носили теоретический характер, и лишь небольшая доля спецкурсов позволяла соприкоснуться с журналистской практикой. Вместе с тем уделялось большое внимание производственной практике, и любое издание в областных центрах, районах, даже в крупных городах предоставляло студентам-практикантам все условия для работы в условиях реальной журналистской жизни. *В-третьих*, образовательная модель журналистского образования формировалась в Москве, лишь определенный процент (до 15%) составляли предметы, соответствующие местным национальным условиям, как «История казахской журналистики», «Казахская литература», «Казахский язык». В республике был только единственный факультет журналистики в КазГУ им. С.М. Кирова, основанный на базе Коммунистического Института журналистики, созданного в 1934 году.

Важным источником новых стандартов журналистского образования стал семинар ЮНЕСКО 1992 года. Во время семинара работали разные секции, на которых с докладами о журналистском образовании делились профессора из Малайзии, Филиппин, Индии, Сингапура, США и Новой Зеландии. Что

практически рекомендовала принятая ЮНЕСКО Алма-атинская декларация? Во-первых, проведение национальных и субрегиональных семинаров или курсов подготовки специалистов для преподавателей факультетов журналистики. Во-вторых, предлагались разработанные программы с подробной методикой для студентов факультетов журналистики. В-третьих, была разработана программа обмена для преподавателей/лекторов и специальная программа подготовки инструкторов. В-четвертых, был организован доступ к обучающим программам и пособиям. В-пятых, и это самое важное, была открыта кафедра ЮНЕСКО в Казахстане на базе КазНУ им. аль-Фараби. При поддержке ЮНЕСКО на факультете журналистики были впервые созданы профессиональная телестудия, радиостудия, офис кафедры. Все они были оснащены современным теле- и радио оборудованием, компьютерами и торжественно открыты. Почетным профессором на Ученом совете университета был избран “отец” Алма-тинской Декларации профессор *Мартин Хэдлоу*. Важным стала организация учебно-методического комплекса кафедрой ЮНЕСКО для факультета журналистики. Другим проектом была программа по созданию учебных пособий для дистанционного обучения по ведущим курсам факультета журналистики. Еще один проект ЮНЕСКО – обучающие программы для создателей общественного телевидения для казахов Монголии.

Поддержка ЮНЕСКО была своевременной, так как журналистская профессия оказалась непредсказуемо востребованной. Почти во всех регионах Казахстана при местных университетах были открыты отделения и факультеты журналистики. Число факультетов журналистики увеличилось до 28-ми. Затем в 2012 году их численность сократилась до 15-16-ти. Таким образом, Алма-тинская Декларация явилась важным документом, сформулировавшим стратегию журналистского образования в условиях независимого государства.

Другим важным фактором, повлиявшим на журналистское образование стало присоединение Казахстана к *Болонской Декларации*. Основное содержание ее заключается в следующем. Во-первых, это трехуровневое образование: бакалавриат, магистратура, докторантура. Во-вторых, возможность выбора элек-

тивных дисциплин, то есть предметов, которые ранее вообще не считалось возможным изучать на факультете журналистики, как макро- и микроэкономика, криминалистика, банковское дело или любой другой предмет, который представлен на факультетах университета. В-третьих, это академическая мобильность, то есть возможность в течение семестра изучать журналистику (до девяти кредитов) в любом зарубежном университете.

Как изменилась программа обучения за период независимости? Во-первых, были исключены из программы обучения все идеологические курсы. Вместе с тем были значительно сокращены базовые, как «История русской журналистики», «История зарубежной коммунистической печати» и др. Какие дисциплины были введены? Расширился курс «Истории казахской журналистики», впервые был введен курс «Связей с общественностью», «Дизайна СМИ», «Он-лайн журналистики», «Зарубежной журналистики», по менеджменту в СМИ, статистике в журналистике, медиа-анализу, теории массовой коммуникации и т.д., открыта новая специальность, например, как паблик рилейшнз и т.д.

Одним из сложных направлений, которые были определены семинаров – это подготовка журналистских кадров. В период семинара 1992 года работала специальная секция, на которой с подробными докладами о системе и методах преподавания журналистики делились опытом профессора из Малайзии, Филиппин, Индии, Сингапура, США и Новой Зеландии. Что практически предлагалось? Программа была сопоставлена и скорректирована с моделями журналистского образования, которые предлагала ЮНЕСКО. В связи с введением академической мобильности студентов стандарты обучения журналистике в КазНУ им. аль-Фараби подвергались экспертизе по сопоставимости с программами зарубежных вузов-партнеров, куда предполагалось посылать студентов факультета журналистики на семестровое обучение. В частности, образовательная программа КазНУ была максимально приближена к программе журналистского образования одной из ведущих школ журналистики Чапел Хилл, Северная Каролина, США. Это позволило ввести в

программу обучения курсы, которые имели практическую направленность обучения. Таким образом, была сформирована программа, которая позволяет координировать последовательность изучаемых предметов по курсам обучения, заимствовать методику обучения у лучших обучающих центров США и других стран. Болонская Декларация содействует сближению и унификации систем образования европейских стран, а также присоединившихся к Декларации стран, как Казахстан.

Возникает вопрос, насколько востребовано журналистское образование в условиях становления информационного общества? С одной стороны, возникают мнения, что журналистика не востребованная специальность, и потребности в ней не будет. Но с другой – отстаиваются традиционные медиа, следовательно, и методы образования для таких медиа структур.

В школе журналистики Колумбийского университета США стало традицией обсуждать вопрос улучшения процесса подготовки журналистских кадров в соответствии с развитием новых технологий, новых медиа. Сейчас поднимается проблема универсализации журналистского образования, которая базировалась на принципах конвергенции информационных процессов в связи с цифровизацией СМИ.

Стал востребованным Конгресс по журналистскому образованию, который проводился в Сингапуре, потом в ЮАР, Лондоне (Ассоциации по образованию в области журналистики США, Азиатский центр медийной информации и коммуникации и др.). Были рассмотрены вопросы журналистского образования и принята Декларация универсальных принципов журналистской профессии, выработанная представителями ассоциаций преподавателей журналистики разных стран. На этой встрече обсуждалась Модульная программа журналистского образования, предложенная ЮНЕСКО для развивающихся стран.

В 2011 году профессора из университета Мичигана Э. Фридман и Северной Дакоты Р. Шафер совместно с учеными КазНУ им. аль-Фараби провели исследование о том, как адаптировалась советская система журналистского образования к условиям государственной независимости, каким образом традиции советской прессы отражались на журналистском образо-

вании в Казахстане, в чем выражалось позитивное влияние традиций советской прессы, в чем выражалось негативное влияние традиций советской прессы, каково было положение преподавателя журналистики в советском обществе, что представляла собой государственная идеология в учебниках по журналистике в советское время, как изменилось преподавание журналистики после 1991, в том числе как эволюционировала учебная программа, начиная в процессе перехода от коммунистического режима к независимому государству.

Важно было показать, как знакомство с зарубежной системой журналистского образования, общение с иностранными коллегами повлияло на содержание учебной программы по журналистскому образованию в КазНУ, например, появление курсов лекций по менеджменту в СМИ, статистики в журналистике, медиа анализу, теории массовой коммуникации и т.д., на открытие новых специальностей, например как паблик рилейшнз и т.д.

Стандарты журналистского образования – тема, которая волнует не только все мировое сообщество преподавателей факультетов журналистики. В частности, особое внимание уделяется методам преподавания, в частности кейс-стади по журналистике. Например, в Колумбийском университете на факультете журналистике выпущены ряд новых учебных пособий, в которых внимание студентов акцентируется на реальных примерах, которые требуют не только детального понимания сути вопроса, но способов их журналистского расследования и анализа.

В Казахстане тоже неоднократно обсуждалась тема цифровизации медиа, которая влияет на журналистское образование<sup>1</sup>. Готовы ли соответствовать этим стратегическим установкам выпускники – важный вопрос. Найти готовый ответ не просто. Это и сделало конференцию, посвященную 20-летию семинара

---

<sup>1</sup> Медиаэксперты констатировали неизбежность перехода СМИ в цифровой формат // <http://tvpronet.com/archives/1288>

ЮНЕСКО 1992 года, знаменательной, потому что в течение этих двадцати лет мы шли к одной цели – совершенствованию журналистского образования. Но главное – впереди, потому что технологии развиваются, контент коммуникации тоже, реклама постепенно переходит в интернет – все это влияет на содержание обучения журналистике. Важно не попасть на крючок «негативизма», сохранять веру в актуальность журналистской профессии, от которой зависит будущее журналистского образования, которое, в свою очередь, зависит от современных тенденций развития СМИ.



## Заключение

В Казахстане процесс демократизации сопровождался активным становлением внутренних и внешних источников информации. Сформирована новая модель средств массовой информации, и в этом процессе большую роль играют мировые сообщества, и прежде всего само государство. Произошло становление и упрочение государственных, независимых и частных изданий, телеканалов и радиостудий, появилось цифровое телевидение, активно развивается он-лайн сеть в интернете. Возросло количество изданий по интересам – женских, детских, религиозных и, что особенно важно – на казахском языке, языке государственного общения. Государство оказало необыкновенно мощную поддержку модернизации системы информации и запустило ряд новых телевизионных каналов. Это образовательный канал – «Білім» и международный информационный телеканал «24.KZ» – на базе АО «Агентство «Хабар». Вещание теперь ведется из нового телерадиокомплекса «Казмедиа Орталығы» в столице Астане. Эти же каналы распространяются через кабельные сети и спутниковое телевидение «Отау ТВ». Активно работает новый телеканал для детей – «Балапан», который был открыт в 2012 году. Значительно улучшился контент программ, стали производиться собственные мультфильмы на темы казахского фольклора и казахскими национальными героями сказок. Набирает мощь телеканал «Мәдениет» – «Культура». Создан спортивный канал. Планируется открытие новых каналов, которые будут удовлетворять разные интересы аудитории. Увеличение госзаказа позволило создавать отечественные сериалы, как «Базарбаевы» и др. Началось собственное казахстанское вещание новостной службы на телеканале «ОРТ Евразия» на государственном и русском языках. Запланирован запуск новых информационно-аналитических и развлекательных казахстанских программ: «Время Казахстана», «Воскресное время Казахстана», «Доброе утро, Казахстан». Уникальный медиа комплекс сосредоточил 24 студии для подготовки новостей, ток-шоу, съемок сериалов, звукозаписи,

дублирования, радиовещания. По техническому оснащению ТРК является передовым не только в Центральной Азии и странах СНГ, но и в мире.

Это колоссальная база для развития казахстанских СМИ, и позволит демонстрировать возможности казахстанской медиа продукции как на внутреннем, так на международном уровне. Например, проводить презентации, съемки, ток-шоу с привлечением звезд мирового класса.

Государство уделяет внимание и коммерческим телеканалам, как «КТК», «Астана», «31 канал», «7 канал» и др. Это значительно улучшит контент казахстанского телевидения. Например, будет создан практически конвейер по производству сериалов, позволяющий выпускать по 10–12 многосерийных фильмов в год. Например, «Вузеры», «Жаным», «Санжар и Кайсар», «Базарбаевы» и др. Эти создаст рынок казахстанского медиа продукта.

Государством также активно ведется работа по усилению своих позиций в интернете. К примеру, создаются полноценные интернет-редакции государственных телеканалов и газет, ежедневно размещающие в Сети новости, фильмы, тележурналы, клипы, программы. Созданы интернет-версии государственных СМИ. Финансирование интернет проектов будет активизировано. К примеру, на базе портала [www.bnews.kz](http://www.bnews.kz) запланировано создание социальной сети для бизнес-сообществ Таможенного союза по освещению интеграционных процессов, организации работы общественных приемных. В настоящее время ведется работа с регионами Казахстана, размещены на кабельных каналах, например, IDTV программы телерадиовещания практически всех областных центров республики, ведется размещение в Интернет около 200 региональных печатных СМИ. А на базе видеопортала [Kaztube.kz](http://Kaztube.kz), зритель сможет увидеть видеоматериалы об экономическом развитии областных регионов, информационно-справочные материалы о Казахстане. Такая информационная среда позволит расширить контакты с зарубежными диаспорами казахов, особенно молодежью. Модернизация отечественной социальной сети [Elim-ai.kz](http://Elim-ai.kz) позволит объединить локальные социальные

сети вузов, создаст всевозможные программы по изучению государственного языка, подготовке к ЕНТ, других образовательных проектов. Еще одним новшеством станет сайт-агрегатор [Vaq.kz](http://Vaq.kz), на котором будут материалы международных телеканалов.

Таким образом, в настоящее время в Казахстане создана новая модель информационного пространства, которая отвечает современным международным стандартам, характерным для развитых обществ. Двадцать лет – короткий срок, и создать новую инфраструктуру всей линейки от традиционных до новых медиа, включая интернет ресурсы, высокое достижение нашей страны. Новые задачи по созданию качественного контента, который станет рыночным продуктом, – цель, которая достижима поколением журналистов, которое выросло в новых исторических реалиях на стыке национальной и глобальной культур.

## СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	5
Раздел 1	
MASS MEDIA НЕЗАВИСИМОЙ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ.....	15
Медиа политика Казахстана: конкурентоспособность Информационного пространства.....	23
Современная структура СМИ Казахстана.....	26
Тренды национальной медиа политики.....	30
Политика информационной безопасности.....	37
Демассификация как угроза традиционным СМИ.....	48
Интернет медиа среда Казахстана.....	52
Конвергенция СМИ.....	57
Медиа олигархи и медиа корпорации в Казахстане.....	59
Информационные ресурсы политических партий РК.....	68
Три модели модернизации СМИ в Казахстане.....	71
Раздел 2	
ИСТОРИЧЕСКИЙ РАКУРС СМИ НЕЗАВИСИМОГО КАЗАХСТАНА.....	87
Печать Казахстана.....	90
Казахстанское радио.....	98
Телевидение независимого Казахстана.....	106
Информационные агентства Казахстана.....	122
Плюрализм как конфронтация.....	126
Общественное или государственное?.....	129
Профессия – тележурналист.....	133
Схватка за эфир.....	137
Азы рыночной медиа азбуки.....	140
Раздел 3	
В ПОИСКАХ НОВОЙ МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИИ.....	147
Свободные СМИ: от кого и от чего?.....	149

Оппозиционная пресса в Казахстане .....	153
Гражданская журналистика как новый тренд ... ..	160
Блог-журналистика .....	168
Парламент и СМИ .....	172
Телегеничность парламента как фактор преодоления негативизма общества .....	177
СМИ и первые предвыборные кампании в Казахстане .....	182
Раздел 4	
КОСМОС И КОММУНИКАЦИИ.....	189
Конкуренция на спутниковом поле Казахстана .....	194
Технологии передачи сигнала .....	199
Казахстан и космические спутники связи .....	205
ТРК «МИР» .....	208
Раздел 5	
«ЧЕЛОВЕК НЕ ОСТРОВ В ОКЕАНЕ» .....	211
Семинар ЮНЕСКО «По содействию развитию независимых и плюралистических средств информации в Азии».....	217
11 проектов ЮНЕСКО в Центральной Азии .....	222
«Алма-Атинская декларация» ЮНЕСКО, Болонский процесс и изменения в журналистском образовании .....	226
Заключение.....	233

Научное издание

Галия Ибраева

**НА ПЕРЕКРЕСТКЕ КОММУНИКАЦИЙ:  
ЖУРНАЛИСТИКА, МЕДИА КАЗАХСТАНА**

Редактор *Г.С. Бекбердиева*  
Компьютерная верстка *А. Калиева*  
Дизайнер обложки *Р. Шангараев*

**ИБ №6850**

Подписано в печать 06.11.13. Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная.

Печать цифровая. Объем 14,93 п.л. Тираж 50 экз. Заказ №1749.

Издательство «Қазақ университеті»

Казахского национального университета им. аль-Фараби.

050040, г. Алматы, пр. аль-Фараби, 71. КазНУ.

Отпечатано в типографии издательства «Қазақ университеті».