

КАЗАХСТАНСКИЕ РЕГИОНАЛЬНЫЕ СМИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Кунгурова О.Г. – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента, Костанайский государственный университет им. А.Байтурсынова

Никитенко Е.Л. – магистрант, Костанайский государственный университет им. А.Байтурсынова

В статье рассматриваются актуальные проблемы современного позиционирования и функционирования региональных СМИ Казахстана. Обозначены социально-экономические причины, повлиявшие на состояние казахстанского медиарынка, связанные как с мировым экономическим кризисом 2009 года, так и с происходящей ныне цифровой революцией. В результате произошло падение продаж, рекламных доходов и отсутствие государственной поддержки, что негативно сказалось на экономических показателях рынка печатных СМИ страны.

Авторами представлены и осмыслены материалы общекзахстанского медиаконгресса «Региональное медиасотрудничество: Трансформация. Консолидация. Развитие», состоявшегося в декабре 2014 года и собравшего известных журналистов и руководителей СМИ РК. Рассмотрен вопрос об акционировании региональных СМИ, санкционированный правительственным постановлением от 30 апреля 2014 года, и связанными с этой акцией проблемами. Приведен конкретный пример попытки акционирования городской газеты «Наш Костанай».

Ключевые слова: региональные СМИ, кризис, цифровая революция, медиарынок, акционирование СМИ

KAZAKHSTAN REGIONAL MEDIA: CURRENT STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS

Kungurova O.G. - Associate Professor of Journalism and Communication Management of Kostanay State University A.Baitursynov

Nikitenko E.L. – the undergraduate, Kostanay State University of A.Baitursynov

The article deals with topical problems of modern positioning and functioning of the regional media in Kazakhstan. Marked socio-economic factors affecting the state of Kazakhstan's media market, as related to the global economic crisis of 2009, and now with the ongoing digital revolution. The result was a drop in sales, advertising revenue and the lack of state support, which has a negative impact on the economic performance of the print media of the country.

The authors presented and interpreted materials common Kazakh media congress "Regional media cooperation: transformation. Consolidation. Development", held in December 2014 and brought together prominent journalists and media executives RK. The question about the corporatization of regional media, authorized governmental decree of April 30, 2014, and related to this action problems. The concrete example of attempts to corporatization of the city newspaper "Our Kostanay".

Keywords: regional media, crisis, the digital revolution, the media market, auctioning Media

ҚАЗАҚСТАНДЫҚ АЙМАҚТЫҚ БАҚ: ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ, МӘСЕЛЕЛЕРІ, ДАМУЫ

Кунгурова О.Г. – филология ғылымдарының кандидаты, доцент, А.Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті

Никитенко Е.Л. – магистрант, А.Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті

Мақалада Қазақстанның аймақтық БАҚ-н бағыттау мен қызметтеудегі заманауи өзекті мәселелер туралы сөз қозғалған. Сонымен қатар мақалада 2009 жылғы әлемдік экономикада, бүгінгі сандық революцияда болып жатқан дағдарыспен байланысты, Қазақстанның медианарығындағы жағдайға әсері бар әлеуметтік-экономикалық себептер белгіленген. Нәтижесінде сатылым саны, жарнамадан түсетін пайда азайып, мемлекеттік қолдаудың болмауы еліміздің баспа БАҚ нарығындағы экономикалық көрсеткіштің төмендеуіне әкеліп соқты.

Мақала авторларымен 2014 жылдың желтоқсанында, ҚР БАҚ жетекшілері мен атақты журналистерін жинаған «Аймақтық медиасеріктестік: Трансформация. Консолидация. Даму» атты жалпықазақстандық медиаконгресс материалдары сарапталынып, ұсынылған. 2014 жылдың 30 сәуіріндегі үкіметтің санкциялық қаулысында қаралған аймақтық БАҚ-ты акциянерлеу және оның

мәселелері қарастырылған. «Наш Костанай» қалалық газетін акционерлік қоғамға айналдырудың нақты мысалдары қарастырылған.

Негізгі ұғымдар: аймақтық БАҚ, дағдарыс, сандық революция, медианарық, БАҚ-ты акциялау.

В современной казахстанской действительности проблемы развития региональных СМИ, их будущее являются актуальными для медиарынка. Активное развитие интернета, мультимедийных и цифровых технологий диктуют традиционной прессе необходимость поисков новых форматов для сохранения своей жизнеспособности. В 2009 г. решающее влияние на состояние казахстанского рынка печатных СМИ оказал финансово-экономический кризис, неизбежным следствием которого стало падение потребительской активности населения. Граждане РК стали рациональнее в своем выборе, в силу чего массово исключили из потребительской корзины все то, без чего можно обойтись. Нередко в число «ненужных» товаров попадала пресса. Падение продаж, рекламных доходов и отсутствие государственной поддержки негативно сказались на экономических показателях рынка печатных СМИ страны. При сохранении и даже увеличении себестоимости производства газет и журналов, а также затрат на их распространение, рекламные доходы, объемы печатных изданий и загрузка полиграфических предприятий в 2009 г. резко упали, что привело к сокращению персонала в СМИ и полиграфии до 30% и более. Одновременно замораживались или уменьшались зарплаты оставшихся сотрудников.

Нельзя не учитывать и то обстоятельство, что сегодня индустрия печатных СМИ переживает иной кризис - кризис современной модели издательского бизнеса, порожденный цифровой революцией. За счет уникальных потребительских свойств бумага как медианоситель будет востребована, скорее всего, еще годы, но издателям следует активнее работать в цифровых форматах и по нарастающей использовать их возможности. Иначе сохранить аудиторию печатной прессы и ее рекламный потенциал с каждым годом будет все сложнее.

Современные споры о том, как называть социологию, изучающую функционирование прессы, радио, телевидения в обществе, - социологией СМИ, социологией средств массовой коммуникации, социологией журналистики, - отражают своеобразный резкий поворот в социологических представлениях от трактовки СМИ как жестко управляемой, контролируемой системы к пониманию специфики массовой коммуникации, обладающей качествами саморазвивающейся, саморегулируемой системы. В этой связи понимание задач, стоящих перед современной социологией, претерпевает изменения под влиянием последствий радикального изменения общественного строя, интенсивно осваиваемых новых информационных технологий. Одна из главных тем анализа современных СМИ - влияние на информационные процессы. Оно может быть преобладающим со стороны властных структур, финансово-промышленных групп, собственников СМИ, партий и общественных организаций, общественного мнения, самих сотрудников редакций, журналистов. Эти аспекты изучения региональных СМИ представлены с разной степенью полноты и глубины в исследованиях большей части авторов ближнего и дальнего зарубежья - Грушина Б.А. [1], Вачнадзе [2], Дуган Е.Я. [3], Habermas J.[4], Abramson A. [5], Ardan S. [6].

Признавая важность и значимость проделанной работы, приходится констатировать, что в исследованиях названных и других авторов средства массовой информации рассматривались достаточно традиционно, то есть как элементы единой централизованной системы. Территориальная их дифференциация, ее последствия и влияние на конечный результат не выделялись в отдельный предмет исследования, и региональные структуры в системе СМИ самостоятельно не рассматривались.

Очевидно, что для регионального рынка прессы в РК сегодня остаются актуальными следующие проблемы: сокращение тиражей периодических СМИ, падение интереса к чтению среди потенциальных потребителей, появление цифровых носителей.

Отметим, что ситуация с казахстанскими региональными СМИ не раз озвучивалась на разных уровнях - от журналистских форумов до парламента страны. Проблемам региональных СМИ РК были посвящены сразу два программных общекзахстанских публичных медиамероприятия в финале 2014 года. 28-29 ноября в Актау прошел медиаконгресс «Региональное медиасотрудничество: Трансформация. Консолидация. Развитие», собравший известных журналистов и руководителей СМИ со всего Казахстана. Организаторами медиаконгресса выступили - Союз журналистов Казахстана, интернет-ассоциация Казахстана при поддержке СМИ при президенте РК и акимата Мангистауской области.

Два дня президент Союза журналистов Казахстана Сейтказы Матаев, журналисты Марат Асипов и Серикбек Жанболатов вместе с другими участниками форума обсуждали проблемы современной казахстанской журналистики и аспекты конкурентоспособности отечественных СМИ. Было обращено внимание на то, что поскольку время диктует новые вызовы, медийные тренды, задававшие тон на протяжении нескольких лет, уже не волнуют умы читателей и зрительской аудитории. Мы переживаем время быстрой, почти мгновенной реакции на события. Вместе со СМИ меняются подходы работы с населением и у местной исполнительной власти. Обратную связь от

наших граждан мы получаем в реальном времени. Задача современной журналистики - не просто реагировать, а решать конкретные проблемы.

Говоря об эффективности региональных СМИ, президент интернет-ассоциации Казахстана Шавкат Сабилов отметил, что за последние два-три года казахстанский интернет растет только за счет регионов: «Такие крупные города, как Алматы и Астана, уже не дают прироста пользователей. По сути, все пользователи интернета сегодня в регионе: Актау, Атырау, Кызылорда и т.д. Поэтому сегодня мы здесь. Как регионы могут работать с центральными СМИ? Какова эффективность региональных СМИ? Важная скрипка в медиасфере должна принадлежать региону. Одна из проблем – воровство трафика. Это становится проблемой номер один, в особенности нормальных медийщиков, которые работают над созданием контента, но теряют деньги». По мнению Шавката Сабирова, агрегаторы новостей, которые ничего не делают и только ссылаясь, аккумулируют у себя готовые труды журналистов, равносильны ворами. Даже ссылка на источник при использовании материала не оправдывает их действия, поэтому в медийном пространстве пришла пора переходить на правовой уровень и заключать договоры.

Как зарабатывать СМИ? Как удержаться на плаву? Нужен ли государственный социальный заказ? Не формирует ли госзаказ чувство иждивенчества и не расслабляет ли СМИ? Главный редактор газеты «Жас Алаш» Рысбек Сарсенбаев отметил на форуме, что казахскоязычные СМИ всегда готовы к конкуренции. Он уверен: кто не смог остаться на плаву, тот виноват сам. Не нужно заниматься постоянным подкармливанием из бюджета, развивая инфантильность в некоторых изданиях. Р. Сарсенбаев подверг критике принудительную подписку на официальные газеты, считая это неправильным. В итоге участники форума приняли Актаускую декларацию казахстанской прессы. Проиллюстрируем наиболее значимые ее акценты: «Мы, участники медиа-конгресса в Актау, считаем, что в условиях новых вызовов, связанных глобализацией и развитием новых технологий, необходимо признать что государственная информационная политика в отношении СМИ, особенно региональных, носит не системный характер. И предлагаем реформировать региональную прессу с учетом новых вызовов, связанных с информационной глобализацией и развитием новых технологий. При этом необходимо учесть фактор быстрого реагирования на события с появлением социальных сетей. Важность приобретает подготовка, выпуск и распространение собственного контента и эксклюзивных материалов. Все это можно сделать только в условиях творческого поиска и редакционной самостоятельности». Кроме того, участники форума предложили акционировать областные, городские и районные газеты: «При этом при их полном государственном пакете провести аукцион с адресной продажей не менее 49% акций творческому коллективу. Это позволит повысить уровень доверия и творческий потенциал редакции по поиску дополнительных средств (спонсорских, рекламных и др.) для выпуска издания».

Отметим, что предложение об акционировании региональных СМИ, прозвучавшее на форуме, в реальной действительности уже нашло отражение в ранее принятом государственном постановлении. Так, согласно постановлению правительства Казахстана № 429 от 30 апреля 2014 года казахстанские СМИ должны в скором времени подвергнуться приватизации. По комплексному плану на 2014-2016 годы этим процессом будет охвачено 35 СМИ. Из них 27 городских, районных и областных газет, в том числе 49% акций газеты «Индустриальная Караганда», половина акций газет «Наш Костанай» и «Рудненский рабочий». Также будут приватизированы Жезказганская городская дирекция телерадиовещания «Дидар» (49%) и Рудненская городская редакция телерадиовещания «Рудный даусы» (50%), «Радио Рауан» (100%), медиахолдинг «Жетысу Акпарат» (100%), «Мангистау - Медиа» (51%), «Шахтинск Инфо» (49%). Кроме того, на коммерческий тендер будут выставлены акции «Медиа-корпорации «ЗАН».

«Такой подход правительства можно только приветствовать. Это создает прецедент для других СМИ, где государство имеет контрольный пакет акций, в частности, в республиканских газетах, телевидении и радио», - отметил в комментарии КазТАГ председатель правления Союза журналистов Казахстана Сейтказы Матаев. Вот только, по его мнению, опасение вызывает то, «в чьи руки может уйти пресса»: «Если акции перейдут трудовому коллективу журналистов с целью сохранения исторических традиций и свободы творчества, то журналистское сообщество воспримет это положительно, а если издание выкупят аффилированные с государством структуры, то не стоит затевать такую приватизацию. Боюсь, что возобладает второй вариант. Хотя за годы независимости частная пресса показала, что может быть партнером государства, и доказала, что в этих редакциях трудятся патриоты страны».

Тендер по продаже 50% доли городской газеты "Наш Костанай" состоялся 25 ноября 2014 года. На основании постановления акимат Костанайской области издал постановление №231 от 23 мая 2014 года, в котором названы предприятия и организации, подлежащие приватизации. Согласно условиям тендера, новый совладелец не имеет права менять основной профиль деятельности СМИ в течение 5 лет. На этот срок он ограничен в правах проведения каких-либо сделок, то есть не имеет права продать, закрыть газету и так далее. СМИ, основанное более 20 лет назад, оценили в 21 млн 922 тыс. тенге, в эту сумму вошли стоимость здания, автомобилей и техники, необходимой для выпуска газеты. Соответственно, 50% от этой суммы составили 10 млн 961 тыс. тенге. ТОО

«ELECTRIC SKY» на сайте электронных закупок предложило 11 млн тенге. В перечне было и ТОО «Газета «Наш Костанай». Последствия проведения этого тендера обернулись судебными разбирательствами. Дело в том, что главный редактор газеты «Наш Костанай» 19 ноября обратилась к акиму города с предложением внести изменения в тендерную документацию в связи с необходимостью указать на условие сохранения штата издания. 22 ноября объявление об этом вышло в региональной газете «Костанайские новости», однако тендер все равно был проведен. Кстати, ТОО «ELECTRIC SKY» уже приобрело газеты в Камыстинском и Мендыкаринском районах. По неофициальным данным, в редакциях этих газет после продажи сразу сократили штат сотрудников. «На информационном рынке мы работаем давно, поэтому знаем, что приобрели и как работать, - сообщил местной прессе представитель ТОО «ELECTRIC SKY», который отказался назвать свою фамилию до подписания договора. - Мы постараемся улучшить газету "Наш Костанай" по содержанию и оформлению. Там есть над чем работать». Обнаруженные нарушения в процессе проведения тендера не позволяют считать его результативным. Отметим также, что, несмотря на заявление «ELECTRIC SKY» о давнем присутствии на костанайском медиарынке, эта фирма ранее специалистам не была известна. Так что опасения С.Матаева, судя по костанайской ситуации, не безосновательны.

Таким образом, в настоящее время в Казахстане региональные СМИ стали вполне равноправным элементом системы социального управления и играют свою собственную, не менее ответственную роль в удовлетворении информационных, культурных и других жизненно важных потребностей общественности. СМИ в рыночных условиях являются средством производства и одновременно товаром, а потому должны иметь конкретных ответственных и адекватных владельцев, которые определяли бы экономическую политику СМИ и - как следствие - их информационную политику.

Литература:

1. Грушин Б.А. Эффективность средств массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. - М., 1979, 64 с.
2. Вачнадзе Г.Н. Всемирное телевидение. Тбилиси, 1989, 81 с;
3. Дугин Е.Я. СМИ как институт прямой демократии в условиях перестройки. - Автореф. дисс. Докт. Социол. Наук. - М., 1990.-40 с.
4. Habermas J. The theory of communicative action. L. 1984.
5. Abramson A. The history of television, 1988 to 1941, Mc Farland, Jefferson, 1987
6. Ардан Ф. Франция: государственная система и СМИ, МИД Франции. ЮЛ, М., 1994, 174 с.

References:

1. Grushin B.A. Jeffektivnost' sredstv massovoj informacii i propagandy: ponjatie i problemy izmerenija. -M., 1979, 64 s.
2. Vachnadze G.N. Vsemirnoe televidenie. Tbilisi, 1989, 81 s;
3. Dugin E.Ja. SMI kak institut prjamoj demokratii v uslovijah perestrojki. - Avtoref. diss. Dokt. Sociol. Nauk. — M., 1990.-40 s.
4. Habermas J. The theory of communicative action. L. 1984.
5. Abramson A., The history of television, 1988 to 1941, Mc Farland, Jefferson, 1987
6. Ardan F., Francija: gosudarstvennaja sistema i SMI, MID Francii. JuL, M., 1994, 174 s.

Сведения об авторе

Кунгурова О.Г. – доцент кафедры журналистики и коммуникационного менеджмента Костанайского государственного университета им. А.Байтұрсынова, кандидат филологических наук, г.Костанай, Аль-Фараби, 45, кв.28, тел. 87142269230

Никитенко Е.Л. – магистрант специальности «Журналистика» Костанайского государственного университета им. А.Байтұрсынова, г.Костанай, Аль-Фараби,90, тел. 87142511193.

Кунгурова О.Г. – А.Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті журналистика және коммуникациялық менеджмент кафедрасының доценті, филология ғылымдарының кандидаты, Қостанай қ., Аль-Фараби, 45, 28 пәтер, тел. 87142269230

Никитенко Е.Л. – А.Байтұрсынов атындағы Қостанай мемлекеттік университеті «Журналистика» мамандығының магистранты, Қостанай қ., Аль-Фараби,90, тел. 87142511193.

Kungurova O.G. - Associate Professor of Journalism and Communication Management of Kostanay State University A.Baitursynov, Ph.D., Kostanay, Al-Farabi, 45, kv.28, tel.number 87142269230

Nikitenko E.L. - Undergraduate specialty "Journalism" Kostanay State University A.Baitursynov, Kostanay, Al-Farabi, 90, tel.number 87142511193.