

УДК 654.19; 002.2

С.Х. Барлыбаева

Казахский национальный университет им. аль-Фараби, Республика Казахстан, г. Алматы
E-mail: tv.headmaster@gmail.com

Перспективы развития вещательной индустрии Казахстана

В статье вы ознакомитесь с развитием вещательной индустрии Казахстана, с новыми тенденциями в области средств массовой коммуникации страны. Развитие современного казахстанского общества происходит под влиянием возрастающей роли вещательной индустрии в процессе интеграции в международное информационное пространство, где важную роль играет государственная программа «Информационный Казахстан-2020» и переход страны на цифровое вещание к 2015 году.

Ключевые слова: вещательная индустрия, средства массовой коммуникации, информационный Казахстан, интеграция, информационная глобализация.

S.Kh. Barlybayeva

The perspectives of development broadcasting industry in Kazakhstan

This article is about development of broadcasting industry in Kazakhstan, about new tendencies in mass communication. The development of modern society is going under influence the role broadcasting industry in process integration in to international information sphere, where the important role is play government program “Information Kazakhstan-2020” and transition the country on digital broadcasting to 2015 year.

Keywords: broadcasting industry, mass communication, information Kazakhstan, integration, information globalization.

С.Х. Барлыбаева

Қазақстанның хабар тарату индустриясының даму болашағы

Мақалада Қазақстанның хабар тарату индустриясының даму бағыттарымен және еліміздің бұқаралық коммуникация құралдары саласындағы жаңа тенденциялармен танысасыздар. Заманауи қазақстандық қоғамның дамуы халықаралық ақпараттық кеңістікте интеграциялану процесі негізінде хабар тарату индустриясы рөлінің күшеюімен жүзеге асырылуда. Бұл ретте «Ақпараттық Қазақстан-2020» мемлекеттік бағдарламасы және еліміздің 2015 жылы сандық хабар тарату жүйесіне көшуі маңызды бағыт болып табылады.

Түйін сөздер: хабар тарату индустриясы, бұқаралық коммуникация құралдары, ақпараттық Қазақстан, интеграция, ақпараттық жаһандану.

Новые информационно-коммуникационные технологии и новые медиа, стирающие границы времени и пространства, становятся главными «помощниками» процесса глобализации. А он, в свою очередь, меняет и традиционную экономику, и формы социальной активности, и менталитет, образ жизни, привычки людей. Процесс конвергенции различных сфер коммуникаций и информации сильно повлиял на вещательную индустрию, на развитие телевидения (ТВ) в Казахстане. Усиливающаяся роль этого фактора как средства ускорения темпов глобальной интеграции в экономике и инструмента воздействия на массовое сознание, культуру и международные

отношения, позволяет говорить о возрастающей роли вещательной индустрии на развитие казахстанского общества.

27 ноября 2012 г. правительством страны был одобрен проект государственной программы «Информационный Казахстан-2020». По словам министра транспорта и коммуникаций РК Аскара Жумагалиева: «Программа направлена на внедрение инфокоммуникационных технологий во всех сферах экономики. Это, в свою очередь, позволит решить задачи повышения эффективности системы государственного управления, способствует развитию отечественного информационного пространства. Проектом программы

предусмотрено дальнейшее внедрение современных технологий связи, цифрового телевидения, перевод государственных услуг в электронный формат к 2014 году, активное применение новых технологий в медицине, образовании и других сферах» [1]. Данная программа способствует созданию открытой информационной среды для социально-экономического и культурного развития казахстанского общества.

В программе «Информационный Казахстан-2020» особый акцент делается на развитие медийного вещательного пространства, на производстве казахстанского контента, на повышении уровня удовлетворенности отечественным информационно-культурным продуктом. В результате этого, как отметил экс-министр культуры и информации Казахстана Дархан Мынбай, «к 2020 году должно стать увеличение объема телевизионной продукции казахстанского производства до 60% от общего эфирного времени. Число Интернет-сайтов в доменах .kz и .kaz должно увеличиться на 50% по сравнению с 2012 годом. Объем производства ТВ продукции способом размещения заказа среди частных телеканалов на условии софинансирования составит не менее 15 проектов в год, при этом объем переданного государственными телеканалами в аутсорсинг составит 60%. Казахские телеканалы станут доступны на территории 110 стран, как отметил экс-министр Д. Мынбай, – а количество СМИ в Интернете составит 95% от их общего количества. К 2020 году количество абонентов национальной спутниковой сети должно достигнуть 1 млн. человек» [2].

За последние два года в казахстанский телеэфир были запущены специализированные телеканалы: «Мәдениет» (Культура), «Балапан» (Детский канал), «Білім» (Знание), «24.kz» (Новостной канал). Такая дифференциация телеканалов будет постепенно расти в Казахстане, развивая узкоспециализированные республиканские и региональные телеформаты.

Модернизация страны может быть успешной при сохранении обществом своей идентичности в условиях информационной глобализации, что достигается в процессе баланса между внешними и внутренними обстоятельствами, между импульсом извне и внутренним потенциалом общества к совершенствованию. Разработку национальной политики в области информационной и вещательной индустрии можно рассматривать

как важный компонент развития страны и вхождения ее в международное информационное пространство.

В программной статье «Социальная модернизация Казахстана: двадцать шагов к обществу всеобщего труда» президент Н. Назарбаев указал на необходимость продолжения продвижения глобальной информации о Казахстане с использованием самых современных информационных технологий. По его словам, предметом «особой заботы» должна стать «настойчивая работа в информационном пространстве» партнеров Казахстана по ЕЭП и в целом на евразийском пространстве. Глава государства отметил, что «нам важно донести до населения стран-партнеров весь динамизм модернизационного процесса в Казахстане, сделав его притягательным примером в ЕЭП и СНГ».

Информационная среда охватывает все сферы общества. Благодаря информационным каналам, как по артериям идет различная многофункциональная информация. Она как воздух необходима для жизнедеятельности людей, развития информационного пространства. Масс медиа играют важную конструктивную роль в обеспечении мира и стабильности, в освещении и информировании граждан страны.

В рамках интеграционных процессов за прошедшие годы наметилась определенная тенденция по созданию системы информационного межгосударственного взаимодействия. При этом каждая страна, стремясь внести свой вклад в интеграционные процессы, предпринимает все возможное, чтобы создать свое собственное информационное пространство. К примеру, казахские СМИ давно работают в условиях конкуренции с зарубежными СМИ. Для создания отечественных журналистских продуктов создаются все условия – оказывается государственная поддержка, благодаря переходу к цифровому телевидению будет обеспечен доступ к отечественному вещанию всем казахстанцам.

Важнейшим приоритетом для Казахстана является переход страны на цифровое вещание к 2015 году, что обусловлено общемировыми тенденциями – Международным Союзом Электросвязи в рамках соглашения «Женева-2006» переходным периодом (2007-2015 гг.) для внедрения цифрового вещания. В Казахстане разработана

Государственная программа развития цифрового телерадиовещания в РК на 2008-2015 годы. Данная Программа осуществляется в четыре этапа:

1. Подготовительный этап – первая половина 2008 года.
2. Организационный этап – 2009 год.
3. Реализационный – 2009-2014 годы.
4. Завершающий – 2014-2015 годы [3].

С июля 2012 года в стране запущена сеть цифрового эфирного телевидения в Астане, Алматы, Караганде, Джезказгане и Жанаозене. В общей сложности сеть будет включать в себя 827 радиотелевизионных станций. В Астане, Алматы и областных центрах передаются два мультиплекса, эквивалентные 30 каналам SDTV, в остальных населенных пунктах – один мультиплекс из 15 телеканалов. В 2013 году национальная спутниковая сеть «ОТАУ- TV» охватит цифровым вещанием 400 тысяч новых абонентов [4].

Казахстан, перенимая опыт зарубежных стран, учитывает исторические, социальные, культурные традиции, менталитет, образ жизни народов, населяющих республику. Масс медиа способствуют поддержанию социальной сплоченности в условиях, когда стрессы растущей глобализации, миграционные и урбанизационные процессы обуславливают все большую взаимозависимость между народами.

Доля негосударственных СМИ на информационном рынке страны составляет 85%. Наибольший процент среди печатных масс-медиа составляют: общественно-политические издания – 36%, информационные – 32%, научно-аналитические – 27%. Из общего числа газет почти половина выходит на казахском и русском языках, есть газеты, выходящие только на казахском или только на русском языках, часть газет выходит на уйгурском, корейском, английском, немецком и других языках.

На поддержку этнических средств массовой информации и освещение межэтнических отношений с 2005 года финансирование увеличено более чем в 4 раза. Газеты и журналы в Казахстане выпускаются на 15 языках, радиопередачи выходят на восьми, телепередачи на 11 языках. Государством выделяются средства на поддержку деятельности 19 этнических СМИ, а всего их – 33 [5].

Общенациональный охват электронными СМИ осуществляют 11 телеканалов и 5 радио-

станций. На республиканском уровне вещают: телеканалы «Хабар» – 98,19%, «Казахстан» – 98,06%, «Ел-Арна» – 83,58%, «Первый канал Евразия» – 78,82%, Казахское радио – 93,2%.

Функционирует спутниковый канал «Caspionet», вещающий на территории Центральной Азии, Среднего Востока, Европы и Северной Африки. В 2011 году «Caspionet» начал вещание в США, а его программы стали доступны странам американского континента [6].

Сельская местность охвачена вещанием государственных каналов: «Хабар», «Казахстан», «Ел-Арна». Негосударственные республиканские телерадиокомпании, осуществляющие вещание на значительной территории страны за счет собственных средств: «КТК», «НТК», «31 канал», «СТВ», «Русское-радио-Азия», «Европа плюс Казахстан», «NS радио.

На внутреннем казахстанском информационном рынке функционируют около 2.400 иностранных СМИ, включая 2.309 газет и журналов, 83 телерадиопрограмм. В Казахстане аккредитованы более 80 представителей зарубежных СМИ, среди них зарубежные информационные агентства: ИТАР-ТАСС, РИА «Новости», Рейтер, Франц-Пресс, Синьхуа и другие. Около 90% от общего числа наименований иностранных СМИ существуют на территории республики на русском языке, 5% – на английском, 5% – на других языках народов мира. Крупнейшими сетями распространения иностранных СМИ на территории республики являются: АО «Казпочта», ТОО «Совместное предприятие «АиФ-Казахстан», АО «Евразия-пресс», АО «Алма-ТВ», ТОО «Секател», «Казцентр-ТВ», «Кателко+».

Расширяющееся медийное пространство обновляет социальный климат в обществе. Так сравнительный анализ особенностей медиа потребления в Казахстане, проведенный Общественным фондом «Стратегия» (декабрь 2010-декабрь 2011гг.) в рамках проекта «Евразийский монитор», показал, что наиболее востребованным медиа является телевизор, он есть в каждом доме, 91% – любят смотреть ТВ передачи в Казахстане, 22% – читают газеты каждый или почти каждый день. Высокий уровень востребованности у мобильных телефонов – 86% опрошенных в стране, владение компьютерами (в том числе ноутбуками) – 52%, однако выход в Интернет – 35% опрошенных, которые имеют

компьютер; показатель подключения к спутниковому ТВ – 29%, к кабельному ТВ подключена – треть опрошенных. На вопрос: «К каким источникам информации вы обратились бы в первую очередь, чтобы узнать о событиях в политической, экономической, культурной жизни?» – 64% казахстанцев ответили, что к отечественному ТВ. Казахстанцы чаще опрошенных в других странах СНГ (Содружество Независимых Государств) ищут информацию в отечественных газетах и журналах – 34%. Но наши соотечественники более активны в потреблении телевизионных каналов, чем в других постсоветских странах.

Из сравнительно новейших медиа, как показывает данный социологический опрос, (выборка 1.100-2.000 человек) высокий уровень потребления имеют мобильные телефоны. Компьютер и выход в Интернет становятся достаточно востребованными видами медиа, однако темп роста их потребления, как и сам охват, еще не являются значительными. На тенденцию роста влияет целый комплекс факторов, к которым можно отнести: уровень урбанизации, уровень материальной обеспеченности населения, уровень телефонизации, общий культурный уровень развития страны и др. В медиа потреблении Казахстана, в рейтинге популярности СМИ – лидируют: отечественное телевидение и печатные СМИ.

В Казахстане чаще, чем в других странах СНГ востребованы зарубежные, российские масс медиа, особенно ТВ. И также более выражен интерес к международным событиям. Более 60% опрошенных в стране уверяют, что главными источниками получаемой информации являются отечественные СМИ. Как отмечает ОФ «Стратегия», «в целом жители Казахстана продемонстрировали относительно высокий уровень активности в познавательных процессах, это отразилось и на высоком уровне потребления различных медиа. Удовлетворять свой интерес казахстанцы могут с помощью различных современных коммуникационных средств, отдавая предпочтения тем из них, которые более распространены и экономически приемлемы. Приоритет в выборе был отдан казахстанским СМИ, зарубежные же, в первую очередь российские масс медиа, играют, скорее, дополняющую роль [7].

Создание информационно-вещательной инфраструктуры позволяет говорить об обновлении ситуации в области массовой коммуникации, новых медиа, основанной на социально-экономических и культурных преобразованиях в обществе. На повестку дня встают вопросы конкурентоспособности СМК с зарубежными СМИ, качества традиционных и новых медиа, заполнения новых СМИ отечественным контентом (содержанием), производством казахстанских IT-продуктов и услуг.

В условиях мировых вещательных тенденций, таких, как: глобализация, конвергенция, дигитализация, мультикультурная направленность, актуальным становятся вопросы сохранения национальной культурной самобытности, специфики духовной культуры, искусства, ценностных норм социальной жизни. Задача развития вещательной индустрии, таким образом, рассматривается как противоречивый процесс интеграции в общемировое пространство и, в то же время, ограничения его нивелирующего воздействия на своеобразие национальных культур, самобытности народов, населяющих республику.

Вещательная коммуникация влияет на все стороны жизнедеятельности общества. У населения появляется широкий выбор коммуникационных услуг, телерадиоканалов: кабельно-спутниковых, Интернет-вещания, мобильной телефонии и др. Развитие общества становится более динамичным, мобильным за счет интерактивности, оперативности, доступности информации и коммуникации, и СМК играют в этом важную роль.

Вещательная индустрия переходит на новый количественный и качественный уровень. Электронные средства массовой информации Казахстана первыми реагируют на вызов времени, они изменяют свою политику, стремясь соответствовать новым возросшим требованиям. Социально-экономические изменения казахстанского общества определили направление развития масс медиа республики. Политика открытости и сотрудничества дает возможность создавать новые коммуникационные пути, открыть новые вещательные перспективы, и в этом масс медиа играют важную роль.

Литература

- 1 Казахстанская правда. – 27 ноября 2012.
- 2 Казинформ. – 27 ноября 2012.
- 3 Государственная программа развития цифрового телерадиовещания в Республики Казахстан на 2008-2015 годы.
- 4 ТРК «Хабар». – 18 января 2013.
- 5 Онербаева К. Нация создателей // Экспресс-Казахстан. – 2011. – 2 июля. – С. 5.
- 6 ТРК «Хабар». – 20 сентября 2011.
- 7 <http://www/eurasiamonitor.org/rus/>

References

- 1 Kazakhstanskaya Pravda, 27 November 2012.
- 2 Kazinform, 27 November 2012.
- 3 The Government programme of development digital broadcasting in Republic Kazakhstan on 2008-2015 years.
- 4 TRC “Habar”, 18 January 2013.
- 5 Onerbayeva K. The nation of creators // Express-Kazakhstan, 2 July 2012. – P.5
- 6 TRC “Habar” 20 September 2011.
- 7 <http://www/eurasiamonitor.org/rus/>