

Шурентаев А.М.¹, Есдәулетов А.О.²

¹докторант, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Қазақстан, Астана қ., e-mail: shurentaev@mail.ru

²ф.ғ.к., Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті,
Қазақстан, Астана қ., e-mail: aitken57@mail.ru

БАҚ-ТЫ МЕМЛЕКЕТТІК ҚОЛДАУ ЖҮЙЕСІНІҢ ҚҰҚЫҚТЫҚ НЕГІЗДЕРІ

Қазақстан Республикасы Тәуелсіздік алғаннан кейін өзінің ақпараттық нарығын құруға көшті. Осы тұста мемлекет тарапынан бұқаралық ақпарат құралдарын қолдау, әлемдік экономикалық дағдарыс кезінде оларды қаржыландыру механизмдері пайда болды. Солардың бірі мемлекеттік ақпараттық тапсырыс. Медианы мемлекеттік қаржыландыру қазақстандық жаңалық емес, бұл батыс елдерінде қолданылатын БАҚ-ты қолдаудың тәжірибелік механизмі.

Бұл зерттеудің мақсаты Қазақстандағы БАҚ-ты мемлекеттік қаржыландыру саласының ағымдағы жағдайын зерделеп, соңғы жылдардағы бюджет қаражатының жұмсалуды бағалау.

Жыл өткен сайын елімізде мемлекеттік қаржыландыруға жұмсалатын қаражаттың өсуімен қатар, тапсырысты алуға ниет білдірушілердің саны да артып келеді. «Құқықтық медиа-орталық» ҚҚ деректері бойынша ақпараттық саясатты жүргізуге 2009-2016 жылдар аралығында мемлекет бюджетінен отандық бұқаралық ақпарат құралдарына 209,6 млрд теңге бөлінген. Қазіргі экономикалық нарық заманында кез келген бюджеттік қаржы ашық және тиімді жұмсалуды қажет. Бірақ, Қазақстан Республикасында БАҚ-ты мемлекеттік қолдау жүйесінде бұл әзірше орындалмай отыр. Мәселен, 2017 жылдың шілде айында ҚР ақпарат және коммуникация министрлігі сайтында мемлекеттік ақпараттық саясатты жүргізу бойынша мемлекеттік тапсырысты орналастырудың қорытынды хаттамасы жарияланды. Бірақ, министрлік екі миллиардтан астам теңге бюджеттік қаражатты кімдер алғандығы туралы ақпаратты беруден бас тартып отыр. Қазір сот процесі жүріп жатыр.

Бұл мақалада Қазақстандағы мемлекеттік ақпараттық тапсырыстың қажеттілігі және оған бөлінетін мемлекеттік қаражаттың жұмсалуды туралы ақпараттың ашықтылығын талап етушілердің екі жақты көзқарастары беріледі. Сонымен қатар заң тұрғысынан мемлекеттік қолдау жүйесіне жан-жақты талдау жасалынып, шетелдегі БАҚ-ты қолдауы мен қаржыландыру ерекшеліктері салыстырмалы түрде қарастырылады.

Түйін сөздер: мемлекеттік қолдау, мемлекеттік ақпараттық тапсырыс, БАҚ туралы заң, журналистика, дотация, қаржыландыру, құқық.

Shurentayev A.M.¹, Yesdauletov A.O.²

¹doctoral student, L.N. Gumilev Eurasian National University, Kazakhstan, Astana, e-mail: shurentaev@mail.ru

²Candidate of Philological Sciences, L.N. Gumilev Eurasian National University,
Kazakhstan, Astana, e-mail: aitken57@mail.ru

Legal basis of the system of state support to the media

From the first days after the declaration of independence in the Republic of Kazakhstan for the establishment and development of a young independent state, one of the priority directions was the formation of the information space of the country and the support of domestic media for the protection of the domestic information market. One of the effective mechanisms of which was the state information order, that is, financial support of the mass media. State support for media is not a Kazakh innovation, but a practical mechanism for supporting mass media used in Western countries.

The purpose of this study was to study the current situation in the field of public media financing in Kazakhstan and estimate the budget expenditures for a certain period.

In recent years, we have seen an increase in the volume of public funding and an increase in the number of recipients of the information order. According to the PF "Legal Media Center" in the period

from 2009 to 2016, KZT 209.6 billion was allocated from the republican budget for information policy on improving the image of state bodies. In the conditions of the market and the proclamation of the openness of the society, the distribution of government orders for the implementation of the information policy should be open, which is not yet available in the system of state support for the media in Kazakhstan. In July 2017, on the website of the Ministry of Information and Communications of the Republic of Kazakhstan, a protocol was published of the results of the placement of the state order for conducting state information policy at the republican level. However, the ministry refused to publish information about who received the budget funds totaling over two billion tenge. Now trials are underway.

In this article, two opposing views are considered – supporting the state information order, on the one hand, and on the other hand, requiring open information in the allocation of the state budget. At the same time, a comparative analysis of the legal foundations of the system of financial support of mass media in Kazakhstan and foreign countries is given.

Key words: governmental support, state information order, Media law, journalism, financing, right.

Шурентаев А.М.¹, Есдаулетов А.О.²

¹докторант, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Казахстан, г. Астана, e-mail: shurentaev@mail.ru

²к.ф.н., Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Казахстан, г. Астана, e-mail: aitken57@mail.ru

Правовые основы системы государственной поддержки СМИ

С первых дней после провозглашения независимости в Республике Казахстан для становления и развития молодого независимого государства одним из приоритетных направлений стало формирование информационного пространства страны и поддержка отечественных СМИ для защиты внутреннего информационного рынка, одним из действенных механизмов которого явился государственный информационный заказ, то есть финансовая поддержка средств массовой информации. Меры государственной поддержки медиа не есть казахстанское новшество, а применяемый в западных странах практический механизм поддержки СМИ.

Целью данного исследования стало изучение текущей ситуации в сфере государственного финансирования СМИ в Казахстане и оценка бюджетных расходов за определенный период.

В последние годы мы наблюдаем рост объема государственного финансирования и увеличение количества получателей информационного заказа. По данным ОФ «Правовой медиациентр» в период с 2009 по 2016 годы из республиканского бюджета на проведение информационной политики по улучшению имиджа государственных органов было выделено 209,6 млрд тенге. В условиях рынка и провозглашения открытости общества распределение госзаказа на проведение информационной политики должно быть открытым, чего пока нет в системе государственной поддержки СМИ в РК. В июле 2017 года на сайте Министерства информации и коммуникаций РК был опубликован протокол итогов размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском уровне. Однако информацию о том, кто именно получил бюджетные средства общей суммой свыше двух миллиардов тенге, министерство опубликовать отказалось. Сейчас проходят судебные процессы.

В данной статье рассматриваются два противоположных мнения: поддерживающих государственный информационный заказ, с одной стороны, и с другой – требующих открытости информации при распределении государственного бюджета. Вместе с тем дается сравнительный анализ правовых основ системы финансовой поддержки СМИ в Казахстане и зарубежных стран.

Ключевые слова: государственная поддержка, государственный информационный заказ, закон о СМИ, журналистика, дотация, финансирование, право.

Егемендік жылдарында Қазақстанның партиялық жүйесі түбегейлі өзгерді. Кеңестік дәуірде үстемдік еткен бірпартиялық жүйенің орнына бірте-бірте көппартиялық жүйе орнықты. Кез келген қоғамның саяси жүйесінің дамуында бұқаралық ақпарат құралдарының атқаратын қызметі өте зор. Өйткені қоғамның саяси-әлеуметтік өмірін күнделікті ақпарат таратусыз көзге елестету мүмкін емес.

XX ғасырдың 90-шы жылдарында құрамында жүзден астам ұлт өкілдері бар казак-

стандық қоғамның елдігін сақтай отырып, мемлекетті нығайту және жаһандық ақпараттық байланыстар жүйесіне ену үшін жеке ақпараттық кеңістік құру қажеттілігі туындады.

Американдық экономист, Нобель сыйлығының лауреаты Джозеф Стиглиц кез келген қоғам ақпараттың ашық болғанын қалайды. Өйткені, құпиялылық мемлекеттің демократиялық үдерісіне кедергі болады. Осыған байланысты қоғам өкіметтен кез келген ақпаратты талап етуі мүмкін. Сондықтан, құпиялы ақпаратты

анықтайтын және сөз бостандығын қорғайтын заңдардың қажеттілігі туралы айтқан болатын (Stiglitz J., 2002).

Егемен Қазақстанның алғашқы заңдарының қатарында 1991 жылы шыққан «Баспасөз және бұқаралық ақпараттың басқа да құралдары туралы» Заңы қабылданды, оның жаңашылдығы мен демократиялылығы қазақстандық БАҚ-тың дамуы факторына айналды (Нұртазина Р.Ә., 2014: 81). Ескерте кетейік, осы күндері бұл дата (28 маусым) «Байланыс және бұқаралық ақпарат құралдары күні» ретінде белгіленіп, Қазақстан журналистерінің кәсіби мерекесі аталып келеді.

Нарықтық экономика жағдайында қағаз, баспа және байланыс қызметтерінің бағасының жоғарылауы отандық бұқаралық ақпарат құралдарының дамуына кедергі болды. Осыған байланысты 1992 жылдың сәуір айында Қазақстан Республикасының Президенті Н. Назарбаевтың мерзімді баспасөзді, мемлекеттік кітап баспаларын қағазбен қамтамасыз ету және жеңілдетілген салық туралы мәселені қарастыру туралы Жарлығы шықты (Морозов А.А., 2006). Бұл Президент Жарлығы Қазақстанда тәуелсіз бұқаралық ақпарат құралдарының қалыптасуына да жол ашты. Қазақстанның БАҚ нарығында жаңа басылымдар, телеарналар мен радиостанциялар жұмыс істей бастады.

Ал 2000 жылдардың басында БАҚ қызметін экономикалық реттеу жұмыстары жүргізіле басталды. 2001 жылы Президент Н. Назарбаев қол қойған «Салық және басқа бюджеттік міндетті төлемдер туралы» ҚР Заңына өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» ҚР Заңына сәйкес баспа материалы көлемінің 2/3 бөлігі жарнамаға арналған басылымдардан бөлек барлық мерзімді басылымдар қосылған құн салығынан (ҚҚС) босатылды. Ал электрондық БАҚ-тар үшін телеарна және радиоөнімдері өндірісі шығындарының 16% республикалық бюджеттен өтелетін болған. Бұл салықтық жеңілдіктер отандық ақпараттық нарықтың дамуына ерекше серпіліс берді.

Мәселен, көршілес Ресейде барлық БАҚ-тар үшін жеңілдіктер жүйесі 1991 жылғы БАҚ туралы заңның 19 тармағында қарастырылған. Онда БАҚ өнімінің жарыққа шыққан күнінен бастап екі жыл бойы салық төлемдерінен босатылатындығы көрсетілген. Бұл норма қазір де өз күшінде, тек оның орындалуын талап ету оңай болмай отыр.

Украинада жеңілдіктер ресейліктермен ұқсас болып келеді, БАҚ-тың барлық редакцияларына қарастырылған. Тек оларға жарнамалық, эро-

тикалық, шетел азаматтарымен қаржыландырылатын немесе материалдардың негізгі бөлігі шетелде жасалған БАҚ түрлері иелене алмайды (Рихтер А.Г., 2002).

Сонымен Қазақстанда 2008 жылға дейін көптеген БАҚ-тар үшін табыс табудың ең басты жолы жарнамалық нарық болса, әлемдік экономикалық дағдарыс редакциялардың қаржылық жағдайын қиындата түсті. Осы тұста мемлекет бұқаралық ақпарат құралдарын қолдау мақсатында мемлекеттік ақпараттық тапсырыс арқылы қаржыландыру шешімін қабылдады.

Бұл жайында профессор Р.Ә. Нұртазина «Қазақстан Республикасы: БАҚ және саясат» атты еңбегінде экономикалық дағдарыс мемлекеттік бюджеттен қаржыландырылатын БАҚ топтарына тапсырыстар көмегінің арқасында басқаларға қарағанда азырақ зиян келтіргендігі және мемлекеттік аппарат республикалық басылымдарды – ҚР Ақпарат және байланыс министрлігі арқылы, ал өңірлік басылымдарды жергілікті әкімдіктер арқылы қаржыландыратындығы айтылған (Нұртазина Р.Ә., 2014: 51). Жыл өткен сайын мемлекеттік қаржыландыруға жұмсалатын қаражаттың өсуімен қатар, тапсырысты алушылардың саны да артып келеді.

Мәселен, 2009-2016 жылдар аралығында мемлекет бюджетінен отандық бұқаралық ақпарат құралдарына 209,6 млрд теңге бөлінген. Бұл туралы ақпарат «Құқықтық медиа-орталық» ҚҚ ресми сайтында жарияланған.

Ең көп қаржы «Қазақстан» РТРК» АҚ-ға тиесілі. Телерадиокорпорацияға 7 жылда 67,2 млрд теңгеге жуық қаржы бөлінген. Ал 2016 жылы жұмсалған қаржы 18,9 млрд теңгеден асады.

«Хабар» агенттігі» АҚ жеті жылда мемлекеттік қаржыландыру бойынша 51,7 млрд теңге жұмсаған болса, «Қазтелерадио» АҚ-на 16,2 млрд теңге, басқаларына 5,3 млрд теңге бөлінген.

Ал баспа БАҚ-тар арасынан жақсы қаржылай қолдауды «Егемен Қазақстан» (4,8 млрд теңге) мен «Казахстанская правда» (4,0 млрд теңге) республикалық газеттері алып отырған.

Мемлекеттік қаржы интернет БАҚ-қа да бөлінген. Мәселен, «Қазконент» АҚ 5,8 млрд теңге, «Казинформ» ХАА 1,4 млрд теңге, «Қазақ ақпарат агенттігі» АҚ 838,8 млн теңге жұмсалған.

Жалпы 2009-2016 жылдар аралығында телеарна және радио кешендеріне 140,0 млрд теңге, баспа БАҚ-қа 32,9 млрд, интернет саласына 10,8 млрд, холдингтерге 974,3 млн, басқаларға 25,0 млрд теңге бөлінген («Құқықтық медиа-орталық» қоғамдық қорының ресми сайты).

Қазақстан Республикасының қаржы министрлігінің ақпараты бойынша мемлекеттік ақпараттық тапсырысқа соңғы бес жылда бөлінген қаржы:

2013 жылы – 31 934 578 мың теңге;

2014 жылы – 37 437 541 мың теңге;

2015 жылы – 39 318 844 мың теңге;

2016 жылы – 41 359 060 мың теңге;

2017 жылы – 36 881 214 мың теңге (Диденко О., 2017: 10).

Ал мемлекеттік ақпараттық тапсырысты алушыларды екі топқа бөліп қарастыруға болады. Бірінші топқа мемлекеттік тапсырыстың ең

ірі орындаушылары кіретін болса – «Хабар агенттігі» АҚ, «Қазақстан» РТРК» АҚ, «Қазтелерадио» АҚ және «Қазконтент» АҚ, екінші топқа ақпараттық саладағы мемлекеттік тапсырыстың басқа орындаушыларын жатқызамыз. Олар: «Егемен Қазақстан» АҚ, «Казахстанская правда» АҚ, «Сараптама және ақпарат орталығы» ШЖҚ РМҚ, «МИР» телеарнасының ұлттық филиалы, «Жас өркен» ЖШС және «Қазақ газеттері» ЖШС.

Жалпы мемлекеттік ақпараттық тапсырысқа бөлінген қаржының осы екі топ арасында жіктелуі төмендегі кестеде көрсетілген.

1-кесте – Мемлекеттік ақпараттық тапсырысқа бөлінген қаржының екі топ арасында жіктелуі (Диденко О., 2017: 13-14).

Мемлекеттік ақпарат тапсырыс жылы	Бірінші топқа бөлінген қаржы (мың теңге)	Екінші топқа бөлінген қаржы (мың теңге)
2013	31 418 069	516 509
2014	34 653 251	2 784 290
2015	36 441 162	2 877 682
2016	37 984 838	3 374 222
БАРЛЫҒЫ:	140 497 320 (жалпы соммадан 93.3%)	9 552 703 (жалпы соммадан 6.37%)

Сонымен бұл кестеден мемлекеттік ақпараттық тапсырыстың ең негізгі бөлігі телеарналар мен интернетке жұмсалатынын айқын көруге болады. Кестеге 2017 жыл енгізілмей отыр, өйткені ҚР ақпарат және коммуникациялар министрлігінде осы жыл бойынша жұмсалған қаражат туралы толық ақпарат жарияланбаған. Сонымен қатар «Құқықтық медиа-орталық» қоғамдық қорының 2017 жыл бойынша мемлекеттік ақпараттық тапсырысқа жұмсалған қаражат туралы сұранысына ҚР ақпарат және коммуникациялар министрлігі тапсырысты орындаушылар туралы деректер шектеулі ақпаратқа жататындығын келтіре отырып, ақпаратты ұсынудан бас тартты. Министрліктің бұл жауабына қанағаттанбаған қоғамдық ұйым 2017 жылдың желтоқсан айында сотқа жүгінеді. Ағымдағы жылдың қаңтар айында өткен екі сот отырысынан кейін сот министрліктің жағына шешім шығарды.

Астана қаласының мамандандырылған сотында екінші отырыс болар алдында министр Д. Абаев Орталық коммуникациялар қызметінде мемлекеттік ақпараттық тапсырыстан неге бас

тартуға болмайтындығын түсіндіру мақсатында баспасөз маслихатын ұйымдастырды.

«Бүгінде мемлекеттік-ақпараттық тапсырысты сынайтындар жетерлік. Бұл тәжірибеден бас тарту туралы ұсыныстар айтылып жүр. Бірақ менің айтарым, әзірге мұны жасауға болмайды. Мемлекеттік субсидияландырудан толығымен бас тарту дамып жатқан қазақстандық медиа саланың болашағына балта шабады», – деді министр (Шайхинов Б., 2018).

Сонымен қатар министр тапсырысты сақтап қалудың нақты бес себебін де айқындап берді.

«Біріншіден, ақпараттық тапсырыс аясында ақпарат саласындағы жаңа жобаларға қолдау көрсетіледі, отандық продакшн-индустрияға инвестиция құйылады. Бұл нарықтың дамуына оң әсерін тигізіп отыр – оның бәсекеге қабілеттілігі айтарлықтай артып келеді. Екіншіден, мемлекеттік субсидияландырудың арқасында біз біртіндеп шетелдік контентке тәуелділікті азайтып жатырмыз. Мен білемін, кейбірі мемлекеттік-ақпараттық тапсырысты тоқтату керек деп айтып жүр. Алайда мұның кесірінен шетелік контенттің үлесі одан сайын артуы мүмкін. Қазір

барлық дерлік республикалық арнада шетелден сатып алынатын өнім саны қысқарды, олардың орнын отандық телехикаялар, телешоу, деректі фильмдер мен басқалары басты. Үшіншіден, ведомство мемлекеттік тапсырысты жекеменшік телеарналарда қазақ тіліндегі бағдарламаларды көбейтуге бағыттап отыр», – деді Абаев (Шайхинов Б., 2018).

Төртіншіден, министрдің айтуынша, мемлекеттік инвестициялау коммерциялық БАҚ үшін тиімсіз жобаларды игеруге мүмкіндік береді. «Оның жарқын үлгісі ретінде тұрақты аудиториясы бар «Balapan», «Kazsport», «Ел арна» секілді арналарды айтуға болады. Сіздер білесіздер, жеке бизнеске «Balapan» сияқты арнаны құру қиынға соғады. Себебі бұған қыруар қаржы керек, ал қайтарымы көп емес», – дейді ол.

Бесіншіден, мемлекеттік-ақпараттық тапсырыс БАҚ инфрақұрылымын дамытуға бағытталған, – деп сендірді Абаев (Шайхинов Б., 2018).

Бірақ, «Құқықтық медиа-орталық» ҚҚ директоры Диана Окремова бұл сот шешімімен келіспейтіндігін және әрі қарай Жоғары сотқа шағымданатынын жеткізді.

Әлемдік тәжірибеде ақпарат берудің екі тұжырымдамасы анықталған. Біріншісі, мемлекеттік органдар ақпаратты барлық азаматтарға берулері қажет. Мәселен, АҚШ-та ақпарат жинастыру барысында журналистің ешқандай артықшылығы жоқ. Тілшілердің ақпарат алуға азаматтармен қатар құқықтары тең болып келеді. Ал екіншісі, ақпарат мемлекеттік БАҚ арқылы таратылады. Міне, осы соңғы үлгі қазақстандық медиа құқығының негізі болып келеді (Велитченко С.Н., 2015).

Жалпы, экономикалық ынтымақтастық пен даму ұйымы (ЭЫДҰ) елдерінде үкімет тарапынан бұқаралық ақпарат құралдарын жанама және тікелей қолдау белсенді жүргізіледі. Дегенмен Қазақстандағы ұлттық БАҚ-ты қолдаудың айтарлықтай ерекшелігі, тікелей қолдаудағы мемлекеттік тапсырыстың берілуі, ал батыс елдерінде көбіне медиа нарықты дамытуға қатысты саясаттық және тиімді заңнамалықты қамтамасыз ету, өздігінен реттеу мақсатында бәсекелестік ортаны қалыптастыру жағдайын жасайды.

Мәселен, Швеция елінде таралымы бойынша екінші орындағы газетке қолдау көрсетіледі екен. Өйткені, ең көп тиражды басылым жарнаманың негізгі бөлігіне ие болады, ал кейін келе жатқан газет қалай да шығарылымын жалғастыру үшін мемлекеттік субсидияға

үміттенеді. Осындай «екінші» газеттерге тікелей субсидиялар Швецияда алғашқы рет 1971 жылы төленген. Оған қаражат жарнамадан алынатын арнайы салықтан бөлінген. Дотация мөлшері таратылу аймағындағы аудиторияны қамту пайызы негізінде анықталады. Тікелей дотациялар нарықтың 50% төменін қамтитын және оқырмандар саны 2000-нан төмен газеттерге төленетін болған (Рихтер А.Г., 2002).

Ал қазақстандық мемлекеттік тапсырыс моделі онсыз да экономикалық жағдайы жақсы деген бұқаралық ақпарат құралдарын қолдауға бағытталған сияқты. Мысалы, жарнамадан табысы мол «Қазақстан» мен «Хабар» телеарналары мемлекеттік тапсырыстың негізгі бөлігіне ие болып келеді.

2016 жылғы 11 қарашада Алматыда өткен 9-шы Media Құрылтайда «TNS Gallup Media Asia» агенттігінің бас директоры Татьяна Старцева 2015 жылы БАҚ-ты мемлекеттік қаржыландыруға бөлінген қаржының 80% телеарналар мен радиоға, 6% интернет БАҚ-қа, 14% газет басылымдарына берілген. Бұдан бөлек ескеретін бір жайт, жарнама бюджетінің 65% телеарналарға, 5% – радиоға, 10% – баспасөзге, 6% интернетке жұмсалатындығын атап өткен еді (Мырзағалиқызы Ә., 2016). Міне, көріп отырғанымыздай мемлекеттік ақпараттық тапсырыстың да, жарнаманың да негізгі бөлігі телеарналарға, оның ішінде мемлекеттік телеарналарға тиесілі болып отыр.

Аталмыш іс-шарада сөз алған «Құқықтық медиа-орталық» ҚҚ директоры Диана Окремова БАҚ саласындағы бюджет қаражатының бөлінуіне қатысты мәселелер туралы айтқан еді.

– Мысалы жыл сайын 10-ға жуық БАҚ қаражат алады. Бірақ атқарылған жұмыс туралы ашық ақпарат жоқ. Яғни біз бәрінің ашық болғанын қалаймыз. Сондай-ақ, мемлекеттік телеарналарда да жарнаманы орналастыру мәселесін талқылау керек, – деген ұсыныс білдірген болатын.

Оның ойынша, белгілі бір салаларды дамытудан гөрі, жарнамаға қаражат көп жұмсалады. Алайда ҚР Ақпарат және коммуникация вице-министрі Алан Әжібаев бұл пікірмен келіспейтінін айтты. Оның сөзінше, мемлекеттік телеарналардан жарнаманы алып тастау мүмкін емес.

– Егер мемлекеттік тапсырма алатын телеарналарға жарнама көрсетуге тыйым салатын болсақ, көптеген қателіктер жібереміз. Жарнама телеарналар үшін тиімді болғанмен, көрермен жарнамасы аз арналарды қарауға тырысады. Ал

енді өзіңіз қараңыз, жарнаманы үйіп-төгіп көрсететін арналар өз көрермендерінен айырылып қалуы мүмкін, –деп атап өткен еді (Мырзағалиқызы Ә., 2016).

Жарнама коммерциялық телеарналарда да, мемлекеттік арналарда да болуы керектігін айтқан вице-министр нарықта әрқашан бәсекелестік болу керектігін ескерткен болатын.

Мәселен, Еуропаның ірі елдері экономикасының дамуы (Англия, Франция, Италия және Германия) ұлттық және халықаралық нарықтың – сауда, қаржы және шаруашылық-ақпараттық нарықтың құрылуына әкеледі. Ең алдымен, бұл сұраныс пен ұсыныстың қарым-қатынасы заңы. БАҚ-тың дамуы журналистік ақпаратқа сұраныстың болуына байланысты. Кез келген қоғамдық топтың ақпараттық қажеттілігі БАҚ өнімдері сұранысының өсуіне әкеледі. Бұл келесі ұсыныстың пайда болуына себеп болады – оқырмандарға әртүрлі ақпаратты ұсынатын жаңа телеарналар, газет-журналдар пайда болады.

Профессор О.Ж. Ошанова өзінің «БАҚ заңнамасы және этика» атты оқу құралында журналистиканың құқықтық қырларымен қатар БАҚ саласындағы кәсіпкерлік мәселелерін де қамту қажеттілігін айта келе, екі түрлі саланың бір арнаға тоғыстырудың себептерін көрсетеді. Олар: біріншіден, бұқаралық ақпарат саласындағы шығармашылық еркіндікке құрылған кәсіп ретінде және кәсіпкерліктен көпшіліктің мүддесіне қызмет етуімен ерекшеленетін журналистиканың артықшылығын көрсету, ал кәсіпкерлік өзінің анықтамасынан көрініп тұрғандай, әрқашанда пайда табу мақсатын көздейді; екіншіден, нарықтық экономика жағдайындағы журналистік кәсіптің медиа-бизнеспен тығыз қарым-қатынасына көңіл аударту (Ошанова О.Ж., 2016).

Қаржылық нарыққа жаңа мерзімді басылымды ашуды қалаушылар және өз қаржылары жетіспеушіліктен немесе редакциялық бюджетте дефициттің пайда болуынан басылымның шығарылымын жалғастырғысы келетін редакция басшылары жолығады. Қаржылық нарық оларға өз мақсаттарына жету үшін капиталдың бірнеше жолдарын ұсынады.

Бұл жолдардың маңыздысы – инвестициялар. Инвестор пайда табу немесе билік құрылымдарына әсері арқылы өзінің саяси және экономикалық жоспарларын іске асыру мақсатында мекемелерге немесе БАҚ өндірістеріне (газет, теледидар, радио және т.б.) өз ақшасын салады.

Мәселен, «Жечпосполита» поляк мемлекеттік газеті 1991 жылы мемлекеттен қаржыландыр-

уын тоқтатып, тәуелсіз басылымға айналады. Экономикалық нарық жағдайында басылымға компания акциясының 49% сатып алған «Эрсан» француздық газет тобы редакция мен типографияны техникалық жабдықтау жағынан жақсы қолдау көрсетеді (Nelson M., 1999).

Инвестиция түрлерінің бірі – дотация. Егер де газет немесе телекомпания қайсы бір мемлекеттік құрылымның (министрлік, комитет және т.б.) немесе қоғамдық ұйымдардың (партиялар, саяси қозғалыстар және т.б.) органы немесе мүдделерін жариялайтын болса тұрақты қаржылық қолдауға – дотацияға – үміттен алады. Бірнеше мерзімді басылымдарға дотация өмір сүрудің негізгі жолы болып отыр. Мемлекеттік дотациясыз мемлекеттік БАҚ-тың жұмысы әлсіреп қалар еді.

Мемлекеттің ақпараттық кеңістікті қалыптастыру саласындағы саясаты мемлекеттік емес ұйымдар мен кәсіби қауымдастықтар тарапынан сынға ұшырап жатады. Сын ақпараттық кеңістікті қолдауға берілген мемлекеттік бюджетті қолданудағы нақты нәтижелердің, сонымен қатар осы нәтижелердің өлшемдерінің жоқтығына қатысты айтылады. Әр жыл сайынғы негіздегі бағдарламаларды іске асыру қорытындысы туралы ақпараттар жеткіліксіз (Жәнібек Х., 2014).

Фрэнсис Бэкон білім ерекше күш екендігін, ал құпиялылық болса өкімет шенеуніктеріне білімнің бірнеше саласына бақылау жасау арқылы өз билігін күшейтуге мүмкіндік беретінін айтқан болатын (Bok S., 1982). Қазақстандағы ақпараттық саясат орталық және жергілікті органдар тарапынан тікелей тапсырыс арқылы іске асырылады. Белгілі болғандай, мемлекеттік ақпараттық саясат халықты мемлекеттік органдар қызметі және басты мемлекеттік бастамалар, бағдарламалар мен жоспарлардың іске асырылуынан хабардар етіп отыруды мақсат етеді. Бұқаралық ақпарат құралдарын қолдауға бөлінген қаржы арқасында, біртіндеп жүргізіліп келеді. Қазіргі таңда да БАҚ-ты қолдау жолы мен оны қаржыландыру саласындағы жағдай өзгермеген деп басып айтуға болады.

Дегенмен, Қазақстан журналистері мемлекеттік немесе жекеменшік ақпарат құралдарының қай саласында қызмет атқарса да, негізінен, оқырмандар алдындағы азаматтық жауапкершілігін терең сезініп, саяси, әлеуметтік мәселелер туралы принциптік көзқарасын ұстануы қажет. Олардың Қазақстанда шын мәнінде тәуелсіз, алайда өзге де азаматтардың құқықтарын бұзбай қызмет атқаруына Қазақстан Республикасының «Бұқаралық ақпарат құралдары туралы» Заңы кепілдік береді.

Әдебиеттер

- Әлімханұлы Е. Жаһандану үрдісі: БАҚ, мемлекет және зиялы // «Ақиқат», – 2003. – №11, 43-47 бб.
 Bok S. Secrets. New York: Pantheon. 1982.
 Батурин Ю.М. Закон о СМИ: на перекрестке веков и мнений. – М.: издание Союза журналистов России, 2004. – 532 с.
 Велитченко С.Н. Правовые основы журналистики. – Алматы: Казак университеті, 2015. – 229 с.
 Гольденцвайг Г. Шведоязычные масс-медиа Финляндии: направления развития / под редакцией Я.Н. Засурского. – М.: Издательство Московского университета, 2005. – 176 с.
 Диденко О. Финансирование предприятий с государственным участием в информационной сфере в форме государственного задания // В кн.: Материалы экспертной диалоговой площадки по вопросам государственного финансирования в СМИ. – Астана, 2017. – 41 с.
 Жәнібек Х. Қазақстандағы бұқаралық ақпарат құралдарын қаржыландыру. – Астана, 2014. – 23 б.
 «Құқықтық медиа-орталық» қоғамдық қорының ресми сайты. <http://lmc.kz/>
 Михайлов С.А. Журналистика стран Северной Европы. – СПб.: Издательство В.А. Михайлова, 2003. – 368 с.
 Морозов А.А. Развитие СМИ Республики Казахстан за годы независимости: основные этапы и современное состояние // Материалы научно-практической конференции «Республике Казахстан 15 лет: достижения и перспективы». – Алматы: КИСИ при Президенте РК, 28.11.2006 г. – 37-46 с.
 Мырзағалиқызы Ә. MEDIA ҚҰРЫЛТАЙ 2016: Дағдарыс және Заңға енгізілетін өзгерістер туралы. 18.11.2016. <http://kerek-info.kz/aleumet/2856-media-ryltay-2016-dadarys-zhne-zaa-engzletn-zgerster-turaly.html>
 Nelson M. «After the Fall: Business Reporting in Eastern Europe» Media Studies Journal. 1999, 13(5): 150-157 p.
 Нұртазина Р.Ә. Қазақстан Республикасы: БАҚ және саясат. – Алматы: «Бастау», 2014. – 320 б.
 Ошанова О.Ж. БАҚ заңнамасы және этика: оқу құралы. – Алматы: Казак университеті, 2016. – 154 б.
 Пірназар С. Мемлекеттік қызмет және БАҚ // «Егемен Қазақстан», – 2013. – №110. – 17 б.
 Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики. – М.: Издательство Московского университета, 2002. – 352 с.
 Stiglitz J. Transparency in Government // В кн.: The Right to Tell. The Role of Mass Media in Economic Development. The World Bank Washington, D.C. 2002. – 322 p.
 Шайхинов Б. Абаев мемлекеттік-ақпараттық тапсырыстан неге бас тартуға болмайтынын түсіндірді. 24.01.2018. <https://sputniknews.kz/economy/20180124/4371038.html>

References

- Alimhanuly E. Zhahandanu urdisi: BAK, memleket zhane ziyaly [Globalization tendency: media, state and intelligence] // «Akikat», – 2003. №11, 43-47 bb.
 Baturin Y.M. (2004). Zakon o SMI: na perekrestke vekov i mneny [Media law: at the crossroads of centuries and opinions]. – М.: izdanie Soyza zurnalistov Russia. – 532 s.
 Bok S. (1982). Secrets. New York: Pantheon.
 Didenko O. Finansirovanie predpriati s gosudarstvennym uchastiem v informacionnoy sfere v forme gosudarstvennogo zadania // V kn.:Materialy ekspertnoy dialogovoy plosadki po voprosam gosudarstvennogo finansirovaniy v SMI [Materials of the expert dialogue platform on public finance in the media]. Astana: 2017. – 41 s.
 Goldencaig G. (2005). Shvedoyazychnye mass-media Finlyandi: napravleniya razvitiya [Swedish-speaking media in Finland: development trends] / Pod redakcyey Y.N.Zasurskogo. – М.: Izdatelstvo Moskovskovo universiteta. – 176 s.
 «Kukykytk media-ortalyk» kogamdyk korynyn resmi saiyy [The official website of the Public Foundation «Legal Media Center»].<http://lmc.kz/>
 Mihaylov S.A. (2003). Zhurnalistika stran Severnoy Evropy [Journalism in the Nordic Countries]. – Sankt-Peterburg: Izdatelstvo Mihaylova V.A. – 368 s.
 Morozov A.A. (2006). Razvitie SMI RespublikiKazakhstan za gody nezavisimosti: osnovnye etapy i sovremennoe sostoyanie [Development of the media of the Republic of Kazakhstan for the years of independence: the main stages and the current state] // Materialy nauchno-prakticeskoi konferenicii «RespublikeKazakhstan 15 let dostizeniya i perspektivy». – Almaty: KISI pri Prezidente RK. – 37-46 s.
 Myrzagalikyzy A. MEDIA KURYLTAIY 2016: Dagdarys zhane Zanga engiziletin ozgerister turaly [MEDIA FOUNDATION 2016: Crisis and Changes to the Law]. 18.11.2016. <http://kerek-info.kz/aleumet/2856-media-ryltay-2016-dadarys-zhne-zaa-engzletn-zgerster-turaly.html>
 Nelson M. (1999). «After the Fall: Business Reporting in Eastern Europe» Media Studies Journal 13(5): 150-157 p.
 Nurtazina R.A. Kazakhstan Respublikasy: BAK zhane sayasat [Republic of Kazakhstan: Media and Politics]. – Almaty: «Bastau», 2014. – 320 b.
 Oshanova O.Zh. (2016). BAK zannamasy zhane etika: oku kuraly [Media Law and Ethics: Study Guide]. – Almaty: Kazakh universitety. – 154 b.
 Pirnazar S. Memlekettik kyzmet zhane BAK [Public Service and Mass Media] // «Egemen Kazakstan», – 2013. №110. – 17 b.
 Rihter A.G. (2002). Pravovye osnovy zhurnalistiki [Legal basis of journalism]. – М.: Izdatelstvo Moskovskovo universiteta. – 352 s.

- Shaihinov B. Abaev memlekettik-akparattyk tapsyrystan nege bas tartuga bolmaitynyn tusindirdi [Abaev explained why it is impossible to refuse state-information order]. 24.01.2018.<https://sputniknews.kz/economy/20180124/4371038.html>
- Stiglitz J. (2002). Transparency in Government // V kn.: The Right to Tell. The Role of Mass Media in Economic Development The World Bank Washington, D.C. – 322 p.
- Velitcenko S.N. (2015). Pravovye osnovy zurnalistiky [Legal basis of journalism]. – Almaty: Kazah universitety. – 229 s.
- Zhanibek H. (2014). Kazakhstandagy bukaralyk akparat kuraldaryn karzhylandyru [State financing of mass media in Kazakhstan]. Astana. – 23 b.