

ROZA A. NURTAZINA ▶

Współczesne tendencje informacyjnej polityki Republiki Kazachstanu

Uzyskanie przez Republikę Kazachstanu niepodległości i suwerenności posłużyło jako twórczy impuls do przeprowadzenia zasadniczych zmian w środkach masowego przekazu, które są swego rodzaju publiczną trybuną dla zachodzących w kraju radykalnych przemian. Procesy rynkowych reform gospodarki, demokratyzacji systemów politycznych i stosunków społecznych tworzą nowe potrzeby w swobodnej wymianie informacji w celu uzyskania szybkich i zróżnicowanych informacji o stanie rzeczy i wydarzeniach ze wszystkich dziedzin z życia kraju. Obecność rozwiniętych i dobrze zorganizowanych i wolnych mediów to kluczowy wskaźnik w społeczeństwie demokratycznym. Polityka informacyjna Republiki Kazachstanu w obecnych warunkach ma swoją legislacyjną, polityczną i społeczną bazę. Paragraf 1 artykułu 20 Konstytucji Republiki Kazachstanu w obecnych warunkach gwarantuje wolność słowa i twórczości, zakaz cenzury; stawia się na prawo do otrzymywania i przekazywania informacji przez każdego w dowolny sposób, który nie jest zabroniony przez prawo. Istnieją jednak ograniczenia przyjęte w praktyce międzynarodowej. Ustęp 3 artykułu 20 Konstytucji RK nie zezwala na propagandę lub agitację, mającą na celu namawianie do siłowych zmian porządku konstytucyjnego, naruszenia integralności Kazachstanu, narażania bezpieczeństwa państwa, wojny, socjalnej, rasowej, narodowej, religijnej, klasowej i narodowej wyższości oraz kultu okrucieństwa i przemocy. Te wolności, prawa

i ograniczenia zostały również powtórzone w art. 2 ustawy „O środkach masowego przekazu”.

W ciągu dwudziestu lat niepodległości Republiki Kazachstanu rozwój polityki informacyjnej na rynku mediów można podzielić na kilka umownych faz.

Pierwsza faza – postradziecki, państwowy monopol na media (do 1992 r.), kiedy to praktycznie nie było żadnych niezależnych mediów.

Drugi etap – etap powstawania i rozwoju (lata 1992–1996), określone odejście państwa od bezwarunkowej dominacji w przestrzeni informacyjnej i burzliwy rozwój niepaństwowych mediów, zmniejszanie udziału państwowych mediów na rynku.

Trzecia faza – (lata 1997–2006) liberalny, charakteryzujący się jakościowymi i ilościowymi zmianami na rynku mass mediów, masową prywatyzacją byłych państwowych mediów, firm poligraficznych, przejściem od finansowania ze środków publicznych i dotacji dla mediów do zamówień rządowych na prowadzenie państwowej polityki informacyjnej. Ten etap rozwoju krajowej przestrzeni informacyjnej rozpoczął się w latach 1996–1997.

Czwarty etap – (od 2007 r.) można stwierdzić, że rynek informacji w Kazachstanie wszedł w fazę stabilnego wzrostu. Swoją rolę odegrało ekonomiczne wsparcie mediów przez państwo. Przedsięwzięto środki w celu poprawy konkurencyjności na krajowym rynku medialnym. Od 2001 do 2004 r. czasopisma zostały zwolnione z VAT, a produkcje telewizyjne i radiowe obejmowała „zerowa stawka” VAT. W ciągu ostatnich pięciu lat niemal co roku zmniejszyła się wielkość opłat za użytkowanie częstotliwości radiowych, a w 2002 r. roczna opłata za ich wykorzystywanie została wyeliminowana całkowicie. Teraz firmy uiszczają opłatę licencjodawcy jedynie przy początkowym zezwoleniu na przydział zakresu fal. W celu uzyskania częstotliwości dla telewizji i stacji radiowych powołano Komisję Konkursową ds. udzielania prawa na wykorzystywanie częstotliwości radiowej, reprezentującą parlament oraz międzynarodowe i kazachskie stowarzyszenia. W tym przypadku praca Komisji jest szeroko komentowana w mediach, co również ma korzystny wpływ na rozwój na polu informacyjnym.

Narodowy rynek mediów stanowi segment ogólnego rynku towarowego, na którym funkcjonują te same prawa, co ogólnie w gospodarce.

W republice funkcjonuje wiele dość silnych i potężnych mediów, holdingów informacyjnych, istnienie których jest jednym z niewątpliwych osiągnięć reform społeczno-gospodarczych i demokratycznych.

Jednym z głównych instrumentów realizacji praw i swobód obywateli do informacji są media. W Kazachstanie na przestrzeni lat doszło do znaczących przemian w tym zakresie. Nastąpiła deregulacja sektora mediów, co spowodowało, że dziś więcej niż 80% mediów jest prywatnych. Liberalizacja rynku i reformy doprowadziły do ilościowych i jakościowych wzrostu mediów. Kazachstan obecnie w kategorii rozwoju mediów wyprzedza kraje Azji Środkowej i Zakaukazia. O kazachskim przywództwie w rozwoju infrastruktury medialnej może świadczyć organizowanie w kraju corocznego Eurazjatyckiego Forum Mediów.

Gazety i czasopisma wydawane są w 11 językach narodów mieszkających w kraju, podobnie transmitowane programy telewizyjne i audycje radiowe. Oprócz głównych języków (kazachskiego i rosyjskiego), wydaje się także w języku ukraińskim, polskim, niemieckim, koreańskim, ujgurskim, tureckim, dungańskim i innych. Media mniejszości narodowych otrzymują wsparcie finansowe od rządu. W Kazachstanie dynamicznie rozwija się Internet i telewizja kablowa. Nowoczesne technologie informacyjne są powszechnie stosowane na rynku informacyjnym. Narodowa telewizja i radio nadają przez narodowy system satelitarny. W 2002 r. został stworzony satelitarny kanał CaspioNet (operator Eutelsat). Na całym terytorium Kazachstanu przez kablowych i satelitarnych operatorów nadawane są programy BBC, CNN, Deutsche Welle, Radio Swoboda, polski kanał Polonia, rosyjskie i inne kanały telewizyjne i radiowe.

Skutecznie działają takie stowarzyszenia na rzecz ochrony praw dziennikarzy, jak Kongres Dziennikarzy Kazachstanu, Związek Dziennikarzy Kazachstanu, Stowarzyszenie Nadawców Kazachstanu, przedstawiciele organizacji międzynarodowych: OBWE, Międzynarodowego Biura Praw Człowieka, Internews Network, „Adil saz”.

W szerzeniu świadomości na temat praw człowieka w Kazachstanie zaangażowanych jest 60 krajowych tytułów, agencja informacyjna „Kazinform”, kanały „Kazachstan”, „Chabar”, „31 Kanał”, „Era TV”, „Rachat TV”, które realizują państwowe zamówienie na prowadzenie państwowej

polityki informacyjnej. W tworzeniu państwowego zamówienia zostały zaproponowane następujące tematy:

- propagowanie prawa;
- omówienie zagadnień propagowania prawa;
- udostępnienie procesu realizacji i pozytywnych rezultatów Strategii „Kazachstan – 2030”.

Obiektywne i ukierunkowane opisywanie sytuacji w sferze praw człowieka przeprowadzają krajowe gazety i niepaństwowe media „Egemen Kazachstan”, „Kazachstanskaja Pravda”, „Ajkyń”, „Liter”, „Express K”, „Zan gazeti”, „Juridiczeskaja Gazeta”, „Moskiewski Konsomolec w Kazachstanie” w specjalnych rubrykach „Memleket”, „Kukytyk reforma kadamdary”, „Czelowiek i prawo”, „Parlament”, „Wiedomosci”, „Situacija”, „Pod naprawieniem”, „Zakon i prawo”, „Prawo czelowieka” „Nieobchodimo znat”, „Wnimanie” itp.

Temat ten jest także szeroko poruszany w informacyjno-analitycznych, interaktywnych programach wiodących krajowych kanałów telewizyjnych, realizujących zlecenie państwa. Należy wyróżnić „Žeti kun”, „Betpe bet” na kanale „Chabar”, „Aina-apta”, „Nazar” na kanale „RTRK Kazachstan”, „Sobstwiennoe mnienie”, „Centr wnimania” w telewizji „31 Kanał”, „Panorama niedieli” w telewizji „Rachat”, „Bolszoy rating” na kanale „Telewidienie gorola Astana”.

W celu opracowania optymalnego modelu mediów, opartego na zasadach wolności i niezależności prowadzone są prace nad współpracą z organizacjami społecznymi, stowarzyszeniami, organizacjami międzynarodowymi i instytucjami medialnymi dotyczące badań nad rozwojem mediów.

W Kazachstanie wykorzystywane są także zatwierdzone przez prawo metody wspierania mediów, mające na celu stworzenie korzystnych warunków ekonomicznych, dzięki którym będą mogły wypełniać misję publiczną, zapewniać wolność słowa i masowej informacji.

Wśród pierwszych ustaw suwerennego Kazachstanu była ustawa O prasie i innych środkach masowego przekazu uchwalona w 1991 r., której innowacyjność i demokratyczność norm posłużyła jako silny czynnik szybkiego rozwoju prasy kazachskiej jak również ustawa z 1999 r. O mass mediach, przy tworzeniu której brali udział przedstawiciele organizacji międzynarodowych, mediów i organizacji pozarządowych. Dane prawo zakazuje

cenzury oraz ingerencji w działalność organizacji mediów przez urzędników państwowych, ukierunkowane jest na ochronę praw dziennikarzy.

Kazachstan jest zdania, że prawa i wolności obywateli do pozyskiwania i rozpowszechniania informacji są warunkiem wstępnym do budowania demokratycznego państwa. W kraju zostały stworzone podstawowe elementy rynku informacyjnego. Można do nich zaliczyć pojawienie się dominującego segmentu niezależnych mediów, znaczne zróżnicowanie obszarów tematycznych informacji, utworzenie i funkcjonowanie na rynku dostatecznie dużych spółek medialnych. Właścicielami 218 tytułów są stowarzyszenia. 17 z nich należy do organizacji religijnych. Znacząca część właścicieli mediów niepublicznych (48%) to spółki partnerskie.

W kwietniu 2007 r. Mażylis Parlamentu Republiki Kazachstanu rozpoczął pracę nad projektem ustawy O mass mediach, opracowanej przez organizację non-profit w dziedzinie mediów. Projekt ustawy w tym samym czasie został rozpatrzony i koncepcyjnie zatwierdzony przez Państwo w Komisję ds. demokratyzacji i społeczeństwa obywatelskiego, dwa razy z inicjatywy Kongresu Dziennikarzy Kazachstanu został poddany ekspertyzie przez organizacje międzynarodowe. Według twórców ustawa w pełni odzwierciedla interesy zarówno wolnej prasy, jak i zadania państwa. Został zaproponowany bardziej liberalny mechanizm rejestracji mediów. Na przykład, jeśli uprawniony organ w ustawowym terminie nie wyda zaświadczenia o rejestracji, lub oficjalnie nie poinformuje o odmowie rejestracji, to uznaje się, że dany środek masowej informacji został zarejestrowany.

Ustawa zakazuje wszelkiego rodzaju monopolizacji mediów, podstawą do wstrzymania działalności mediów może być jedynie popełnienie społecznie ciężkich czynów.

Państwo tworzy warunki niezbędne do działalności podmiotów z branży medialnej, zgodne z nowoczesnymi międzynarodowymi standardami. W tym celu w Kazachstanie powstała Koncepcja rozwoju konkurencyjności w przestrzeni informacyjnej na lata 2006–2009.

W ramach tej koncepcji ma zostać zwrócona szczególna uwaga na rozwój informacji i infrastruktury telekomunikacyjnej (tworzenie własnej grupy satelitarnej, nowoczesne stacje nadawczo-odbiorcze itp.). Kazachstan znajduje się w przededniu wprowadzenia telewizji cyfrowej, prowadzone są prace nad rozwojem krajowego segmentu Internet.

W taki oto sposób w latach niepodległości Kazachstanu zostały stworzone polityczne, gospodarcze i prawne warunki dla funkcjonowania niezależnych mediów.

Według niektórych ekspertów rynek informacji Kazachstanu na tle Azji Środkowej rozwija się najbardziej dynamicznie. Opracowywane są mechanizmy zapewniające rzeczywistą niezależność mediów, szczególnie ze strony właściciela. Kazachstan przystępuje do rozwiązania kwestii wypracowania mechanizmów równowagi wolności mediów i ich odpowiedzialności wobec społeczeństwa. Codziennie pojawia się pytanie, jak wzmocnić dzwignie demokratycznej kontroli mediów.

Osiągnięcia Kazachstanu w zakresie wzrostu gospodarczego i modernizacji politycznej w latach niepodległości uzyskały aprobatę większości społeczności międzynarodowej. Wysokie wskaźniki wzrostu gospodarczego, bogata baza zasobów, solidny potencjał energetyczny, uformowana klasa średnia, rozwinięty kapitał ludzki i podwaliny społeczeństwa obywatelskiego pozwalają Kazachstanowi patrzeć w przyszłość z nadzieją. Strategia rozwoju Kazachstanu ma na celu budowanie demokracji i społeczeństwa obywatelskiego, ponieważ jest to świadomy wybór.

Kazachstan, jego organizacje i obywatele aktywnie działają w Internecie. Istnieje nawet utarty termin na internetową przestrzeń Kazachstanu – „Kaznet”. Aż kipi w nim życie: na forach omawiane są najbardziej aktualne zagadnienia skali lokalnej i krajowej, blogerzy publikują swoje pamiętniki i nagrania wideo oraz wymieniają się najważniejszymi informacjami na temat najnowszych wydarzeń życia społecznego i kulturalnego, koledzy ze szkoły i podobnie myślący odnajdują się poprzez serwisy społecznościowe, a na wirtualnych forach prowadzą dialogi zarówno starzy, jak i młodzi. Ogólnie rzecz biorąc, co ósmy mieszkaniec kraju w 2007 r. miał dostęp do Internetu.

Prezydent Kazachstanu Nursułtan Nazarbajew i rząd kraju są aktywnymi użytkownikami Sieci. Warto wspomnieć o oficjalnej stronie internetowej prezydenta, jego uczestnictwie w konferencjach online, podczas których odpowiada na pytania obywateli i o rewolucyjnej inicjatywie – monitorowaniu pracy organów państwowych i organizacji społecznych w Internecie na prezydenckiej stronie. W niedalekiej przyszłości zostanie stworzony „elektroniczny rząd”, który zapewni bezpośredni dialog społeczeństwa z rządem.

czeństwa i urzędników publicznych oraz wykorzeni korupcję. Prezydent Nazarbajew zainicjował kolejny ciekawy projekt we wrześniu 2007 r. – był pierwszym spośród przywódców WNP, który poprowadził internetową lekcję najnowszej historii dla uczniów w 1000 szkół w Kazachstanie.

Zmienia się format nadawania mediów elektronicznych. Pojawiły się nowe działy. Zachodzi znacząca zmiana tematyki poruszanej przez media. W sprawach dotyczących wewnętrznego życia politycznego Kazachstanu media bardzo dokładnie omawiają problemy międzynarodowej zgody i polityki stabilności. Ogólnie zmiany w życiu politycznym i gospodarczym społeczeństwa stanowią fundamentalną przemianę infrastruktury mediów. Oprócz istniejącej tradycyjnej typologicznej struktury mediów pojawiają się nowe wyspecjalizowane wydania, które bazują na relacjach rynkowych i które są atrybutami nowej polityki gospodarczej. Wzrasta rola mediów w demokratycznej transformacji społeczeństwa. Media podejmują się nowych funkcji, które podkreślają niezależność mediów jako instytucji społecznej.

Cechą globalizacji informacji na kazachskim rynku jest brak własnego systemu do zbierania i przetwarzania informacji. Nawet głównonurtowe krajowe media otrzymują wiadomości od rosyjskich lub innych zagranicznych źródeł informacji. Instytucja własnych korespondentów zagranicznych nie otrzymała własnych częstotliwości, co głównie dotyczy kazachskojęzycznych stacji. Brak własnej sieci biur sugeruje słaby rozwój rynku informacyjnego w kraju. Na jakość druku wielu kazachskich tytułów wpływa stopień nasycenia technicznego.

Wchodzenie Kazachstanu do społeczeństwa informacyjnego w warunkach globalizacji komplikują następujące czynniki:

- opóźnienie w rozwoju infrastruktury informacyjnej, przede wszystkim sprzętu komputerowego, łączności i telekomunikacji;
- opóźnienie w rozwoju krajowego ustawodawstwa Kazachstanu dotyczącego informacji;
- niska informacyjno-prawna kultura ludzi. Dziś informacyjny obraz życia jeszcze nie jest normą w Kazachstanie, a informacja nie zajmuje wysokiej pozycji w systemie wartości ludzkich;
- brak wystarczającego zainteresowania ze strony władz publicznych, stowarzyszeń publicznych, partii politycznych, mediów na temat

problemów Kazachstanu w stawianiu się społeczeństwem informacyjnym;

- system usług opiera się na technologiach informacyjnych i komunikacyjnych, pracujących niemal wyłącznie dla bogatych i społecznie aktywnych obywateli i społeczności. Problem zapewnienia swobodnego dostępu do nowoczesnych usług, które stały się jednymi z kluczowych w krajach ekonomicznie rozwiniętych, w naszym kraju nie jest poważnie traktowany;
- istniejące krajowe elektroniczne zasoby informacyjne są słabo skoordynowane, kazachska „Konwencja” jest przedstawiona w Internecie nieadekwatnie do naukowego, edukacyjnego, kulturalnego i biznesowego potencjału;
- istniejące informacje i infrastruktura komunikacyjna są niewystarczające dla współczesnej edukacji, w tym kształcenia na odległość i realizacji koncepcji uczenia się przez całe życie.

Na terytorium Kazachstanu publikowane są cztery narodowe gazety: koreańska – „Korye Ilbo”, niemiecka – „Deutsche Allgemeine Zeitung”, ukraińska – „Ukraiński Novi” i ujugurska – „Ujgur Avazi”. Pierwszy narodowy kanał telewizyjny „Kazachstan-1” nadaje programy: w języku ujugurskim – „Alita”, koreańskim – „Korye Saram”, niemieckim – „Guten Abend”. Cykl programów edukacyjnych „Nasz dom – Kazachstan” jest poświęcony historii, a oryginalnej kulturze różnych diaspor, program „Sto narodów”, który emitowany jest w ramach niezależnego nadawania.

Kazachskie Radio nadaje międzynarodową audycję „Eurazja” w siedmiu językach i aktywnie współpracuje z Zgromadzeniem Narodów Kazachstanu i narodowo-kulturalnymi ośrodkami.

Wydawnictwa „Żazuszy”, „Rauan”, „Gylym”, „Ana tili” stworzyły serię podręczników dla szkół narodowych i literaturę naukową w języku ujugurskim, rosyjskim, uzbeckim i innych językach kraju.

Podstawa prawna

Dziś w ramach polityki państwowej Kazachstanu zostały stworzone podwaliny dla utworzenia jednolitej przestrzeni informacyjnej Kazachstanu, zapewnienia informacyjnego bezpieczeństwa osób, społeczeństwa i państwa, tworzenie demokratycznie zorientowanej masowej świadomości, pojawienie się usług informacyjnych, rozwoju ram prawnych regulujących stosunki społeczne, w tym związane z pozyskiwaniem, upowszechnianie i wykorzystywanie informacji.

Polityka informacyjna państwa jest narzędziem do wzmocnienia komunikacji centrum i regionach, zapewnienia realizacji jednolitej polityki w całym kraju.

Podstawą prawną mediów w Kazachstanie jest kazachska konstytucja, która gwarantuje wolność przekonań, poglądów i prawo do swobodnego ich rozpowszechniania i uznaje ideologiczną i polityczną różnorodność. Artykuł 20 Konstytucji zakazuje cenzury, każdy ma prawo do otrzymywania i przekazywania informacji w dowolny sposób, który nie jest zakazany przez prawo. Niedopuszczalna jest propaganda lub agitacja siłowej zmiany konstytucyjnego ładu, naruszenia integralności republiki, podważania bezpieczeństwa narodowego, wojny, społecznej, rasowej, etnicznej, wyznaniowej, klasowej i klanowej wyższości, a także kult okrucieństwa i przemocy.

Kazachstan jest zdania, że prawo i swoboda obywateli do pozyskiwania i rozpowszechniania informacji są niezbędnym warunkiem do budowania demokratycznego państwa. Republika całkowicie podziela stanowisko art. 9.1 Dokumentu Spotkania Kopenhaskiego w sprawie ludzkiego wymiaru – „prawo do wolności wyrażania opinii obejmuje wolność posiadania poglądów oraz otrzymywania i przekazywania informacji i idei ...” oraz art. 24, który mówi, że „Państwa uczestniczące zapewnią, że korzystanie z wszystkich praw człowieka i podstawowych wolności ... nie będzie podlegało żadnym ograniczeniom, z wyjątkiem tych przewidzianych przez prawo i zgodnie z ich zobowiązaniami wynikającymi z prawa międzynarodowego”.

Wśród pierwszych ustaw suwerennego Kazachstanu była ustawa O prasie i innych środkach masowego przekazu z 1991 r., której innowa-

cyjność i demokratyczne normy posłużyły jako silny czynnik szybkiego rozwoju kazachskiej prasy, jak również ustawa z 1999 r. O środkach masowego przekazu, w opracowaniu której brali udział przedstawiciele organizacji międzynarodowych, mediów i organizacji pozarządowych. Prawo to zakazuje cenzury oraz ingerencji w działalność organizacji medialnych ze strony urzędników państwowych, ma na celu ochronę praw dziennikarzy. Spośród środków, które przewiduje dany akt prawny, warto wspomnieć o uproszczonej procedurze rejestracji mediów i uldze podatkowej.

Kolejnym krokiem w prawnym wzmocnieniu stosunków powstałych w procesie pozyskiwania, wykorzystywania, rozpowszechniania, przechowywania i ochrony informacji jest rozwój projektu ustawy Republiki Kazachstanu O informacji i ochronie informacji. Projekt ustawa określa podstawowe typy dostępu do informacji, prawa i obowiązki podmiotów relacji informacyjnych, zapewnia obywatelom prawo do wolności słowa i otrzymywania informacji, prawną regulację informacyjnego bezpieczeństwa jednostek, społeczeństwa i państwa, ochronę konstytucyjnych praw osób fizycznych i prawnych do ochrony informacji niejawnych, tajemnicy osobistej obywateli, zapobieganie niesankcjonowanemu dostępowi, zniszczeniu, zepsuciu, wycieku, przejęciu czy blokowaniu informacji i innych form bezprawnej interwencji w zasoby informacyjne.

Innymi ważnymi dokumentami w dziedzinie mediów są: Koncepcja rozwoju konkurencyjności przestrzeni informacyjnej Republiki Kazachstanu w latach 2006–2009, Program zmniejszenia cyfrowego wykluczenia w Republice Kazachstanu w latach 2007–2009, Plan Strategiczny Ministerstwa Komunikacji i Informacji Republiki Kazachstanu na lata 2011–2015.

Podstawowe zasady polityki informacyjnej Kazachstanu

Proces tworzenia mediów w kraju nie był łatwy. Jednocześnie nie był żywiołowy lub jednoznacznie określony, a uwarunkowany był celową państwową informacyjną polityką, której głównymi założeniami były:

- prawne gwarancje wolności słowa, wolnego otrzymywania i przekazywania informacji;
- poprawa ram prawnych działalności mediów;

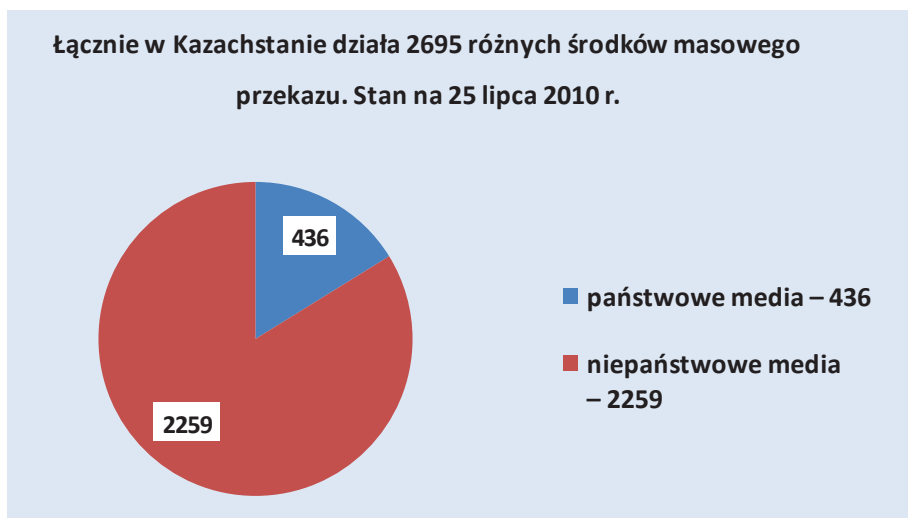
- sprawiedliwe rozmieszczenie finansowanego z budżetu państwa socjalnego zamówienia dla mediów;
- przejrzystość procesu uzyskiwania częstotliwości dla telewizji i radiowa;
- tworzenie warunków gospodarczych dla dynamicznego rozwoju mediów;
- konstruktywna interakcja między państwowymi i publicznymi organizacjami i zrzeszeniami, stowarzyszeniami, międzynarodowymi instytucjami, instytutami badania mediów.

Aktualny stan mediów w Kazachstanie

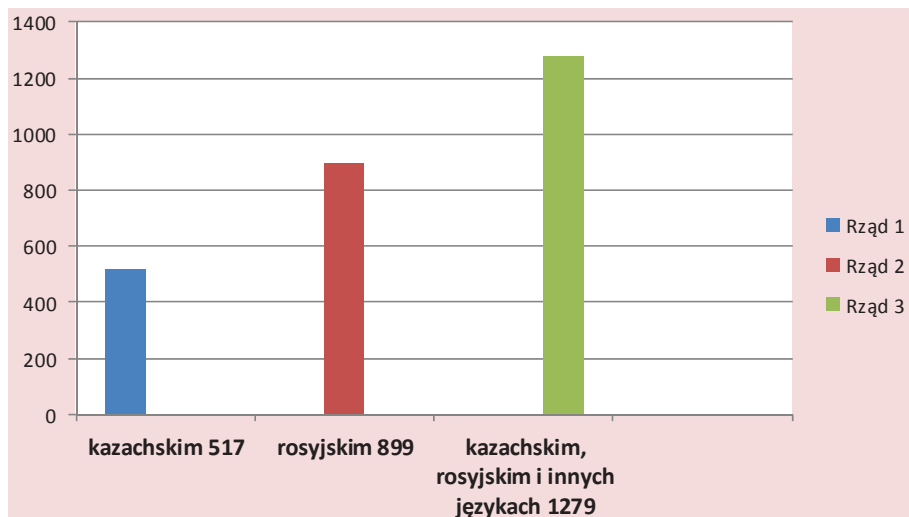
Ewidentnym dowodem skuteczności ustawy O środkach masowego przekazu były jakościowe i ilościowe zmiany w strukturze przestrzeni informacyjnej Kazachstanu: pojawiły się specjalne tematyczne wydania, zwiększył się zasięg ich dystrybucji.

Na obecnym etapie w Kazachstanie powstają podstawowe i zasadnicze elementy rynku informacyjnego. Można do nich zaliczyć pojawienie się dominującego segmentu niezależnych mediów, znaczne zróżnicowanie obszarów tematycznych informacji, utworzenie i funkcjonowanie na rynku wystarczająco dużych spółek medialnych.

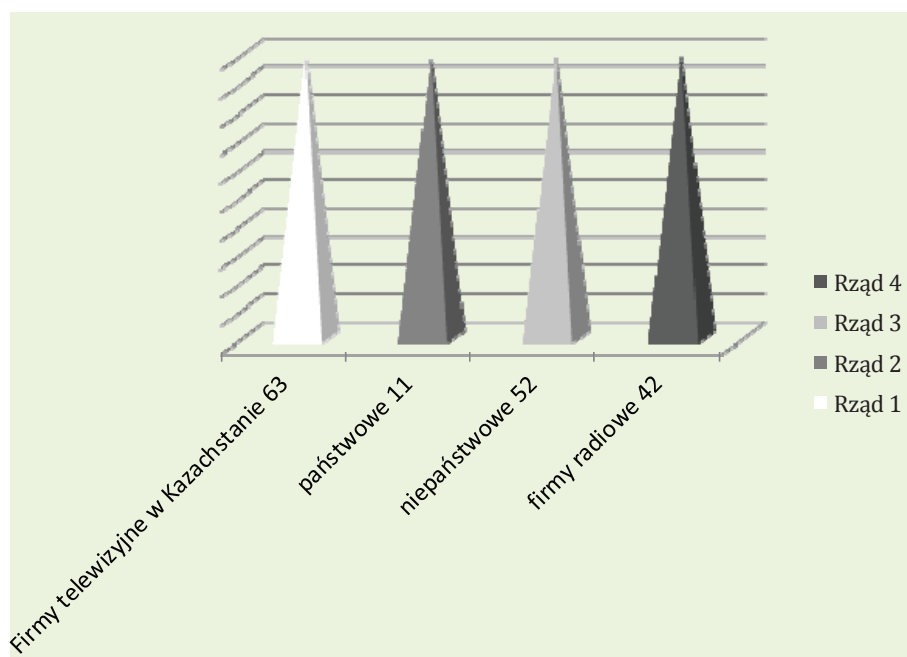
Rys. 1. Działające media w Kazachstanie



Rys. 2. Media w Republice Kazachstanu wydawane są w językach



Rys. 3. Ilość mediów elektronicznych w Republice Kazachstanu



Główne parametry rozwoju mediów w Kazachstanie

Obecnie Kazachstan ma 2695 jednostek medialnych, w tym: państwowe – 436 (16%), niepaństwowe – 2259 (84%).

Ich struktura jest rozdzielona w następujący sposób: 90% łącznej liczby stanowią gazety (1619) oraz czasopisma (808), 9,5% to media elektroniczne (63 spółek telewizyjnych i 42 spółki radiowe, telewizyjne, 146 operatorów kablowych i 6 – satelitarnych) oraz 0,5% stanowią agencje informacyjne (11).

Udział mediów kazachskojęzycznych w łącznej puli działających w kraju mediów wynosi 19%, rosyjskojęzycznych natomiast 33%. Należy przy tym zaznaczyć, że liczby te w zasadzie nie zmieniły się w ciągu ostatnich trzech lat.

Poprzez medialne zasoby, które dają możliwość transmitowania na terytoriach innych państw, prowadzona jest praca wizerunkowa i usprawniono funkcjonowanie zagranicznych korespondentów mediów państwowych.

Szczególną uwagę przywiązuje się do nowelizowania ustawodawstwa w zakresie mediów. Ostatnie zmiany miały na celu liberalizację sektora mediów i eliminacji zbędnych biurokratycznych barier.

Jednak obecnie nie ma specjalnej ustawy O nadawaniu radia i telewizji. Państwowa regulacja i kontrola działalności telewizji kablowej, naziemno-kablowej, satelitarnej i IPTV jest głównym zagadnieniem w warunkach aktywnego rozwoju usług telekomunikacyjnych.

Wydawnictwa książkowe w Kazachstanie dziś przeżywają pewien wzrost. Obecnie w Izbie Księgarskiej zarejestrowanych jest 284 wydawnictw i organizacji wydawniczych. Rozszerza się zakres literatury naukowej, polepsza się wydajność druku i artystyczna część książki.

Prowadzone są aktywne działania, których głównym celem jest budowanie globalnego społeczeństwa informacyjnego, tworzenie i wprowadzanie nowych technologii, unikalnych zasobów informacyjnych.

Rozwój kazachskiego segmentu Internetu ułatwi wprowadzenie szerokopasmowych łącz, utworzenie centrów danych, zwiększenie ilości elektronicznych usług dostarczanych przez portal „elektronicznego rządu”, rozwój portali, agencji rządowych, tworzenie społecznie istotnych zasobów internetowych (dla dzieci i młodzieży).

Obecnie konieczne jest zintensyfikowanie rozwoju centrów przetwarzania danych (centrów danych) w celu zapewnienia popytu na usługi hostingowe, początkowej i rezerwowej ochrony danych i przeprowadzone etapowo wyjście na rynki zagraniczne. Dostępność infrastruktury centrów danych jest podstawowym warunkiem rozwoju kazachskiego Internetu, e-commerce, e-usług i „elektronicznego rządu”.

Rozwój kazachskiej treści, tworzenie elektronicznych rynków oraz elektronicznych systemów płatniczych, ukierunkowanych na potrzeby internetowego handlu sprawi, że kazachski Internet stanie się bardziej atrakcyjny dla inwestorów.

Analiza głównych problemów

Głównymi problemami rozwoju przestrzeni informacyjnej są:

- 1) niski poziom konkurencyjności krajowej sfery informacyjnej;
- 2) technologiczne zacofanie infrastruktury medialnej;
- 3) brak transmisji cyfrowej;
- 4) brak rozwoju kazachskiego segmentu Internetu;
- 5) brak rozwoju infrastruktury centrów przetwarzania danych do świadczenia usług hostingowych;
- 6) brak nowoczesnych technologii informacyjnych i scentralizowanej ewidencji dokumentów Narodowego Funduszu Archiwalnego w trybie automatycznym;
- 7) brak warunków do przechowywania i ochrony dokumentów Krajowego Funduszu Archiwalnego;
- 8) niewystarczający dostęp do krajowej naukowej, technicznej, klasycznej, pięknej, dziecięca i młodzieżowej literatury;
- 9) dominacja obcych (rosyjskich) książek na rynku książki w Kazachstanie.

Ocena głównych czynników zewnętrznych i wewnętrznych

Czynniki zewnętrzne:

- 1) zmniejszenie stawki za usługi pocztowe w celu lepszego rozpowszechniania lokalnych mediów drukowanych wśród ludności;
- 2) podniesienie konkurencyjności regionalnych mediów;
- 3) wzmacnianie informacyjnej działalności organów państwowych;
- 4) rozwijanie międzynarodowej współpracy między Kazachstanem w dziedzinie informacji;
- 5) nowelizacja bazy ustawodawczej w dziedzinie mediów;
- 6) wzrost krajowego handlu książkami;
- 7) rozwój elektronicznych platform handlowych, zakupy online i elektronicznego systemu płatności, ukierunkowanych na potrzeby handlu internetowego;
- 8) wprowadzenie międzynarodowego adresu internetowego (.kaz).

Czynniki wewnętrzne:

- 1) aktywne wykorzystanie nowoczesnych narzędzi multimedialnych do poprawy jakości mediów publicznych;
- 2) wprowadzenie telewizji cyfrowej, która pozwoli na zmniejszenie ilości retransmisji programów produkcji zagranicznej w rodzimym eterze;
- 3) dostępność nowoczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych, które pozwolą zapewnić bezpieczeństwo i centralizację Narodowego Funduszu Archiwalnego;
- 4) rozwój platform serwerów hostingowych dla systemów informatycznych świadczących elektroniczne usługi lokalnych organów wykonawczych w regionach¹.

Podział mediów w regionach jest nierównomierny. W ogóle liderami wielu istniejących mediów pozostają Almaty (40% ogólnej liczby istniejących mediów), Astana (9%), Południowokazachski (7%), Karagandzki (7%) i Wschodniokazachski (5%) obwód.

W celu zaspokojenia duchowych i intelektualnych potrzeb grup etnicznych żyjących w kraju, wydaje się programy telewizyjne i radiowe oraz prasę w 11 językach. Głównym celem tego przedsięwzięcia jest naświetlenie działalności narодно-kulturalnych stowarzyszeń republiki, Zgromadzenia Narodów Kazachstanu, promowanie języka, kultury i obyczajów różnych narodowości, religii obecnych w Kazachstanie. Na kanale „Kazachstan” działa specjalnie stworzona grupa twórcza „El”, która produkuje programy w języku niemieckim („Kazachstan – im Blikpunkt”), ujęgurskim („Wisal”), koreańskim („Uri mindeg”). Raz w tygodniu w językach państwowych i rosyjskim emitowany jest program „Dostyk”, który ma na celu wspieranie kultury grup etnicznych w Kazachstanie i kształtowanie kazachskiego patriotyzmu. Ponadto, program telewizyjny „Kazachstan – im Blikpunkt” wchodzi w skład sieci telewizyjnych Aktobskiej, Akmolinckiej, Wschodniekazachckiej, Karagandzkiej, Pawłodarskiej i Północnokazachckiej regionalnych spółek medialnych.

W kazachckim radiu również stworzono specjalną audycję „Dostyk”, w ramach której nadawane są audycje w języku niemieckim, ujęgurskim,

¹ Strategiczny plan Ministerstwa Komunikacji i Informatyzacji Republiki Kazachstanu na lata 2011–2015.

koreańskim, tatarskim, tureckim i azerskim, a trwające łącznie 90 minut tygodniowo (15 minut – każde w studio). Całkowita roczna ilość audycji w kazachskim radiu w językach lokalnych wynosi 81 godzin. Kanał TV „Chabar” produkuje program „Buzdin Keszenin turgyndary”, poświęcony zwyczajom, tradycji i cech kulturowych grup etnicznych żyjących w Kazachstanie.

W Północnokazachskim regionie w miejscach gęstego zaludnienia polskiej diaspory (Pietropawłowsk, Czkalowsk, Uzynkol) można oglądać program „Polonia”. Wydają tutaj także gazety „Kore Ilbo”, „Ukraiński Nowiny”, „Ujgur awazi”, „Deutsche Allgemeine Zeitung”.

Publikacji analitycznych w kraju jest póki co mało. Można je podzielić na specjalistyczne (czasopisma: „Kontynent”, „Regulamin”) oraz publikacje masowe. Do masowych należą prorządowe i opozycyjne media.

Gazeta „Panorama”, „Almaty-Info” starają się zachować neutralną pozycję. W publikacjach opozycji – „Respublika”, „Žuma time”, „Soz”, „Swoboda słowa s Gulżan Jergaliewoj” – styl jest zaangażowany i jednolity, przez co nie stały się masowe. Za najbardziej masowe można uznać te media, które związane są z finansowo-przemysłowymi grupami – „Express K”, „Czas”, „Liter”, „Karawan”.

Publikacje analityczne można zaobserwować w mediach należących do wszystkich grup. Wadami wszystkich analitycznych publikacji są: brak alternatywnych poglądów, przeinaczanie faktów, brak umiejętności uogólniania i interpretowania faktów.

Przez wiele lat w kazachskim społeczeństwie dominowała rosyjskojęzyczna prasa, uznawana za bardziej popularną i uniwersalną. Dziś media Kazachstanu zaczynają odgrywać w społeczeństwie coraz ważniejszą rolę, udowadniając swoją witalność, stając się uniwersalnym narzędziem do informowania opinii publicznej, dyskusji na temat bieżących wydarzeń politycznych, gospodarczych, kulturalnych i skutecznie podbijają wirtualny świat: są online – publikuje się w języku kazachskim, a wiele organizacji tworzy swoje własne strony w języku urzędowym.

Media kazachskie od wielu lat dotowane są przez państwo, nawet w trakcie restrukturyzacji krajowego rynku medialnego, dlatego kierowali

się „dyrektywami” z góry. Na obecnym etapie większość kazachskich publikacji porusza tematy społeczne i polityczne.

Według oficjalnych danych obecnie w kraju publikowanych jest około 500 tytułów w języku kazachskim. Są też mieszane gazety w języku kazachskim i rosyjskim. Funkcjonują także tytuły partyjne. Ale główny ciężar w społeczeństwie ma około 15 krajowych wydań, z których każdy ma własną niszę na rynku:

„Egemen Kazachstan” – oficjalna gazeta państwowa w języku kazachskim, „Ana Tili” – gazeta o języku ojczystym, „Zan” – gazeta prawna, „Ulan” – tytuł dla dzieci i młodszej młodzieży, „kazachski ədebieti” – przegląd literacki, która ma najmocniejszą pozycję wydawniczą abonentów czerpie ze wszystkich regionów Kazachstanu.

Pośród niezależnych tytułów w języku kazachskim znaleźć można gazety „Jas Alash” (z ponadosiemdziesięcioletnią historią), społeczno-polityczny „Turkiestan”, partyjną „Ak Jol Kazachstan”, „Ajkyn”, „Žas Kazak”, „Kazachstan-Zaman” (wydawnictwo kazachsko-tureckie), „Žas Kazak uni” dwa regionalne tytuły „Altyn Orda” (wydawany w Atyrau), Aygak „(Szymkent), który jest jedynym regionalnym wydawnictwem, kolportowanym na cały kraj.

Dynamicznie rozwija się Internet, telewizja kablowo-naziemna i kablowa.

Niektórzy badacze technologii medialnej zauważyli, że wraz z nadejściem rynku mediów internetowych, sytuacja tradycyjnych środków masowego przekazu znacznie się pogorszyła, jednak według większości autorów, cybermedia harmonijnie wejda na rynek, zajmą na nim swoje miejsce, nie wypierając „tradycyjnych”.

Ożywienie na rynku środków masowego przekazu, ze względu na rosnącą popularność Internetu, nie ominęło postsowieckich krajów. Na początku lat 90. kilka federalnych rosyjskich tytułów rozpoczęło działalność w sieci. W redakcjach federalnych tytułów pojawiły się etaty edytora stron internetowych i webmasterów, a wszystkie gazety i czasopisma stały się dostępne w dowolnym miejscu na świecie. Wersje elektroniczne wzmocniły marki, sprawiły, że wydawnictwa były „bliżej”, a czytelnicy – młodszy.

Nieco później pojawiły się tzw. „media internetowe”. Niestety, krajowe „penetration”, czyli przenikanie (stosunek liczby użytkowników Internetu oraz ogólnej populacji) nie przekracza 3,5%. Ta relacja jest prawdziwa za-

równy dla Rosji, jak i Kazachstanu, gdzie w pełni zinternetowanymi można nazwać tylko trzy miasta: Astana, Ałmaty i Karaganda.

Kazachska gazeta, która nie ma wersji elektronicznej należy teraz do rzadkości. Aktywnie odwiedzane są dziś strony «Kazachstanskaja Prawdy», „Panorama”, „Nowoje Pokolenie”, „Express-K”, „Megalopolis”, „Liter”, „Wremja”, „Chabar”, „31 Kanał” i „Europa Plus”.

Tak jak wszędzie, na kazachskich stronach mediów znajdują się przede wszystkim elektroniczne wersje materiałów drukowanych, a dla interaktywności dodane są fora, na których można porozmawiać na temat tego lub innego materiału, zadawać pytania i wyrażać swoje opinie. Ponadto w niektórych wersjach dziennikarze umieszczają swoje adresy e-mail, które zapewniają natychmiastową reakcję czytelników na właśnie opublikowany materiał i pozwalają dziennikarzom i redaktorom na uzyskanie informacji od ludzi, którzy mogą wiedzieć coś o temacie publikacji i podzielić się miarodajnym zdaniem, w celu zapewnienia dodatkowych źródeł lub podniesienia kwestii ewentualnego braku równowagi czy niesprawiedliwości w opublikowanej treści.

Krajowy rynek informacyjny szeroko wykorzystuje nowoczesne technologie: ogólnokrajowe kanały telewizyjne i programy radiowe są dystrybuowane za pośrednictwem Krajowego Systemu telewizji satelitarnej. Kazachstańska telewizja i radio powszechnie stosują technologiczne kompleksy w formacie cyfrowym, w 2002 r. rozpoczął pracę kanał satelitarny CaspioNet (operator – Eutelsat). Na rynku informacyjnym w Kazachstanie istnieje 2265 zagranicznych środków masowego przekazu, w tym 2183 gazety i czasopisma i 82 telewizje i programy radiowe. Różnorodność ta nie przeszkadza, a organicznie dopełnia, stymuluje szybki rozwój mediów w Kazachstanie, tworząc niepowtarzalną paletę informacyjnego sektora w Kazachstanie. Znacząco przyczynia się do tego corocznie składane zamówienie rządowe na przeprowadzenie państwowej polityki informacyjnej, finansowanej z budżetu. Pełnomocnictwo do tego zamówienia jest wynikiem konkursów między mediami, niezależnie od ich formy własności. Należy również zauważyć, że corocznym priorytetowym kierunkiem państwowej polityki informacyjnej są społecznie ważne tematy, takie jak polityka społeczna, inwestycyjna, językowa i migracyjna państwa, procesy integracyjne w krajach WNP, kulturalne i historyczne relacje krajów

Wspólnoty, propagowanie zdrowego stylu życia, walka z przestępczością, ekstremizm i terroryzm, moralne i duchowe wychowanie młodego pokolenia, rozwój małych i średnich przedsiębiorstw itp.

W kontekście konkurencji i demokratyzacji informacyjnej sfery, wiele pozarządowych mediów prowadzi w rankingach popularności na krajowym rynku medialnym. Do tej grupy zaliczają się „Wremja”, „Aif-Kazachstan”, „MK w Kazachstanie”, „NP – nowoje pokolenie”, „Delowaja niediela”, „Express K”, „Panorama”, „Wremja PO”, „Zacznijmy od poniedziałku”, „Info-Ces” i inne media elektroniczne – KTK, NTK, agencja „Chabar”, „Radio NS”, „Europa Plus Kazachstan”, „Radio Karawan” itp.

Powstają i adaptują się różne wydania do nowych warunków, a ich tematyczne ukierunkowanie na młodzież przebiega w różny sposób. Niektóre tytuły nie poruszają tego tematu, inne idą na częściowe wykorzystanie technik i gatunków „zachodniego dziennikarstwa”, ewoluują wraz ze zmianami kręgu zainteresowań swojej grupy czytelniczej. Jeszcze inne korzystają z doświadczenia mediów zagranicznych, ale bez ślepego kopiowania, swobodnie improwując jego zastosowanie.

Jeśli chodzi o ilość działających mediów w państwie za liderów można uznać Almaty, Karagandski, Wschodniokazachski i Kustanski obwód, co w pewnym stopniu wpływa na informacje otrzymywane przez młodzież, ponieważ regiony te charakteryzują się dobrą sytuacją ekonomiczną i można w nich zaobserwować aktywność przedsiębiorczą wśród młodzieży.

Konkretnymi środkami w procesie politycznej socjalizacji i edukacji młodych ludzi można też nazwać demokratyzację mediów i przeprowadzoną przez państwo politykę otwartości, która przysłużyła się znaczącej ekspansji zagranicznych mediów w Kazachstanie. Dziś w kraju pracują przedstawiciele zagranicznych agencji informacyjnych „Reuters”, „France-Presse”, „Azat-Wolność”, „BBC”, „Xinhua”, „Associated Press” i inne. Stacja radiowa „BBC”, „Azat-Wolność” i „Głos Ameryki” ma grono młodych słuchaczy w Kazachstanie.

Dlatego też tworząca się polityka informacyjna Republiki Kazachstanu jest aktywnym czynnikiem rozwoju mediów, co ma dominujący wpływ

na przebieg podstawowych socjalno-ekonomicznych i społeczno-politycznych przemian w społeczeństwie.

Specyfika dziennikarstwa dla młodych ludzi w Kazachstanie określa się wiekowym ukierunkowaniem na dziecięce i młodzieżowe dziennikarstwo. W związku z tym stosuje się specjalne techniki odtwarzania rzeczywistości, własne środki wyrazu, formy, sposoby kontaktu z odbiorcami. Jako ważny element edukacji dzieci i młodzieży, media czynnie współpracują z różnymi instytucjami społecznymi zaangażowanymi w proces edukacyjny: kształcenie, naukę i kulturę. Palącym problemem w naszym kraju są dziś media dla młodych widzów.

Swoją pracę kontynuują gazety „Korye Ilbo”, „Ukraiński Nowiny”, „Ujgur avazi”, „Deutsche Allgemeine Zeitung”.

Konkurencja i warunki rynkowe gospodarki doprowadziła do pewnego spadku popytu na niezaadresowaną do nikogo informację, a także do opracowania nowych form usług informacyjnych poprzez przemysł medialny i jego grupy docelowej. Na rynku informacji gospodarczej pojawiły się tygodniki „Panorama”, „Delowaja nedela”. Media biznesowe pokrywają wąski segment czytelników. Specyfiką treści tych wydawnictw jest analiza i szeroki format socjalno-politycznych tematów.

Stabilność i powodzenie działalności ekonomicznej każdej instytucji społeczno-gospodarczego zależy od relacji biznesowych i komunikacji biznesowej, ich rozwoju i wzmocnienia. W kraju aktywnie rozwijają się reklamowe i reklamowo-poradnikowe wydawnictwa, jak lokalnej – „Plus”, „Biznes-kurier”, „Karawan- klasa”, „Krysza”.

Popularne, masowe informacyjno-komercyjne dzienniki w znacznym stopniu są charakterystyczne dla prasy regionalnej. Mają tylko trzy źródła dochodów – prenumerata, sprzedaż detaliczna i reklama. Udział mediów krajowych wynosi 31%, regionalnych – 23%, miejskich – 20,9%, powiatowych 17,9% całości, 3,6% tytułów wydawanych jest w wielu regionach kraju².

Według S. Charczenko, redaktora naczelnego informacyjnego holdingu „Kostanajskie Wiadomości” (trzy gazety, radio i kanał telewizyjny), „w ciągu najbliższych 5–7 lat dojdzie do doboru naturalnego i pozostaną tylko te regionalne media, które mają solidne zaplecze techniczne, perso-

² Międzynarodowy Fundusz Obrony Słowa „Әділ сөз”, <http://www.adilsoz.kz/old/18j/2002/07/03/01> page.ht.

nel i stałych konsumentów produktów informacyjnych ... podczas gdy wiele firm, poza powiększeniem, będzie musiało otwierać podobne przedsiębiorstwa, szukać dodatkowych źródeł przychodów”³.

Wśród codziennych gazet czołowe miejsce zajmują ogólnonarodowe państwowe publikacje – „Kazachska Prawda” i „Egemen Kazachstan”.

Tematyczne zróżnicowanie mediów – jeden z wyraźnie obserwowanych pozytywnych trendów na rynku informacyjnym Kazachstanu. Poza wydawnictwami społeczno-politycznymi w kraju są dobrze reprezentowane wydawnictwa informacyjne, reklamowe, naukowe, kobiece, dziecięce, młodzieżowe, religijne, specjalistyczne i inne.

Państwowe stacje telewizyjne i radiowe głównie koncentrują się na polityce wewnętrznej i zagranicznej, a także na zmianach zachodzących w społeczno-politycznej, socjalno-ekonomicznej sferze. W porównaniu z 2004 r. znacznie wzrosła liczba różnych gatunkowo programów produkowanych przez właścicieli krajowych mediów elektronicznych. W warunkach dalszego rozwoju stosunków rynkowych w zakresie informacji są media, które były w stanie określić swój własny segment potencjalnych konsumentów informacji i wykorzystać tę niszę, skutecznie przekazując informacje czytelnikom, widzom i słuchaczom.

Wpływ państwa na jakość informacyjnych punktów w mediach. Podstawowym mechanizmem jest zamówienie państwowe, które w 2004 r. wykonało 33 gazety, 26 magazynów, jedną agencję informacyjną o poziomie krajowym i 36 nadawców krajowych i regionalnych. Wśród nich były wiodące krajowe tytuły, wszystkie projekty kazachsko-rosyjskie. Całkowita długość zakupionego programu to 3011 godzin.

Według wyników analizy treści publikacji i monitoringu programów, na 1 stycznia 2005 r. zamówienie państwowe jest wykonywane w pełni i z odpowiednią jakością. Zasoby informacyjne rządu w 2005 r. stanowiły 32 obwodowe i 210 rejonowych gazet i 16 spółek radiowo-telewizyjnych. Mają one fundamentalne znaczenie dla kształtowania się opinii publicznej. Stosunek mediów publicznych i prywatnych w kraju na 1 marca 2010 r. jako całość nie uległo zmianie. Zatem 81% łącznej sumy działających me-

³ А. Сандыбай, *Чем порадовать сердце*, Astana 2004, s. 132.

diów stanowią media niepaństwowe. Sektor publiczny w obszarze informacyjnym jest reprezentowany głównie przez informacyjne media (publikacje centralnych i lokalnych władz, instytucji edukacyjnych). Jednak wśród właścicieli nowych mediów nastąpił znaczny wzrost liczby przedsiębiorców. W porównaniu do analogicznego okresu 2004 r. media, które są własnością spółek partnerskich powiększyły się o 26%, osób indywidualnych – 31% (głównie telewizje kablowe i gazety reklamowe), organizacje społeczne – 12%.

Zagraniczne media. W celu realizacji uchwał rządu z 29 lipca 2002 r. nr 843, prowadzone są prace ewidencyjne zagranicznych środków masowego przekazu, które publikują w Republice Kazachstanu.

Według stanu na 1 marca 2006 r. na rynku informacyjnym w Kazachstanie istnieje 2389 zagranicznych środków masowego przekazu, w tym 2307 czasopism i gazet oraz 82 radia i telewizje.

Największą popularnością wśród Kazachów cieszą się gazety, czasopiśma i programy telewizyjne wyprodukowane w Federacji Rosyjskiej. Ich udział wynosi ponad 90% ogólnej liczby zagranicznych mediów, które są dostępne na terytorium republiki.

Oprócz produkcji rosyjskich, kazachskim widzom i czytelnikom są proponowane drukowane i audiowizualne produkcje z Wielkiej Brytanii, Francji, Niemiec, Polski, Turcji, Portugalii, Zjednoczonych Emiratów Arabskich, Armenii, Azerbejdżanu i innych krajów.

90% z ogólnej liczby tytułów zagranicznych mediów jest w języku rosyjskim, 5% w angielskim, 5% w innych językach (w podanej cyfrze zawierają się języki: grecki, niemiecki, holenderski, hiszpański, portugalski, szwedzki, gruziński, ormiański, francuski itp.).

Większość zagranicznych gazet i czasopism wydawanych jest raz na tydzień lub miesiąc. Najczęściej zakres tematyczny obejmuje informacje i rozrywkę; pięć razy w tygodniu – społeczno-polityczne; pozostałe – głównie specjalistyczne (pedagogiczne, medyczne itp.).

Analiza tematycznego ukierunkowania mediów pokazuje, że popularnością wśród obywateli cieszą się publikacje i programy telewizyjne o charakterze rozrywkowym. Stanowią one 83% zagranicznych środków przekazu.

Największymi dystrybutorami zagranicznych środków masowego przekazu w Kazachstanie są „Kazpost”, AFI-Kazachstan”, „Ewrazja press”, „Alma-TV”, „Sekatel”, „Kaztsentr-TV”, które nadają w skali 70%. Dystrybutorzy produktów zagranicznych stanowią 93% osób prawnych.

Ogólnie rzecz biorąc, mimo rosnącej liczby tytułów zagranicznych dystrybuowanych w kraju, ich udział brutto (z punktu widzenia obrotu) wynosi około 19%.

W obecnych warunkach politykę informacyjną Kazachstanu określają trzy główne dokumenty: Koncepcja rozwoju konkurencyjności przestrzeni informacyjnej Republiki Kazachstanu w latach 2006–2009; Program dla niwelowania nierówności cyfrowej w Republice Kazachstanu w latach 2007–2009; ustawa O mediach z 23 lipca 1999 r.

Media kazachskie są głównymi instrumentami polityki publicznej. W kontekście globalizacji informacyjna polityka naszej republiki narażona jest na niebezpieczeństwa, które nie zawsze można kontrolować:

- po pierwsze – wtargnięcie w przestrzeń informacyjną zagranicznych programów informacyjnych;
- po drugie – rozwój nowych technologii informacyjnych, które będą znacznie zmieniać formę zawodu dziennikarza. Istnieje cała odnoga internetowego dziennikarstwa – dziennikarstwo blogowe, pewien rodzaj politycznego forum, dziennik z nowościami, ale kazachskie dziennikarstwo w tej dziedzinie jest nadal słabo reprezentowane. Państwo zamierza wyeliminować nierówności informacyjne oficjalnie przyjętymi dokumentami;
- po trzecie, znacznie wzrósł wpływ państwa na proces kierowania mediami przez krajowych magnatów medialnych. Na przykład niedawno wystawiony na sprzedaż pakiet akcji „Agencji Chabar” został kupiony przez Krajowy Naukowo-Technologiczny holding „Samgau”.

Takim sposobem państwo pozycjonuje poprzez media reputację kraju sukcesu, który energicznie przebija się przez bariery kryzysu gospodarczego, prowadzi efektywną wielosektorową zewnętrzną politykę i wystarczająco demokratyczną politykę wewnętrzną, sprawiedliwie rozwiązując socjalne kwestie społeczeństwa. Opozycyjne media wzmocniają demokratyczny wizerunek państwa. W konsekwencji media wykonują funkcję kształtowania opinii publicznej jest potężnym instrumentem państwa.

Telekomunikacja

„W ostatnich latach szybki rozwój i dostosowywanie technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT) stają się ważnymi czynnikami modernizacji społeczeństwa, wpływając nie tylko na wskaźniki ekonomiczne, ale także na styl życia. W celu stworzenia nowoczesnej przestrzeni informacyjno-komunikacyjnej kontynuowane jest stymulowanie rozwoju branży telekomunikacyjnej przez tworzenie nowoczesnej infrastruktury sektora ICT, upowszechnianie usług telekomunikacyjnych i elektronicznych, a także tworzenie podstaw dla dynamicznego społeczeństwa informacyjnego”⁴.

Wnioski

Obecnie Kazachstan opracował własną strukturę medialną. Pojawiły się państwowe i komercyjne kanały, gazety, czasopisma. W 1998 r. została uchwalona Ustawa o mediach, regulująca stosunek prawny mediów jako podmiotu prawnego w stosunku do władz i społeczeństwa. Zmienia się format emisji mediów elektronicznych. Pojawiają się nowe pozycje. Zachodzi znacząca zmiana tematyki mediów. W sprawach dotyczących życia politycznego w Kazachstanie media szczegółowo omawiają problemy zgody między narodami i politycznej stabilności. Wraz ze zmianami w życiu polityczno-gospodarczym społeczeństwa zmienia się fundament infrastruktury mediów. Oprócz istniejącej tradycyjnej typologicznej struktury mediów pojawiają się nowe specjalistyczne wydania, które bazują na stosunkach rynkowych i są atrybutami nowej polityki gospodarczej. Wzrasta rola mediów w demokratycznej transformacji społeczeństwa. Media nabywają nowych funkcji, które podkreślają ich niezależność jako instytucji społecznej.

Cechą globalizacji informacji na rynku Kazachstanu jest brak własnego systemu do zbierania i przetwarzania informacji. Nawet głównonurto-we media republiki otrzymują wiadomości z Rosji i innych zagranicznych

⁴ Strategiczny plan rozwoju Republiki Kazachstanu do 2020 r. Prezydent Republiki Kazachstanu N. Nazarbajew, Astana-Akorda, 1.02.2010, nr 922.

źródeł informacji. Instytucja własnych korespondentów zagranicznych nie upowszechniła się, w większym stopniu dotyczy to mediów państwowych. Brak własnej sieci biur sugeruje słaby rozwój rynku informatycznego w kraju. Na jakość drukowanych kazachskich środków przekazu wpływa nasycenie techniczne.