

■ АНАЛИЗ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СМИ И  
ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ В КАЗАХСТАНЕ

■ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ БАҚ МЕН СЯСИ  
ПАРТИЯЛАРДЫҢ ӨЗАРА ҚАРЫМ-  
ҚАТЫНАСЫНА ЖҮРГІЗІЛГЕН ТАЛДАУ

■ ANALYSIS OF INTERACTION BETWEEN THE  
MASS MEDIA AND POLITICAL PARTIES IN  
KAZAKHSTAN

УДК 070 : 329 (574)  
ББК 76.0 : 66,7 (5 Каз)

**A64 Руководитель проекта и составитель итогового документа:** Вячеслав Абрамов  
**Координация проекта:** Дильнара Джалилова

ISBN 978-601-7222-01-7

Анализ взаимодействия СМИ и политических партий в Казахстане. - Алматы, 2010 - 48 с.

Анализ взаимодействия СМИ и политических партий в Казахстане проведен Международным центром журналистики MediaNet при поддержке Фонда имени Конрада Аденауэра. Документ представляет собой обзор существующей ситуации, включая те противоречия, которые существуют в настоящее время, исследование ставило перед собой задачу представить имеющиеся и потенциальные возможности для достижения позитивных изменений.

УДК 070 : 329 (574)  
ББК 76.0 : 66,7 (5 Каз)

Результаты и выводы исследования не обязательно отражают точку зрения Фонда имени Конрада Аденауэра, являясь обзором мнений экспертного сообщества.

ISBN 9965-9860-9-6

© Международный центр журналистики MediaNet, 2010  
© Фонд имени Конрада Аденауэра, 2010

# СОДЕРЖАНИЕ / MAZMҰНЫ / CONTENTS

## **04** Введение

- 05..... Политпартии в Казахстане: краткий обзор
- 07..... Масс-медиа в Казахстане. Активность СМИ в освещении политических процессов
- 09..... Активность политических партий в работе со СМИ
- 11..... Партийные СМИ в Казахстане
- 13..... Тональность освещения работы политпартий
- 16..... Общие выводы
- 17..... Рекомендации

## **20** Кіріспе

- 21..... Қазақстандағы саяси партиялар: қысқаша шолу
- 23..... Қазақстандағы масс-медиа. Саяси процестер жайлы хабар таратудағы БАҚ-ның белсенділігі
- 25..... Саяси партиялардың БАҚ-мен жұмысындағы белсенділігі
- 27..... Қазақстандағы партиялық БАҚ
- 28..... Саяси партиялардың жұмысы жайлы хабар таратудағы үндестілік
- 30..... Жалпы қорытындылар
- 31..... Ұсыныстар

## **34** Introduction

- 35..... Political Parties in Kazakhstan: a brief review
- 37..... The mass media in Kazakhstan. The activity of the mass media in political developments
- 39..... The activity of political parties in work with the mass media
- 41..... Party Mass Media in Kazakhstan
- 43..... Attitude to covering the activity of political parties
- 45..... Overall conclusions
- 46..... Recommendations

## ВВЕДЕНИЕ

Анализ взаимодействия СМИ и политических партий в Казахстане проведен Международным центром журналистики MediaNet при поддержке Фонда имени Конрада Аденауэра.

Это первый опыт подобной работы, когда общественный институт подвергает анализу деятельность масс-медиа по освещению работы политических объединений с одной стороны и действия политобъединений по инициированию информационных поводов.

Исследование не ставило перед собой задачу продемонстрировать исключительно недостатки, существующие в работе партий и СМИ, но привлечь внимание к проблемам такого сотрудничества и представить рекомендации для улучшения ситуации в этой сфере.

Казахстан заявил себя демократическим государством, важными элементами которого являются политический плюрализм и многопартийность. В настоящее время в республике, несмотря на обилие политических течений, существуют трудности с политической конкуренцией, а мнение оппонентов власти нередко оказывается не услышано, в том числе и из-за неумения политических партий работать со СМИ и отсутствия интереса масс-медиа к политобъединениям.

Этот документ представляет собой обзор существующей ситуации, включая те противоречия, которые существуют в настоящее время, и ставило перед собой задачу представить имеющиеся и потенциальные возможности для достижения позитивных изменений.

В рамках работы над проектом была проведена серия интервью с представителями экспертного сообщества, проведен контент-анализ средств массовой информации (печатные, телевидение и Интернет-медиа), исследованы различные источники информации, включая веб-представительства политических партий Казахстана.

Ни один из участвовавших в реализации проекта сотрудников не является членом какой-либо политической партии. Исследование не имело целью поддержать одну или несколько политических партий.

Результаты и выводы исследования не обязательно отражают точку зрения Фонда имени Конрада Аденауэра, являясь обзором мнений экспертного сообщества.

# ПОЛИТПАРТИИ В КАЗАХСТАНЕ: КРАТКИЙ ОБЗОР

В Казахстане в настоящее время действует 9 политических партий – Народно-демократическая партия «Нур Отан» (НДП «Нур Отан»), Общенациональная социал-демократическая партия «Азат» (ОСДП «Азат»)<sup>1</sup>, Демократическая партия «Ак жол», Демократическая партия «Адилет», Казахстанская социал-демократическая партия «Ауыл», Коммунистическая партия Казахстана (КПК), Коммунистическая народная партия Казахстана (КНПК), Партия патриотов Казахстана (ППК) и партия «Руханият».

Еще одна политическая партия – «Алга!» - на протяжении последних трех лет предпринимает попытки пройти официальную регистрацию, которая неоднократно прерывалась регистрирующими органами. Последняя такая попытка была предпринята в ноябре 2009 года.

## Официально зарегистрированные политические партии

<i>Народно-демократическая партия «Нур Отан»</i>
<i>Общенациональная социал-демократическая партия «Азат»</i>
<i>Демократическая партия «Ак жол»</i>
<i>Демократическая партия «Адилет»</i>
<i>Казахстанская социал-демократическая партия «Ауыл»</i>
<i>Коммунистическая партия Казахстана</i>
<i>Коммунистическая народная партия Казахстана</i>
<i>Партия патриотов Казахстана</i>
<i>Партия «Руханият»</i>

Большинство партий декларирует себя либерально-демократическими, либо партиями социал-демократического толка.

Лишь одна партия – НДП «Нур Отан» представлена в мажилисе (нижняя палата) парламента Казахстана<sup>2</sup>, в сенате (верхняя палата) есть представитель еще одной партии (ППК), который назначен депутатом указом президента Казахстана. НДП «Нур Отан» также контролирует большинство мест в маслихатах (местные представительные органы власти).

Политические партии в Казахстане ряд политологов условно делит на оппозиционные (ОСДП «Азат», КПК, незарегистрированная партия «Алга!»), умеренно-оппозиционные («Ак жол», «Адилет», КНПК) и лояльные действующей власти.

*1. Образована в 2009 году путем слияния Общенациональной социал-демократической партии Казахстана (ОСДП) и партии «Азат».*

*2. По итогам досрочных выборов в мажилис в августе 2007 года НДП «Нур Отан» получила 88,41% голосов избирателей, ОСДП – 4,54%, ДПК «Ак жол» - 3,09%, КСДП «Ауыл» - 1,51%, КНПК – 1,29%, ППК – 0,78%, партия «Руханият» - 0,39%. КПК выборы бойкотировала.*

В республике предпринималось несколько попыток создания партии зеленых<sup>1</sup> и партии религиозного толка<sup>2</sup>, однако они не были успешными.

Деятельность политических партий в Казахстане регулируется отдельным законом и блоком законодательных актов. Для регистрации политической партии в ней должно состоять не менее 40 тыс. членов. Ранее порог, необходимый для регистрации политпартии, составлял 50 тыс. членов, изменения были внесены в законодательство в начале 2009 года.

По разным данным, в настоящее время в политических партиях состоит от 1,2 млн. до 1,6 млн. граждан Казахстана, что составляет примерно 15% от всего взрослого населения республики.

Правозащитные организации и политические активисты считают, что казахстанское законодательство о политических партиях не соответствует международным стандартам, что приводит к отсутствию политического плюрализма, а политобъединения не имеют равных возможностей для ведения борьбы за голоса и мнения избирателей<sup>3</sup>. В частности, указывается на то, что процедура регистрации партий в Казахстане остается достаточно сложной, партии не имеют необходимого уровня участия в избирательных комиссиях, выборы в стране сопровождаются многочисленными нарушениями, что приводит к искажению их результатов.

Одновременно граждане Казахстана практически не демонстрируют политической активности и не проявляют значительного интереса к деятельности политических партий. Это подтверждают многочисленные исследования, указывающие, что избиратели не знакомы с программами партий, не знают их лидеров, а зачастую ничего не слышали о действующих в стране политических партиях.

Кроме того, граждане указывают, что не доверяют политическим движениям и их лидерам, а партии не предпринимают достаточных усилий для повышения уровня узнаваемости и роста доверия к ним.

*1. Несколько экологических движений заявляло о своих планах преобразоваться в партии, как минимум, трижды такие заявления делал лидер движения «Табиғат» Мэлс Елеусизов.*

*2. Движение «Ак Орда» было создано в 2005 году, провозгласив своими целями возрождение духовности и нравственности. Ее лидером является Кайрат Сатыбалды. Движение так и не было преобразовано в партию.*

*3. См., в частности, Краткий обзор выполнения Казахстаном обязательств ОБСЕ, Коалиция «Казахстан – ОБСЕ 2010», 2009.*

## МАСС-МЕДИА В КАЗАХСТАНЕ. АКТИВНОСТЬ СМИ В ОСВЕЩЕНИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ.

В Казахстане работает порядка 3 тысяч средств массовой информации, большинство из которых являются негосударственными<sup>1</sup>. Подавляющее большинство масс-медиа имеет общественно-политическую направленность.

Телевизионные каналы в республике редко имеют узкую специализацию и, как правило, предлагают зрителю информационные и аналитические программы. Радиостанции, за редким исключением, являются развлекательными, предлагая слушателям лишь краткие информационные блоки и значительно реже – ток-шоу на общественно-политические темы.

В последние 5-7 лет в Казахстане активно развиваются интернет-медиа, которые, как правило, строят свою работу на обзоре событий в республике и за ее пределами, а также разнообразном наборе сервисов, прежде всего, развлекательного характера. В то же время в республике действует целый ряд интернет-изданий, которые широко известны своими общественно-политическими обзорами и аналитическими материалами. Часть изданий в последние 1-2 года предлагают также читателям видео и аудиоматериалы, дают возможность комментировать или создавать новости, вести блоги.

Несмотря на то, что большинство СМИ в Казахстане позиционируются как общественно-политические, собственно процессы, связанные с деятельностью политических групп и их лидеров, полноценно освещают единицы. Основная часть масс-медиа сосредоточена на освещении хроники текущих событий, отдавая предпочтение официальным новостям.

Доля информации о деятельности государственных органов и их представителей занимает в СМИ республики от 35% до 65% от общей доли информации<sup>2</sup>. При этом государственные чиновники выступают как в роли поставщиков новостей, так и в роли комментаторов событий. Лидеры политических партий крайне редко приглашаются СМИ для оценки ситуации в качестве экспертов.

Масс-медиа республики чрезвычайно пассивны в самостоятельном поиске информации о работе политических партий и информировании своей аудитории об их деятельности. Основной причиной для этого редакторы называют отсутствие интересных информационных поводов, которые могли бы генерировать политические объединения. Им также вменяют в вину отсутствие креативных, ярких новых идей, которые бы могли привлечь внимание к тем или иным проблемам.

*1. Данные министерства культуры и информации Республики Казахстан на конец 2009 года.*

*2. Серия измерений в ноябре-декабре 2009 года, проведенная Международным центром журналистики MediaNet.*

Подавляющее большинство изданий в Казахстане не считает целесообразным предоставлять площадку для выступлений политических лидеров, полагая, что это является «не больше, чем рекламой»<sup>1</sup>.

Помимо этого, представители СМИ, особенно государственных и близких к власти изданий, указывают на то, что у них существуют гласные или негласные запреты на появление на страницах газет или в телеэфире политиков оппозиционного толка. Подобные запреты существуют на протяжении многих лет и усилились для телевизионных каналов в начале-середине 2000-х годов, когда телевидение в Казахстане стало полностью подконтрольным провластным группам.

По разным данным, в некоторых крупнейших СМИ, как и в советское время, существуют списки с именами политических деятелей и активистов, публикации о которых «нежелательны», либо «невозможны». Иногда решение о том, будет ли упомянут в статье или телесюжете тот или иной политик принимается редактором издания, чаще такие решения принимают собственники СМИ.

Таким образом, несмотря на отсутствие цензуры в ее классическом понимании, необходимо отметить существование самоцензуры, либо ограниченной цензуры в отношении политических объединений и их лидеров.

Оценивая в целом медийный ландшафт Казахстана, можно говорить о существовании крайне ограниченного числа СМИ, насчитывающего не более нескольких десятков изданий, сосредоточенных, в основном, в Алматы (а также в нескольких, преимущественно северных, регионах), которые можно считать независимыми и которые регулярно пишут о деятельности всех активных политических партий, их акциях, идеях и планах. Такие издания предпочитают хроникальное изложение событий, либо, существенно реже, анализируют деятельность политических движений и предлагают читателям обзоры политической активности в стране.

В целом жанр политического анализа и обзора в республике развит чрезвычайно слабо и в настоящее время поддерживается лишь несколькими изданиями. Остальные относят к политическому анализу изложение официальных событий и пересказ действий государственных чиновников.

*1. В анализе приведены цитаты из серии интервью с представителями экспертного сообщества – журналистами, редакторами, представителями политических партий, общественных организаций, политологами.*



# АКТИВНОСТЬ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ В РАБОТЕ СО СМИ

Казахстанские политические партии активны в работе со СМИ лишь в период, предшествующий выборам. Пики политической активности наступают за 2-3 месяца до дня голосования и спадают в течение месяца после завершения выборов. Традиционно большинство партий практически пропадает из информационного поля в периоды между выборами.

Одной из причин этого является игнорирование деятельности политических партий со стороны масс-медиа, но гораздо более существенной является отсутствие активности самих политпартий.

В настоящее время подавляющее большинство политических партий Казахстана имеют собственные веб-ресурсы, лишь два объединения по-прежнему не открыли собственных веб-сайтов.

## Веб-представительства политических партий

НДП «Нур Отан»	<a href="http://www.ndp-nurotan.kz/site">www.ndp-nurotan.kz/site</a>
ОСДП «Азат»	<a href="http://www.osdp.kz">www.osdp.kz</a>
ДП «Ак жол»	<a href="http://www.akzhol.kz">www.akzhol.kz</a>
ДП «Адилет»	<a href="http://www.dp-adilet.kz/kz/about">www.dp-adilet.kz/kz/about</a>
КСДП «Ауыл»	<a href="http://www.ksdp-auyl.kz">www.ksdp-auyl.kz</a>
КПК	<a href="http://www.komparty.kz">www.komparty.kz</a>
КНПК	<a href="http://www.knpk.kz/wp">www.knpk.kz/wp</a>
ППК	-
Партия «Руханият»	-
Народная партия «Алга!»	<a href="http://www.npdvk.kz">www.npdvk.kz</a>

При этом лишь четыре партии – НДП «Нур Отан», ОСДП «Азат», «Адилет» и «Алга» регулярно обновляют свои веб-сайты и имеют достаточно полную информацию как о партийных программах, лидерах, так и о событиях, связанных с деятельностью объединений. Остальные крайне редко обновляют свои веб-ресурсы, что отражается на числе посетителей страниц.

Большинство партий, по их данным, имеют собственные пресс-службы, которые работают в двух основных направлениях – контакты с прессой и мониторинг, анализ и оценка освещения партийной деятельности в СМИ.

Оценивая работу департаментов партий по работе с прессой, можно констатировать, что практически ни одна из них не справляется полностью с обоими направлениями своей работы. Партии слабо

снабжают прессу информацией о своей деятельности (за исключением НДП «Нур Отан» и «Алга!»), слабо реагируют на происходящие события (за исключением критических ситуаций, либо ситуаций особой важности) и еще реже реагируют на оценки журналистами их работы, не пытаясь выстраивать рабочие контакты с прессой. Одним из объяснений этому может быть скептицизм политических партий, считающих, что масс-медиа «отрабатывают четкие политические заказы». Другим объяснением может быть непрофессионализм сотрудников пресс-офисов партий.

Политпартии Казахстана крайне редко иницируют яркие и интересные информационные поводы, которые бы были привлекательными для масс-медиа и могли заставить их осветить событие. Деятельность многих политобъединений в этом направлении сводится к подготовке заявлений и проведении пресс-конференций, реже – организации митингов и акций, которые привлекают ограниченное число СМИ.

Лишь две политические партии, кардинально по-разному подходя к организации информационных поводов, тем не менее преуспевают в привлечении внимания СМИ – партии «Нур Отан» и «Алга!».

Первая имеет значительные политические и административные ресурсы – большинство государственных чиновников, от самого высокого уровня до низшего звена, являются членами этой партии. Организация практически любой акции этой партией не может остаться незамеченной. В том числе и благодаря работе собственного медийного холдинга.

Партия «Алга!», находящаяся в процессе государственной регистрации в течение более трех лет, не имея значительных информационных ресурсов и находясь в жесткой оппозиции к власти, регулярно придумывает яркие и своеобразные акции, выступает с инициативами, которые привлекают внимание независимой и оппозиционной прессы, популярной в Казахстане. Таким образом, партия постоянно заявляет о себе, повышая собственную узнаваемость.

В целом пассивность большинства политических партий усиливает критическое отношение казахстанских СМИ к существующим политическим объединениям, что впоследствии приводит к дальнейшему снижению рейтинга партий и потере доверия со стороны избирателей. Партии в последние годы не предприняли видимых усилий по изменению этой ситуации.

---

## ПАРТИЙНЫЕ СМИ В КАЗАХСТАНЕ

В Казахстане действует целый ряд средств массовой информации, деятельность которых финансируется политическими партиями. Кроме того, группа СМИ (в основном речь идет об оппозиционных изданиях), не раскрывая структуру собственников, тем не менее не скрывает своих политических взглядов.

Так, свои партийные издания, которые сосредоточены на освещении деятельности политического объединения, имеют НДП «Нур Отан» (газеты «Дала мен кала» и «Страна и мир»), КНПК (газета «Коммунист Казахстана»), КПК (газета «Правда Казахстана»), КСДП «Ауыл» (газета «Ауыл»), незарегистрированная партия «Алга!» (газеты «Азат» и «Алга!») и т.д..

Кроме того, в руководящие органы ОСДП «Азат» входят редакторы двух ведущих оппозиционных изданий Казахстана – «Свобода слова» и «Общественная позиция - DAT» («Тасжарган»).

Крупнейшим партийным медиа-холдингом владеет правящая партия «Нур Отан». В холдинг «Нур-Медиа», созданный в конце 2008 года, входят телевизионный канал «Астана» (вещает во всех регионах Казахстана), республиканская радиостанция NS и вещающее в Астане радио РДВ, республиканские газеты «Литер», «Айкын», «Известия - Казахстан», «Туркистан», «Дала мен кала», «Страна и мир», «Нур Астана» и «Казахстан темиржолшысы».

Эксперты по-разному оценивают деятельность этих СМИ после их вхождения в холдинг «Нур-Медиа». Так, некоторые представители масс-медиа считают, что издания стали «даже более свободными, чем они были до этого». Другие, напротив, отмечают, что издания подходят к освещению политических процессов необъективно и в выгодном лишь для партии власти свете.

В целом экспертное сообщество скорее негативно относится к тому факту, что одна партия владеет большим количеством СМИ. Мировая практика свидетельствует, что политические партии, как правило, выпускают собственное информационное издание, но не владеют общенациональными средствами массовой информации, которые либо оказывают поддержку той или иной политической силе (наиболее характерным в данном случае является пример США), либо остаются нейтральными и критичными в оценке деятельности политиков и движений, что позволяет представлять обществу различные точки зрения и вести активные политические дискуссии.

Оценивая деятельность всех СМИ, поддерживающих ту или иную партию, будь то партия власти или оппозиционное политобъединение, эксперты отмечают субъективность этих масс-медиа, неготовность к освещению деятельности всех политических сил и взвешенному анализу происходящих в стране событий. Над изданиями, указывают и редакторы и политики, довлеют их политические взгляды и пристрастия, что в свою очередь приводит к искажению информации, которую предоставляют читателю эти масс-медиа.

Другой проблемой является закрытость информации о финансировании партийных, либо спонсируемых партиями СМИ. Такие данные носят закрытый характер, партии не раскрывают информации о том, сколько средств они тратят ежегодно на информационную и рекламную кампании. В мире между тем существует практика публикации таких данных и раскрытия информации о финансировании масс-медиа, что повышает доверие граждан как к политическим партиям, так и к средствам массовой информации.

# ТОНАЛЬНОСТЬ ОСВЕЩЕНИЯ РАБОТЫ ПОЛИТПАРТИЙ

## Характер публикаций

В настоящее время невозможно говорить о едином объективном подходе средств массовой информации в Казахстане к освещению деятельности политических партий. Тональность такого освещения также чрезвычайно неоднородна.

В целом позитивное освещение получает от государственных СМИ только партия «Нур Отан», которая занимает большую долю всей информации о еполитических объединениях, которую публикуют издания. Практически аналогичная ситуация с негосударственными провластными изданиями, которые, освещая деятельность политических партий, отдают предпочтение сообщениям о событиях, инициированных или связанных с НДП «Нур Отан». При этом нередко в провластных СМИ тональность статей и сюжетов бывает нейтральной, когда журналист представляет лишь изложение того, что произошло, но не предлагает анализ событий.

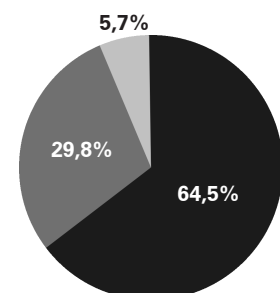
Оппозиционные СМИ, что объяснимо, чрезвычайно критичны по отношению к партии власти и освещают ее работу в негативном ключе, крайне редко – в нейтральном.

Всегда нейтральной тональности в освещении деятельности партий придерживается лишь несколько республиканских изданий, которые предоставляют читателям информацию о деятельности активных политических сил.

Разнится ситуация в освещении деятельности партий в СМИ, выходящих на казахском и русском языках. Казахскоязычные СМИ предлагают своей аудитории чаще нейтральные материалы, чем позитивные или негативные. Издания предлагают информацию не только о деятельности партии власти, либо лояльных власти партий, но и оппозиционных движений. Тем не менее масс-медиа на казахском языке также практически не готовят аналитических материалов о политических объединениях, ограничиваясь сообщениями о событиях.

Государственные средства массовой информации в подавляющем большинстве ничего не сообщают своей аудитории о деятельности оппозиционных политических сил, заняв позицию их игнорирования. Освещение в государственных масс-медиа получают только НДП «Нур Отан» и лояльные власти партии, при этом соотношение информации о них в таких изданиях составляет, как минимум, 9 к 1.

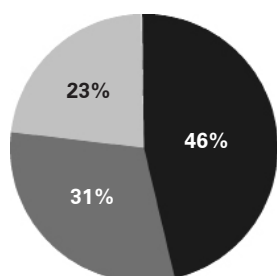
**Освещение деятельности НДП «Нур Отан», ноябрь-декабрь 2009<sup>1</sup>**



- Позитивные публикации
- Нейтральные публикации
- Негативные публикации

*1. Контент-анализ охватывал порядка 35 республиканских и региональных СМИ на казахском и русском языках, вне зависимости от их политической принадлежности.*

**Характер освещения деятельности политпартий в СМИ на казахском языке, ноябрь-декабрь 2009**



- Нейтральные
- Позитивные
- Негативные

Ряд изданий, позиционирующих себя как независимые, периодически выступает с критическими публикациями о деятельности политических партий. При этом подвергаются критике чаще все же оппозиционные силы, значительно реже – правящая партия. Нередки также публикации о слабости политических объединений в Казахстане.

В целом политические партии Казахстана, включая партию власти, по нескольким причинам не могут быть удовлетворены тональностью освещения их деятельности. Так, НДП «Нур Отан», стремящаяся, по словам ее лидеров, стать важнейшим общественным институтом, который бы генерировал новые идеи и решал существующие проблемы, не получает необходимой любой демократической силе конструктивной критики, поскольку публикации в позитивном ключе в государственных и лояльных СМИ имеют целью лишь восхваление, но не объективную оценку. Оппозиционные силы находятся фактически в информационной изоляции, которая серьезно сказывается на узнаваемости и популярности партий и приводит к тому, что они не могут объяснять гражданам свою позицию по тому или иному вопросу.

**«Закрытость» телеэфира.**

Казахстанские телевизионные каналы фактически недоступны оппозиционно настроенным политическим партиям и политикам. Замеры ноября-декабря 2009 года показали, что, несмотря на обилие комментариев по актуальным событиям со стороны оппозиционных партий<sup>1</sup>, лишь единицы из них попали в эфир республиканских телеканалов.

Регулярное освещение получает лишь одна политическая партия – правящая НДП «Нур Отан», деятельность остальных остается незамеченной телевизионными станциями страны.

При этом существует условное разделение телевизионного вещания в стране на «более свободное» и «менее свободное», когда телеканалы решаются или не решаются передавать даже самые нейтральные сообщения, связанные с деятельностью оппозиции.

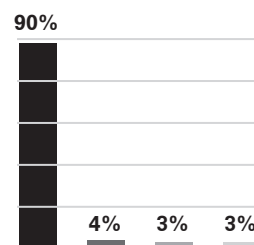
В регионах ситуация схожа с происходящим на республиканском уровне. Как правило, в областном центре действует от двух до пяти местных телеканалов, которые не уделяют существенного внимания

*1. В частности, в это время оппозиция неоднократно выступала с заявлениями о Национальной доктрине Казахстана, которая вызвала неоднозначную оценку в обществе.*

деятельности партий. Кроме того, и сами политобъединения, находясь вдалеке от республиканских центров и центральных офисов своих партий, не слишком активны в проведении различного рода акций и распространении заявлений и информации.

В Казахстане по-прежнему не существует общественного телевизионного и радиовещания, которое бы предоставляло возможности выступления всем политическим движениям. Отсутствие общественного телевидения или его аналогов приводит к тому, что граждане фактически лишены возможности знать о том, какие действия предпринимают политические партии, включая те, за которые они голосуют.

### Представленность партий в телевизионном эфире, ноябрь-декабрь 2009



- Нур Отан
- Адилет
- ОСДП Азат
- Другие партии

## ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

Взаимодействие политических партий и средств массовой информации в Казахстане сложно назвать эффективным. С одной стороны партии не производят информацию, которая была бы интересна и востребована масс-медиа, с другой стороны СМИ имеют установки, которые не позволяют им освещать деятельность всех без исключения политических партий. В таких условиях граждане оказываются лишены возможности иметь полную информацию о политических партиях, формировать собственное объективное мнение о том, эффективно или нет то или иное политическое объединение.

Эта проблема является ключевой для оппозиционных политических партий, поскольку в настоящее время они представлены в узком ряде изданий и только некоторые из них имеют популярность у граждан. В таких условиях нельзя говорить о достижении политического многообразия и равенстве возможностей всех политических сил в стране.

Помимо этого, политические партии уделяют недостаточное внимание работе со СМИ. Понимая важность такого взаимодействия, они тем не менее используют либо устаревшие инструменты в работе, либо не реагируют на возникающие поводы для комментирования событий и придания гласности собственной позиции. Партиям в Казахстане необходимо усилить свои информационные стратегии, значительно увеличить активность в работе с масс-медиа для того, чтобы максимально использовать имеющиеся возможности распространения информации о себе.

В частности, к таким возможным каналам относятся независимые печатные издания, информационные агентства и интернет-издания, влияние которых неизменно растет в последние годы.

Партии в Казахстане в целом крайне слабо используют возможности интернета. Так, они не представлены в социальных сетях, лидеры за редким исключением не имеют персональных страниц или блогов, партии неэффективно используют собственные веб-ресурсы. Таким образом, фактически игнорируется большой пласт потенциальных сторонников и активистов партий – молодых людей, которые ежедневно используют различные сервисы в сети интернет.

Журналисты и редакторы республики, несмотря на в целом высокий уровень информированности о политических процессах, крайне мало знают о целях, программах, возможных методах работы политических партий, не разделяют мнения о важности политобъединений для развития демократии. Подобный подход, а также невысокая информированность впоследствии отражается на подаче информации в СМИ.



---

# РЕКОМЕНДАЦИИ

## Государственным органам

- Вернуться к обсуждению вопроса о создании в Казахстане общественного телевидения и радио. Предусмотреть возможность участия представителей политических партий в управлении общественным телевидением и радио.
- Предусмотреть выделение государственного заказа в сфере информационной политики для освещения деятельности всех политических партий.
- Регулярно замерять и анализировать долю публикаций в государственных СМИ о различных политических партиях для обеспечения равенства возможностей политпартий в получении освещения их работы.
- Рассмотреть вопрос о законодательном закреплении гарантий равенства возможностей политических партий в получении освещения их деятельности в государственных СМИ.

## Политическим партиям

- Активизировать работу со средствами массовой информации, шире информировать масс-медиа об инициативах и действиях партий.
- Повысить профессиональный уровень пресс-служб и департаментов для улучшения работы со средствами массовой информации.
- Шире использовать возможности Интернета, в частности, социальные сети, блоги, микроблоги и т.д.
- Активнее комментировать события, выступать в роли комментаторов событий в СМИ, блогах.
- Сделать прозрачным финансирование партийных СМИ и информационных кампаний партий.
- Пересмотреть стратегии выпуска партийных СМИ, сделав акцент на их общественной направленности, что позволит расширить их аудиторию.

### **Средствам массовой информации**

- Расширить информирование аудитории о деятельности партий, рассматривая такие сообщения как общественно значимые, а не рекламные.
- Использовать партийных активистов и лидеров в качестве экспертов и комментаторов для событий и, таким образом, увеличивать представленность партий в СМИ и улучшать понимание в обществе их видения ситуации.
- Расширять диалог с политическими партиями, инициируемый как политобъединениями, так и организациями гражданского общества, для достижения улучшений в освещении политических процессов в стране.

### **Общественным объединениям**

- Рассмотреть возможность обучения политических партий навыкам работы со средствами массовой информации и масс-медиа – освещению деятельности политобъединений.
- Учредить совет по взаимодействию СМИ и политпартий, который мог бы стать площадкой для обсуждения существующих проблем в их отношениях и разработки рекомендаций для улучшения.
- Проводить мониторинг и анализ освещения в СМИ политических процессов в целом и деятельности партий, в частности, для повышения информированности общества.
- Информировать общество о фактах запрета на публикации в СМИ информации о тех или иных политических партиях и их лидерах.

■ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ БАҚ МЕН САЯСИ  
ПАРТИЯЛАРДЫҢ ӨЗАРА ҚАРЫМ-  
ҚАТЫНАСЫНА ЖҮРГІЗІЛГЕН ТАЛДАУ

## КІРІСПЕ

«Қазақстандағы БАҚ мен саяси партиялардың өзара қарым-қатынасы» зерттеуін MediaNet Халықаралық журналистика орталығы Конрад Аденауэр атындағы Қордың қолдауымен жүзеге асырды.

Мұндай істің, яғни қоғамдық институттың масс-медианың саяси бірлестіктер жұмысы жайлы ақпарат беруі мен саяси құрылымдардың ақпарат көзі болып табылуына талдау жүргізуі алғаш рет болып отыр.

Зерттеудің мақсаты партиялар мен БАҚ қызметінің олқы тұстарын ғана бөле-жара атап көрсету емес, екі тараптың өзара қарым-қатынасына назар аудартып, осы саладағы жағдайды жақсартуға арналған ұсыныстар әзірлеу болды.

Қазақстан өзін ең қымбат және маңызды құндылықтары болып саяси плюрализм мен көппартиялылық болып табылатын демократиялық мемлекет деп жариялады. Қазіргі уақытта республикадағы саяси оқиғалардың көптігіне қарамастан саяси бәсекелестікте қиын, түйткілді мәселелер жолығады, қарсы жақтың пікірінің «айтылған құлаққа» жетпей жететіні де жиі кездеседі. Мұндай жағдайға себепші дүниелердің ішінде саяси партиялардың БАҚ-мен жұмыс істей алмауы мен масс-медианың саяси бірлестіктерге деген қызығушылығының жоқтығы да бар.

Зерттеуде осы саладағы бүгінгі күнгі жағдайға жалпы сипаттама көрсетілген (оның ішінде қазіргі кезде кездесетін қарама-қайшылықтар да бар). Зерттеу дұрыс бағыттағы өзгерістерге қол жеткізу үшін қажет, қолда бар, әлеуетті мүмкіндіктерді ұсынуды алдына мақсат етіп қойды.

Жобамен жұмыс барысында сарапшылар қауымы өкілдерінен сұхбат алынды, бұқаралық ақпарат құралдарына (мерзімдік басылымдар, телевизия және Интернет-медиа) контент-талдау жүргізілді, түрлі ақпарат көздері зерттелді (оның ішінде Қазақстанның саяси партияларының веб-өкілділіктері де бар).

Жобаны жүзеге асырушылар қандай да бір саяси партияның мүшесі емес. Зерттеу бір немесе бірнеше партияны қолдау мақсатында жүргізілген жоқ.

Зерттеу нәтижелері мен қорытындысы Конрад Аденауэр атындағы Қордың көзқарасын білдіруі міндетті емес, ол сарапшылар қауымының шолуы болып табылады.

# ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ САЯСИ ПАРТИЯЛАР: ҚЫСҚАША ШОЛУ

Қазақстанда қазіргі кезде 9 саяси партия бар, олар: «Нұр Отан» Халықтық-демократиялық партиясы («Нұр Отан» ХДП), «Азат» Жалпыұлттық социал-демократиялық партиясы («Азат» ЖСДП)<sup>1</sup>, «Ақ жол» демократиялық партиясы, «Әділет» демократиялық партиясы, Қазақстан социал-демократиялық «Ауыл» партиясы, Қазақстанның Коммунистік партиясы (ҚКП), Қазақстанның коммунистік Халықтық партиясы (ҚКХП), Қазақстанның патриоттар партиясы (ҚПП) және «Руханият» партиясы.

«Алға» саяси партиясы соңғы үш жыл бойы ресми тіркеуден өтуге тырысып келе жатыр, бірақ олардың бұл талпыныстары тіркеу органдарымен бірнеше рет тоқтатылды. «Алға» партиясы соңғы рет тіркеуден өтуге 2009 жылдың қарашасында ниет білдірді.

## Ресми тіркелген саяси партиялар

<i>«Нұр Отан» Халықтық-демократиялық партиясы</i>
<i>«Азат» Жалпыұлттық социал-демократиялық партиясы</i>
<i>«Ақ жол» демократиялық партиясы</i>
<i>«Әділет» демократиялық партиясы</i>
<i>Қазақстан социал-демократиялық «Ауыл» партиясы</i>
<i>Қазақстанның Коммунистік партиясы</i>
<i>Қазақстанның коммунистік Халықтық партиясы</i>
<i>Қазақстанны патриоттар партиясы</i>
<i>«Руханият» партиясы</i>

Партиялардың көпшілігі өздерін либералды-демократиялық немесе социал-демократиялық деп таныстырады.

Қазақстан парламентінің мәжілісінде (төменгі палата) тек «Нұр Отан» партиясының ғана өкілдері бар<sup>2</sup>, ал сенатта (жоғарғы палата) Қазақстанның президентінің нұсқауымен тағайындалған ҚПП-ның бір өкілі бар. Сонымен қатар «Нұр Отан» ХДП мәслихаттарда (жергілікті өкілді билік органдары) көпшілік орынға ие.

Бірқатар саясаттанушылар Қазақстандағы саяси партияларды шартты түрде келесідей бөліп қарастырады: оппозициялық («Азат» ЖСДП, ҚКП, тіркелмеген «Алға» партиясы), жартылай оппозициялық партиялар («Ақ жол», «Әділет», ҚКХП) және билікке жақын партиялар.

1. 2009 жылы Жалпыұлттық социал-демократиялық партиясы (ЖСДП) мен «Азат» партиясының бірігуінен құрылды.

2. 2007 жылғы тамызда өткен кезектен тыс сайлау нәтижелері бойынша «Нұр Отан» ХДП 88,41%, ЖСДП 4,54%, «Ақ жол» ҚДП 3,09%, «Ауыл» ҚСДП 1,51%, ҚКХП 1,29%, ҚКП 0,78%, «Руханият» партиясы - 0,39% дауысқа ие болды. ҚКП сайлауға қатысқан жоқ.

Республикада бірнеше рет жасылдар<sup>1</sup> партиясы мен діни бағыттағы<sup>2</sup> партия құру талпыныстары болды, бірақ олар дiттеген мақсатына жете алмады.

Қазақстандағы саяси партиялар қызметі бөлек заң мен заң актілерінің жиынымен жүргізіледі. Саяси партияның тіркеуге тұру үшін кем дегенде 40 мың мүшесі болуы тиіс. Бұрын бұл талапта 50 мың мүше болуы керек деп көрсетілетін. Соңғы өзгерістер заңға 2009 жылдың басында енгізілді.

Түрлі мәліметтерге қарағанда қазіргі кезде 1,2 млн.-нан 1,6 млн-ға дейін Қазақстан азаматтары саяси партияларға мүше, бұл республиканың ересек тұрғындарының 15 %-ы.

Құқықорғау ұйымдары мен саяси белсенділер саяси партиялар туралы қазақстандық заңнама халықаралық стандарттарға сай келмейді, бұл саяси плюрализмнің жоғалуына әкеліп соғады, ал саяси бірлестіктер сайлаушылардың дауысы мен пікіріне деген күресте бірдей мүмкіндіктерге ие емес дейді<sup>3</sup>. Жекелеп алғанда, Қазақстандағы партиялардың тіркеуге алынуы әлі де болса қиын іс, сайлау комиссияларына қатысу үшін саяси партиялар қажетті деңгейге жеткен жоқ, елдегі сайлау көптеген заң бұзушылықтармен қатар жүреді, ал бұл сайлау нәтижелерінің бұрмалануына әкеледі.

Сонымен қатар Қазақстан азаматтарының саяси белсенділіктері төмен, олар саяси партиялардың жұмысына деген қызығушылықтарын білдіре бермейді. Бұған жүргізілген көптеген зерттеулер дәлел. Олардың нәтижелері бойынша, сайлаушылар партиялар бағдарламасымен таныспаған, көп жағдайда елдегі қазіргі уақытта бар саяси партиялар туралы естімеген де.

Тағы бір айта кетер дүние, ел азаматтары саяси қозғалыстар мен олардың басшыларына деген өз сенімсіздіктерін білдіреді, ал партиялар болса танымалдылық деңгейлерінің артуы мен өздеріне деген сенімнің нығаюы үшін жеткілікті күш салмайды.

*1. Бірнеше экологиялық қозғалыс партия ретінде қайта құрылу ниеттері бар екенін мәлімдеді, осындай мәлімдемені «Табиғат» партиясының басшысы Мэлс Елеусізов жасады.*

*2. «Ақ Орда» қозғалысы 2005 жылы құрылды, олар өздерінің мақсаты рухани және иман құндылықтарды қайта жаңғырту деп мәлімдеді. Партия басшысы – Қайрат Сатыбалды. Қозғалыс партия болып құрылған жоқ.*

*3. Қараңыз, Қазақстанның ЕҚЫҰ алдындағы міндеттерін орындауына шолу, «Қазақстан – ЕҚЫҰ 2010» Коалициясы, 2009.*

# ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ МАСС-МЕДИА. САЯСИ ПРОЦЕСТЕР ЖАЙЛЫ ХАБАР ТАРАТУДАҒЫ БАҚ-НЫҢ БЕЛСЕНДІЛІГІ

Қазақстанда 3 мыңдай бұқаралық ақпарат құралы бар, олардың көпшілігі мемлекеттік емес болып табылады<sup>1</sup>. БАҚ-ның басым бөлігі қоғамдық-саяси бағытты ұстанады.

Республикадағы телевизиялық арналардың бір бағытта ғана хабар таратуы сирек кездеседі, олар көрермендерге ақпараттық және сараптамалық бағдарламаларды ұсынады. Радиостансалар, кейбірінен басқасы, негізінен көңіл көтеретін бағдарламалар таратады, қысқа ақпараттық блоктар сирек, ал саяси-қоғамдық тақырыптағы токшоулар одан да сирек кездеседі.

Соңғы 5-7 жылдың ішінде Қазақстанда Интернет-медиа қарқынды дамуда, олар өз жұмысын республикадағы және одан тыс жерлердегі жаңалықтар мен түрлі қызметтер топтамасына (бірінші кезекте көңіл көтеретін сипаттағы) арнайды. Сонымен қатар, республикада өздерінің қоғамдық-саяси шолулары мен сараптамалық материалдарының арқасында танымал бірқатар Интернет-басылымдар бар. Соңғы 1-2 жылда мұндай басылымдар өз оқырмандарына видео және аудиоматериалдар ұсына бастады, жаңалықтарға пікір жазуға немесе оларды жазуға, блок жүргізуге мүмкіндік береді.

Қазақстандағы БАҚ-ның басым көпшілігінің қоғамдық-саяси бағытты ұстанатындықтарына қарамастан, саяси топтар мен олардың басшылары жайлы хабарды санаулылары ғана таратады. Масс-медианың негізгі бөлігі ресми жаңалықтарға көңіл бөліп, ағымдағы оқиғалар жайлы ақпарат берумен ғана шектеліп қалады.

Мемлекеттік органдар және олардың өкілдерінің қызметі жайлы ақпарат республика БАҚ ақпаратының 35 %-дан 65 %-на дейінгі бөлігін құрайды<sup>2</sup>. Ал мемлекеттік шенеуніктер ақпарат көзінің рөлінде де, жағдайға түсінік берушінің рөлінде де шыға береді. Саяси партиялардың жетекшілері БАҚ-на жағдайға баға беруші сарапшы ретінде өте сирек шақырылады.

Елдегі масс-медианың саяси партиялардың қызметі жайлы ақпарат іздеуі мен көпшілікті олардың жұмысы жайлы құлағдар етіп отыруындағы белсенділігі төмен. Мұндай жағдайға негіз ретінде редакторлар саяси құрылымдар беруі тиіс қызықты ақпараттық себептердің жоқтығын атап көрсетеді. Сонымен қатар, олар партияларда қандай да бір мәселелерге назар аудартатын ерекше сипаттағы, жаңашыл идеялардың жоқтығын айтады.

Қазақстандағы басылымдардың басым көпшілігі партия басшыларына БАҚ беттерінен сөз беруден бас тартады, мұны олар «бұл тек жарнама, басқа ештеңе емес» деп түсіндіреді<sup>3</sup>.

*1. 2009 жылдың соңындағы мәдениет және ақпарат министрлігінің мәліметі.*

*2. 2009 жылыдың қараша-желтоқсанында MediaNet Халықаралық журналистика орталығы жүргізген бақылаулар сериясы.*

*3. Талдауда сараптамалық қауымның өкілдерімен (журналистер, редакторлар, саяси партиялар, қоғамдық ұйымдар өкілдері, саясаттанушылар) болған сұхбаттар сериясынан дәйексөз келтірілген.*

Сонымен бірге, БАҚ-ның өкілдері (әсіресе, мемлекеттік және билікке жақын басылымдар) газет бетінде немесе телеэфирде оппозициялық бағыттағы саясатшыларды беруде ашық немесе жабық түрдегі тыйымдардың бар екенін айтады. Мұндай тыйымдар ұзақ жылдар бойы жалғасып келе жатыр, ал екі мыңыншы жылдардың ортасында, Қазақстандағы телевизия билікке жақын топтардың бақылауына өткен кезде, телеарналар үшін тыйым салу тіпті де күшейді.

Түрлі мәліметтер бойынша бірнеше ірі БАҚ-да, Кеңес Одағының кезіндегідей, саяси белсенділер мен қайраткерлердің есімдері жазылған тізім бар, олардың жарияланымдары БАҚ үшін не «мүмкін емес», не «қажет емес» болып табылады. Кейде қандай да бір саясаткер есімінің мақалада немесе телесюжетте айтылу-айтылмауын редактор шешеді, ал көбінесе мұндай шешімді БАҚ-ның меншік иесі қабылдайды.

Осылайша елде цензураның классикалық түрінің болмағандығына қарамастан, саяси бірлестіктер мен олардың жетекшілеріне қатысты алғанда БАҚ-ның өз-өздеріне деген цензурасы немесе шектеулі цензураның бар екенін жоққа шығаруға болмайды.

Қазақстанның жалпы медиа көрінісін бағалай келе, барлық саяси партиялар, олардың акциялары, ойлары, жоспарлары жайлы тұрақты түрде жазып тұратын, негізінен Алматы қаласында шоғырланған (сонымен қатар ел аймақтарында да, әсіресе солтүстікте, бірнеше басылым бар), тәуелсіз деуге келетін бірқатар БАҚ бар деп айтуға болады. Мұндай басылымдар оқиғаларды тұрақты түрде беріп тұруды қалайды, кей жағдайда саяси қозғалыстардың қызметіне талдау жүргізіп, оқырмандарға елдегі саяси белсенділік жайлы шолуды ұсынады.

Жалпы республикадағы саяси талдаулар, сараптама жүргізу мен саяси шолу айтарлықтай дамымаған, бар дүниенің өзі тек бірнеше басылымның арқасында ғана ұсталып тұр. Қалған БАҚ талдау орнына ресми оқиғаларды береді немесе мемлекеттік шенеуніктердің қызметі жайлы ақпарат таратады.



# САЯСИ ПАРТИЯЛАРДЫҢ БАҚ-МЕН ЖҰМЫСЫНДАҒЫ БЕЛСЕНДІЛІГІ

Қазақстандық саяси партиялар БАҚ-мен тек сайлау алдында ғана белсенді түрде жұмыс істейді. Дауыс беруге 2-3 ай қалғанда саяси белсенділік шыңына жетеді де, сайлаудан кейін бір ай шамасында кері қайтады. Әдетте, сайлау аралық уақытта партиялардың көпшілігі ақпараттық кеңістіктен жоғалып кетеді.

Бұған себептердің бірі масс-медиа тарапынан саяси партиялар жұмысына деген назар аудармаушылық болса, екінші жағынан (ең маңыздысы да осы) партиялардың өздерінің белсенділігінің төмендігі.

Қазіргі кезде Қазақстанның саяси партиялары көпшілігінің өз веб-ресурстары бар, тек екі саяси бірлестіктің ғана веб-сайты жоқ.

## Саяси партиялардың веб-өкілдіктері

«Нұр Отан» ХДП	<a href="http://www.ndp-nurotan.kz/site">www.ndp-nurotan.kz/site</a>
«Азат» ЖСДП	<a href="http://www.osdp.kz">www.osdp.kz</a>
«Ақ жол» ДП	<a href="http://www.akzhol.kz">www.akzhol.kz</a>
«Әділет» ДП	<a href="http://www.dp-adilet.kz/kz/about">www.dp-adilet.kz/kz/about</a>
«Ауыл» ҚСДП	<a href="http://www.ksdp-auyl.kz">www.ksdp-auyl.kz</a>
ҚКП	<a href="http://www.komparty.kz">www.komparty.kz</a>
ҚКХП	<a href="http://www.knpk.kz/wp">www.knpk.kz/wp</a>
ҚПП	-
«Руханият» партиясы	-
«Алға!» Халықтық партиясы	<a href="http://www.npdvk.kz">www.npdvk.kz</a>

Бұлардың ішінде тек төртеуі ғана («Нұр Отан» ХДП, «Азат» ЖСДП, «Әділет» және «Алға») веб-сайттарын тұрақты түрде жаңалап тұрады, және ол жерден партия бағдарламасы, жетекшілері, бірлестік қызметіне қатысты оқиғалар туралы ақпарат алуға болады. Қалғандары веб-ресурстарын өте сирек жаңартады, ал бұл сайт қонақтарының санына міндетті түрде өз кері әсерін тигізбей қоймайды.

Өздерінің мәліметтеріне қарағанда партиялардың көпшілігінің жеке баспасөз қызметі бар, олар негізінен екі бағыт бойынша жұмыс жасайды: баспасөзбен байланыс және мониторинг, БАҚ-ындағы партиялық қызмет жайлы ақпаратқа баға беру мен талдау жүргізу.

Баспасөзбен жұмыс бойынша партиялық департаменттердің қызметіне қарағанда, олар жоғарыда айтылған екі бағыттың екеуімен де дұрыс жұмыс істей алмай отыр. Партиялар өз қызметі жайында баспасөзді

ақпаратпен толық қамтамасыз етпейді («Нұр Отан» ХДП мен «Алғадан» басқасы), болып жатқан оқиғаларға назар аудармайды (аса маңызды немесе аса шиеленіскен оқиға болмаса) және журналистердің олардың жұмыстарына берген бағасына мән бермей, баспасөзбен байланысуға аса құлық таныта қоймайды. Мұндай жағдайды саяси партиялардың масс-медианы «нақты саяси тапсырыстарды орындайды» деп түсінуімен, бұл партия баспасөз қызметінің кәсібилігінің жоқтығымен байланыстыруға болатын шығар.

Қазақстанның саяси партиялары масс-медиа үшін қызықты болатын, ол туралы жарияланым беруге тұрарлықтай ақпараттық себептерді өте сирек ұйымдастырады. Көптеген саяси бірлестіктердің қызметі арыз дайындау мен баспасөз мәслихаттарын өткізуден ары аспайды, ал шектеулі ғана БАҚ-ын қызықтыратын митингілер мен акциялар тіпті де сирек ұйымдастырылады.

Тек екі партия ғана, ақпараттарының мазмұнының бір-біріне мүлде қарама-қайшы екендіктеріне қарамастан, БАҚ-ның назарын аударуда жұмыс атқарып келе жатыр, олар «Нұр Отан» ХДП мен «Алға!» партиясы.

Алғашқысы әлеуетті саяси және әкімшілік ресурстарға ие, мемлекеттік шенеуніктердің көпшілігі, лауазымына қарамастан, осы партияның мүшесі болып табылады. Бұл партияның өткізген кез-келген акциясы ескерусіз қалмайды. Бұл жерде, партияның жеке медиа холдингінің де еңбегі бар.

Үш жыл бойы мемлекеттік тіркеуден өтуге тырысып жүрген «Алға!» партиясының қол астында айтарлықтай ақпараттық ресурс жоқ, әрі ол билікпен оппозициялық қарым-қатынаста. Бұл партия түрлі, ерекше акциялар ұйымдастырып, Қазақстандағы танымал тәуелсіз және оппозициялық басылымдардың назарын өзіне аударады. Осылайша, партия тұрақты түрде ақпарат таратып, өзінің танымалдылығын арттыра түседі.

Саяси партиялардың белсенділігінің төмен болуы қазақстандық БАҚ-ын саяси бірлестіктерге деген сыни қарым-қатынасқа әкеледі, бұдан келіп партияның танымалдылығының кемуі, сайлаушылар тарапынан сенімділіктің азаюы шығады. Соңғы жылдары партиялар бұл жағдайды өзгерту үшін ешқандай жұмыстар атқармады.

## ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ПАРТИЯЛЫҚ БАҚ

Қазақстанда саяси партиялар қаржыландыратын бір топ бұқаралық ақпарат құралдары бар. Сонымен қатар, бірқатар БАҚ (әңгіме оппозициялық басылымдар жайында) меншік иесінің кім екендігін жарияламайды, бірақ, өздерінің саяси ұстанымдарын ашық айтады.

Саяси бірлестіктің қызметі жайлы ақпарат таратуға жұмылған партиялық БАҚ «Нұр Отан» ХДП-да («Дала мен қала» және «Страна и мир» газеттері), ҚКХП-да («Коммунист Казахстана» газеті), ҚКП-да («Правда Казахстана» газеті), «Ауыл» ҚСДП-да («Ауыл» газеті), тіркелмеген «Алға» партиясында («Азат» және «Алға!» газеттері) бар.

Сонымен қатар, «Азат» ЖСДП-ның басқарушы органдарына Қазақстанның екі жетекші оппозициялық басылымның редакторлары кіреді («Свобода слова» және «Общественная позиция - ДАТ» («Тасжарған») газеттері).

Елдегі ірі партиялық медиа-холдингке биліктік «Нұр Отан» партиясы ие. 2008 жылы құрылған «Нұр-Медиа» холдингіне «Астана» телеарнасы (Қазақстанның барлық аймақтарында хабар таратады), NS республикалық радиостансасы және Астана қаласында хабар таратушы РДВ радиосы, «Литер», «Айқын», «Известия - Казахстан», «Түркістан», «Дала мен қала», «Страна и мир», «Нұр Астана» және «Қазақстан теміржолшысы» республикалық газеттері кіреді.

Сарапшылар бұл БАҚ-ның «Нұр-Медиа» холдингіне кіргеннен кейінгі жағдайына әртүрлі баға береді. Масс-медианың кейбір өкілдері бұл БАҚ-ын «бұрынғыға қарағанда еркінрек бола түсті» деп санайды. Ал, екінші бір сарапшылар, керісінше, аталған басылымдар саяси процестерге тәуелсіз түрде қарау мүмкіндігінен айрылып, билік партиясына жағатын түрде көрінуге тырысады дейді.

Жалпы сарапшылар қауымы бір партияның бір топ БАҚ-на ие болуын қолдай қоймайды. Әлем тәжірибесіне сүйенсек, саяси партия өзінің ақпараттық басылымын шығарады, бірақ жалпы көпке ортақ бұқаралық ақпарат құралын меншіктемейді. Мұндай бұқаралық ақпарат құралы не белгілі бір саяси күштерге қолдау көрсетеді (бұған мысал ретінде АҚШ-ты келтіруге болады), не саясатшылар мен қозғалыстарға нейтралды болмаса сыни тұрғыдан қарайды. Нәтижесінде қоғам түрлі пікір, көзқарастарға ие болады, ашық саяси пікірталастар жүргізу мүмкіндігі туады.

Биліктік партияға болсын, оппозициялық партияға болсын қолдау көрсететін БАҚ-ның қызметіне баға берген сарапшылар олардың субъективтілігін, барлық саяси партиялар жайлы бірдей ақпарат беру және елдегі болып жатқан оқиғаларға дұрыс жасалған талдаулар жүргізу мүмкіндігінің жоқтығын атап көрсетіп кетті. Басылымдарға нұсқау беріп редакторлар, саясатшылар тұрады, түрлі саяси көзқарастардың болуы оқырманға жолданған ақпараттың бұрмалануына әкеліп соғады.

Тағы бір шешілмеген мәселе – партиялар демеу беретін немесе қаржыландыратын БАҚ жайлы ақпараттың жабықтығы. Партия мұндай мәліметтер бермейді, ақпараттық және жарнамалық бағытта жыл сайын қанша ақша бөлінетінін айтпайды. Ал, жалпы әлемде масс-медианың қаржыландырылуы жайлы мәліметтердің ашықтығы кездеседі, бұл азаматтардың саяси партияларға, бұқаралық ақпарат құралдарына деген сенімнің нығаюына әкеледі.

# САЯСИ ПАРТИЯЛАРДЫҢ ЖҰМЫСЫ ЖАЙЛЫ ХАБАР ТАРАТУДАҒЫ ҮНДЕСТІЛІК

## Жарияланымдардың сипаты

Қазіргі кезде Қазақстанда бұқаралық ақпарат құралдары саяси партиялардың қызметі жайлы ақпарат таратуға бірдей қарайды деп айтуға болмайды, осы орайда БАҚ-ның жарияланымдары да үндесіп жатқан жоқ.

Жалпы алғанда мемлекеттік БАҚ-да тек «Нұр Отан» партиясы ғана жағымды пікірдегі ақпараттарға ие, сонымен қатар, саяси бірлестіктерге қатысты ақпараттардың басым бөлігі «Нұр Отан» қатысты жарияланады. Осы жағдай билікке жақын өзге де БАҚ-да бар, олар саяси партиялар туралы ақпараттар жариялауда «Нұр Отан» ХДП-на, осы партияға қатысты оқиғаларға басымдық береді. Биліктік БАҚ-ның мақалалары мен сюжеттері нейтралды сипатта болып келеді, журналистер тек болған оқиға туралы жазып қана шығады, ал толық талдау, сараптама жасалмайды.

Оппозициялық басылымдар билік партиясы туралы сыни көзқарастағы немесе жағымсыз мазмұндағы (не өте сирек кездесетін нейтралды сипаттағы) ақпарат таратады.

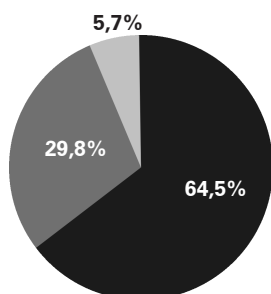
Республикалық бірнеше басылым ғана партиялар жұмысы жайлы нейтралды мазмұндағы хабар таратады, олар оқырмандарға белсенді деген саяси күштердің қызметі жайында ақпарат ұсынып отырады.

Партиялар жұмысы жайлы ақпарат беруде қазақ және орыс тілдеріндегі БАҚ екіге жарылды. Қазақтілді БАҚ өз оқырмандарына көп жағдайда нейтралды сипаттағы жарияланымдар ұсынады, жағымды не жағымсыз ақпарат сиректеу кездеседі. Бірақ, қазақ тіліндегі масс-медиа саяси құрылымдар туралы талдамалық материалдар дайындамайды, тек оқиғалар туралы хабарламамен ғана шектеліп қалып отыр.

Мемлекеттік бұқаралық ақпарат құралдарының басым көпшілігі оппозициялық саяси күштер атқарып жатқан жұмыстар жайлы хабар тарапайды, оларға қатысты «елемеу» саясатын ұстанады. Мемлекеттік масс-медиада жарияланатын ақпараттар негізінен «Нұр Отан» ХДП мен биліктік партиялар жайлы болып келеді, бұл партиялар туралы жарияланымдардың ара қатынасы, кем дегенде, 9-ға 1-ді құрайды.

Өздерін тәуелсізбіз деп есептейтін бір топ басылым саяси партиялар туралы сыни мазмұндағы жарияланымдар жариялайды. Олар негізінен оппозициялық партияларды сынайды, билік партиясы олардың сынына сирегірек ұшырайды. Сонымен қатар бұл басылымдардың бетінде Қазақстандағы саяси бірлестіктердің әлсіздігі де сыналып жатады.

«Нұр Отан» ХДП қызметін жайлы хабар тарату, қараша-желтоқсан, 2009<sup>1</sup>



- Жағымды сипаттағы жарияланымдар
- Нейтралды сипаттағы жарияланымдар
- Жағымсыз сипаттағы жарияланымдар

1. Контент-талдау қандай саяси бағытты ұстанатындықтарына қарамастан 35 республикалық және аймақтық қазақ және орыс тілді БАҚ-ын қамтыды.

Жалпы Қазақстандағы саяси партиялар (оның ішінде билік партиясы да бар) өздерінің атқарып жатқан жұмысы жайлы ақпарат таратуға бірнеше себеп бойынша көңілдері толмауы мүмкін. «Нұр Отан» ХДП, жетекшілерінің айтуынша, жаңа идеялар ойлап табатын және түйткілді мәселелер шешетін маңызды қоғамдық институт болуға тырысады, алайда, кез-келген демократиялық күшке қажет конструктивті сын бұл партияға айтылмайды, себебі, мемлекеттік және биліттік басылымдар негізінен объективті баға емес, мақтап-мадақтау түрінде ғана жарияланымдар береді. Оппозициялық күштер ақпараттық оқшаулануда қалып отыр, бұл партиялардың танымалдылық деңгейіне әсер етеді, яғни олар өздерінің мақсат, ұстанымдарын, пікірлерін жайлы ел азаматтарына жариялай алмайды.

### Телеэфирдің «жабықтығы»

Оппозициялық бағыттағы саяси партиялар мен саясаткерлерге қазақстандық телевизиялық арналар жабық. 2009 жылдың қараша, желтоқсанында жүргізілген зерртеуге қарағанда, оппозициялық партиялар тарапынан түсіп жатқан өзекті мәселелерге қатысты пікірлердің көптігіне, көлемділігіне қарамастан<sup>1</sup>, олардан тек санаулысы ғана республикалық телеарналардың эфиріне шығып жатты.

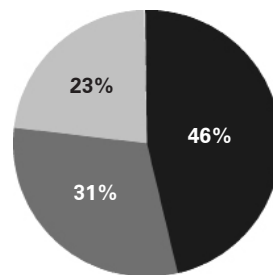
«Нұр Отан» ХДП-нан басқа партиялар елдегі телевизиялық стансалардың назарынан тыс қалып отыр. «Нұр Отан» партиясы жайлы ақпарат тұрақты түрде эфирге шығады.

Сонымен қатар, оппозициялық басылымдарға қатысты қандай да бір болмасын ақпаратты телеарналардың таратуына байланысты мәселе «жариялауға болады» немесе «болмайды» деп шартты түрге екіге бөлінеді.

Аймақтардағы жағдай жалпы республикадағы жағдайға ұқсас. Облыс орталығында партиялар жұмысына айтарлықтай мән бере қоймайтын екі-бес телеарна бар. Әрі саяси бірлестіктердің өздері де республикалық орталықтан немесе өз партияларының орталық кеңсесінен алыстап, түрлі акциялар мен мәлімдемелер, ақпараттар таратуға құлық білдіре қоймайды.

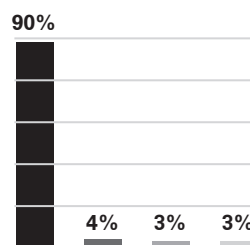
Қазақстанда әлі күнге барлық саяси қозғалыстаға ақпарат жариялауға мүмкіндік беретін қоғамдық телевизия және радио хабар тарату ісі қолға алынбаған. Қоғамдық телеарна немесе оның орнын басатын құрылымның болмауы ел азаматтарының саяси партиялардың (оның ішінде өздерінің дауыс берген партиясы да бар) қандай жұмыстар атқарып жатқанына бейхабар болуына әкеліп соғады.

Қазақтілді БАҚ-да саяси партиялар қызметі жайлы ақпарат тарату сипаттамасы, қараша-желтоқсан, 2009



- Нейтралды сипатта
- Жағымды сипатта
- Жағымсыз сипатта

Телевизиялық эфирге партиялардың шығуы, қараша-желтоқсан 2009



- Нұр Отан
- Әділет
- Азат ЖСДП
- Басқа партиялар

1. Жекелеп алғанда, осы уақыт ішінде оппозиция қоғамда әңгіме туғызған Қазақстанның Ұлттық доктринасы туралы бірнеше рет мәлімдеме жасады.

## ЖАЛПЫ ҚОРЫТЫНДЫЛАР

Қазақстандағы саяси партиялар мен бұқаралық ақпарат құралдарының қарым-қатынасын нәтижелі деп айтуға болмас. Бір жағынан партиялар масс-медиаға қызықты әрі қажетті мағлұмат бермесе, екінші жағынан БАҚ-да бүкіл саяси партиялардың жұмысы жайлы ақпарат тарату мүмкіндігін шектейтін нұсқаулар бар. Мұндай жағдайда, азаматтар саяси партиялар жайлы толық ақпарат ала алмайды, қандай да бір саяси бірлестіктің өздеріне пайдалы не пайдасыз екендігіне қатысты объективті пікір қалыптастыра алмайды.

Бұл оппозициялық саяси партиялар үшін негізгі мәселе болып тұр, себебі олар қазіргі кезде басылымдардың шағын бір тобы арқылы ғана танымал және олардың тек бірнешеуі ғана ел арасында белгілі. Мұндай жағдайда саяси көптүрлілікке жеттік немесе елдегі саяси күштердің бәрінің мүмкіндіктері тең деп айтуға болмайды.

Бұдан бөлек, саяси партиялар БАҚ-мен жұмысқа жеткілікті көңіл бөліп отырған жоқ. Олар масс-медиамен дұрыс жұмыс жүргізудің маңыздылығын түсінеді, бірақ осы қатынастарда ескірген тәсілдерді қолданады, қандайда бір оқиғаға пікірлерін білдірмейді, өз ұстанымдарын жария етпейді. Қазақстандағы партияларға өз ақпараттық стратегиясын күшейту қажет, өздері жайлы хабарды мүмкіндігінше көбірек тарату мақсатында масс-медиамен жұмыс көлемін арттыру керек.

Жекелеп алсақ, мұндай пайдалануға болатын мүмкіндіктер ретінде тәуелсіз мерзімдік басылымдарды, ақпараттық агенттіктерді және соңғы жылдары ерекше қарқынмен дамып келе жатқан интернет-басылымдарды жатқызуға болады.

Қазақстандағы партиялар жалпы алғанда интернеттің мүмкіндіктерін жеткілікті пайдалана алмауда. Олар әлеуметтік желілерде кездеспейді, жетекшілерінің тек кейбірінің ғана интернетте өз беті немесе блогы бар. Партиялар өздерінің веб-ресурстарын тиімді пайдаланбайды. Осылайша, интернетті күнделікті, түрлі мақсатта пайдаланатын, партияның потенциалды жақтастары мен белсенділері - жастар назардан тыс қалуда.

Республикадағы журналистер мен редакторлар саяси процестер туралы жақсы хабардар болғандықтарына қарамастан саяси партиялардың мақсаты, бағдарламасы, жұмыс жүргізу тәсілдері жайлы өте аз біледі, демократияның дамуы үшін саяси бірлестіктердің маңыздылығына аса мән бере бермейді. Мұндай жағдай және мағлұматтың аздығы БАҚ-на арналған ақпаратқа өз әсерін тигізеді.

---

# ҰСЫНЫСТАР

## Мемлекеттік органдарға

- Қазақстанда қоғамдық телевизия мен радио ашу мәселесін талқылауға қайта оралу. Қоғамдық телевизия мен радионы басқаруда саяси партиялардың өкілдерін қатыстыру мүмкіндігін қарастыру.
- Барлық саяси партиялар қызметі жайлы ақпарат тарату бойынша мемлекеттік тапсырыс мәселесін ескеру.
- Саяси партиялардың жұмысы жайлы хабар таратуда теңдік болу үшін мемлекеттік БАҚ-дағы әртүрлі саяси партиялар жайлы жарияланымдарды бақылап, талдау жасап отыру.
- Саяси партиялардың қызметі жайлы, барлығына ортақ, тең жағдайда мемлекеттік БАҚ-да ақпарат беру мәселесін заңдық тұрғыдан қарастыру.

## Саяси партияларға

- Бұқаралық ақпарат құралдарымен жұмысты күшейте түсу, масс-медиаға өз қызметтері, бастамалары жайлы жиі хабарлап тұру.
- Бұқаралық ақпарат құралдарымен жұмысты жақсарту мақсатында баспасөз қызметі мен департаменттердің кәсіби деңгейін көтеру.
- Интернеттің мүмкіндіктерін, жекелеп алғанда әлеуметтік желілерді, блогтарды, микроблогтарды және т. б. кеңінен қолдану.
- БАҚ-дағы, блогтардағы жарияланымдар турасында жиі пікір білдіріп, пікірші ретінде қалыптасу.
- Партиялық қпараттық бастамалар, науқандар мен БАҚ-ның қаржымен қамтамасыздандырылуын таза, ашық түрде жүргізу.
- Партиялық БАҚ-ның шығарылым тәсілдерін қайта қарастыру, аудиторияны кеңейту мақсатында олардың қоғамдық бағытқа көңіл бөлінуіне назар аудару.


### **Бұқаралық ақпарат құралдарына**

- Жарнамалық емес, қоғамдық маңызы бар ақпараттарға көңіл бөле отырып, партиялар қызметі жайлы аудиторияға хабар тарату аясын кеңейту.
- Партия белсенділері мен жетекшілерін түрлі оқиғаларға сарапшы, пікір білдіруші ретінде шақырып отыру, осылайша БАҚ-дағы партиялар жайлы ақпарат көлемін ұлғайтып, қоғамдағы сол оқиғаларға деген түсініктерін жақсарту.
- Елдегі саяси жағдайлар жайлы ақпарат таратуды жақсарту мақсатында азаматтық қоғам ұйымдары не саяси бірлестіктер бастаған, саяси партиялармен жүретін диалогтарды кеңейту.

### **Қоғамдық бірлестіктерге**

- Саяси партияларды бұқаралық ақпарат құралдарымен жұмыс істеу тәсілдеріне, ал масс-медианы саяси бірлестіктер қызметі жайлы ақпарат тарату тәсілдеріне үйрету мүмкіндіктерін қарастыру.
- БАҚ мен саяси партиялардың өзара байланысы жайлы кеңес құру, ол екі тараптың қарым-қатынасында бар кемшіліктерді талқылап, жақсарту мақсатында ұсыныстар қарастырады.
- БАҚ-ның қоғамды құлағдар етуге бағытталған саяси процестер, партиялар қызметі жайлы жалпы және жекелеген ақпараттарына мониторинг пен сараптама жүргізіп отыру.
- Қандай да бір саяси партия немесе партия жетекшісі туралы ақпаратты беруде БАҚ-да тыйым салынса, ол жайында қоғамды хабардар ету.



 ANALYSIS OF INTERACTION BETWEEN  
THE MASS MEDIA AND POLITICAL PARTIES  
IN KAZAKHSTAN

## INTRODUCTION

This analysis of the interaction between the mass media and political parties in Kazakhstan has been made by the MediaNet International Center of Journalism with the assistance of Konrad Adenauer Stiftung.

This is the first time that the social institute has begun to analyze the activity of the mass media in covering the work of political alliances at one level and the activity of political alliances in initiating newsbreaks.

The research does not pursue the goal of exclusively demonstrating any shortcomings that may exist in the work of parties and the mass media, but rather aims to draw attention to the difficulties of such collaboration and to recommend ways in which the situation in this sphere could be improved.

Kazakhstan has declared itself to be a democratic state, and therefore political pluralism and the multi-party system are elements which have particular importance. At the present time, in spite of an abundance of political streams, the Republic experiences difficulty with political competition, and it often happens that the opinion of the government's opponents remains unheard, partly because political parties do not know how to work with the mass media, and partly because of a lack of mass media interest in political alliances.

This document is a survey of the current situation, including the contradictions that at present exist, and sets itself the goal of presenting existing and potential opportunities for positive changes to be achieved.

In the context of work on this project, a series of interviews was conducted with representatives of the expert community, a content analysis was made of the mass media (print, television and Internet-media), and different sources of information were examined, including the online representation of the political parties of Kazakhstan.

No participant in the implementation of this project is a member of any political party. The research did not aim to support either one or several political parties.

The results and conclusions of the research do not necessarily reflect the opinion of the Konrad Adenauer Fund, but rather represent a survey of the opinions of the expert community.

# POLITICAL PARTIES IN KAZAKHSTAN: A BRIEF REVIEW

Nine political parties are currently active in Kazakhstan: the National Democratic Party 'Nur Otan' (NDP Nur Otan), the National Social Democratic Party 'Azat' (OSDP Azat)<sup>1</sup>, the Democratic Party 'Ak zhol', the Democratic Party 'Adilet', the Kazakhstani Social Democratic Party 'Auy!' , the Communist Party of Kazakhstan (KPK), the National Communist Party of Kazakhstan (KNPK), the Patriot's Party of Kazakhstan (PPK), and the Party 'Rukhaniyat'.

Another political party named 'Alga!' has been attempting for the last three years to complete the official registration process, which has been repeatedly broken off by registering authorities. The last such attempt was made in November 2009.

## Officially registered political parties

<i>National Democratic Party 'Nur Otan'</i>
<i>National Social Democratic Party 'Azat'</i>
<i>Democratic Party 'Ak zhol'</i>
<i>Democratic Party 'Adilet'</i>
<i>Kazakhstani Social Democratic Party 'Auy!'</i>
<i>Communist Party of Kazakhstan (KPK)</i>
<i>National Communist Party of Kazakhstan (KNPK)</i>
<i>Patriot's Party of Kazakhstan (PPK)</i>
<i>Rukhaniyat Party</i>

The majority of parties declare themselves to be liberal democratic, or parties with social-democratic principles.

Only one party, NDP Nur Otan, is represented in the mazhilis (the lower chamber) of the parliament of Kazakhstan<sup>2</sup>, while the senate (the upper chamber) has one representative of another party (PPK), who was appointed as deputy by the decree of the president of Kazakhstan. NDP Nur Otan also controls the majority of seats in maslikhats (local representative organs of power).

A number of political scientists conventionally categorize Kazakhstan's political parties as those who are in opposition (OSDP Azat, the unregistered party Alga!), those which are mildly oppositional (Ak zhol, Adilet, KNPK), and those which are loyal to the present government.

Several attempts have been made to create parties of a green<sup>3</sup> and religious persuasion<sup>4</sup> in the Republic, but none were successful.

*1. Established in 2009 by consolidation of the National Social Democratic Party of Kazakhstan and the Party 'Azat'.*

*2. According to the results of early elections in the mazhilis in August 2007, NDP Nur Otan received 88.41% of the vote, NSDP - 4.54%, DPK Ak zhol - 3.09%, KSDP Auy! - 1.51%, KNPK 0 1.29%, PPK - 0.78%, and Rukhaniyat party - 0.39%. The Communist Party of Kazakhstan boycotted the elections.*

*3. Several environmental movements have announced plans to form a party. Mels Yeleusizov, leader of the 'Tabigat' movement, has made such an announcement at least three times.*

*4. The 'Ak Orda' movement was created in 2005, proclaiming its intentions to restore spirituality and morality. Its leader is Kayrat Satybaldy. But the movement never formed into a party.*

The activity of political parties in Kazakhstan is regulated by its own law and by a block of legislative acts. In order to be liable for registration, a political party should have no less than 40 thousand members. The previous threshold required to register a political party was 50 thousand members, but changes were made to this legislation in early 2009.

Various sources of data suggest that at present 1.2 million to 1.6 million citizens of Kazakhstan are members of a political party, which equals around 15% of the Republic's entire adult population.

Human rights organizations and political activists hold that Kazakhstan's legislation on political parties does not meet international standards, which results in an absence of political pluralism where political alliances do not have equal opportunities to fight for the votes and opinions of the electorate<sup>1</sup>. In particular, it is pointed out that that Kazakhstan's procedure for the registration of parties is still fairly complicated, that parties do not have the required level of involvement in election committees, and that the country's elections entail numerous violations, which lead to a distortion of results.

At the same time, the citizens of Kazakhstan exhibit practically no political activeness, and show no significant interest in the activity of the political parties themselves. This is confirmed by numerous pieces of research that show that voters are not familiar with party programmes, do not know the leaders of the parties, and have often heard nothing about the political parties who are active in the country.

Moreover, citizens express distrust of political movements and their leaders, while the parties themselves do not do enough to increase levels of recognizability and to facilitate a growth in people's trust towards them.

*1. See, in particular, the Brief overview of Kazakhstan's fulfillment of its OSCE obligations, the Coalition 'Kazakhstan – OSCE 2010', 2009.*

---

# THE MASS MEDIA IN KAZAKHSTAN. THE ACTIVITY OF THE MASS MEDIA IN POLITICAL DEVELOPMENTS

Kazakhstan has around 3 thousand mass media, the majority of which are non-governmental<sup>1</sup>. The overwhelming majority of mass media have a sociopolitical orientation.

Television channels in the Republic rarely have a narrow specialization, but rather offer the viewer informative and analytic programs. With the rare exception, radio stations exist for the purposes of entertainment and offer only brief blocks of information or, even more rarely, talk shows on sociopolitical themes.

Internet media has been developing actively in Kazakhstan for the past 5-7 years. As a rule, such media are built upon reviews of events within and outside the Republic, as well as a varied package of services, most of which offer entertainment. At the same time, there is an entire range of internet publications active in the Republic that are renowned for their sociopolitical reviews and analytical materials. In the last 1-2 years, a share of publications has also begun to offer audiovisual materials to their readers, which allows them to comment upon or create news items, as well as keep blogs.

Despite the fact that the majority of mass media in Kazakhstan position themselves as sociopolitical in nature, just a few actually shed light on proper developments connected with the activity of political groups and their leaders. The majority focus upon the coverage of current events, giving preference to official news items.

The share of information on the activity of state structures and their representatives in the Republic's mass media is 35% to 65% of the total share of information<sup>2</sup>. At the same time, state officials appear in the role of both news supplier and commentator on events. Leaders of political parties are very rarely asked by the mass media to evaluate situations in the capacity of experts.

The Republic's mass media is extremely passive in independently seeking information on the activity of political parties and informing their readers of the activity of these parties. Editors say that this is mainly due to an absence of interesting newsbreaks that could be generated by political alliances. The absence of bright and creative new ideas that would draw attention to a particular problem is also imputed to them.

The overwhelming majority of publications in Kazakhstan do not think it worthwhile to give space to appearances of political leaders, saying that this would be 'nothing more than an advert'<sup>3</sup>.

*1. Data issued by the ministry of culture and information of the Republic of Kazakhstan at the end of 2009.*

*2. A set of measurements made in November/December 2009 by MediaNet International Center of Journalism.*

*3. This analysis made use of citations from a series of interviews with representatives of the expert community – journalists, editors, representatives of political parties, non-governmental organizations, and political commentators.*

Moreover, representatives of the mass media, and especially of state publications and those aligned with the state, say that they have spoken or unspoken bans on the appearance of opposition politicians on their pages or on airtime. Such prohibitions have been in existence for many years, and became more powerful for television channels at the beginning/middle of the first decade of this century, when Kazakh television fell entirely under the control of pro-governmental groups.

According to various sources of data, there are lists in some of the largest mass media of the names of political figures and activists, the publication of which is 'undesirable' or 'unfeasible'. Sometimes it is the editor of the publication who decides whether a particular politician may be mentioned in an article or TV spot, but more often it is the owners of the mass media facility who make the decision.

Thus, despite the absence of censorship as it is traditionally understood, the presence of self-censorship or restricted censorship in relation to political alliances and their leaders is significant.

In an evaluation of Kazakhstan's media landscape, we can only speak of the existence of an extremely limited number of mass media, totaling no more than a few dozen publications that are mainly concentrated in Almaty (as well as some others primarily located in the northern regions) that can be called independent and which regularly write about the actions of all active political parties, their campaigns, ideas and plans. Such publications prefer to report on events in the form of news stories and much more rarely analyze the activity of political movements, giving their readers overviews of the political activity in the country.

As a whole, the genre of political analysis and commentary is very poorly developed and is at present maintained by just a few publications. Other publications count as political analysis an account of official events and a recounting of the activities of government officials.

---

# THE ACTIVITY OF POLITICAL PARTIES IN WORK WITH THE MASS MEDIA

Kazakhstan's political parties work actively with the mass media only in the period preceding an election. The peaks of political activity begin 2-3 months before Election Day and drop off during the month following elections. Traditionally, the majority of parties practically disappear from the information field in the periods between elections.

One reason for this is that the mass media ignores the activity of political parties, but the absence of activity on the part of the political parties themselves is a much more considerable factor.

At present the overwhelming majority of parties in Kazakhstan have their own web-resources- only two political affiliations have as before failed to open their own web-sites.

## Web representations of political parties

Nur Otan NDP	<a href="http://www.ndp-nurotan.kz/site">www.ndp-nurotan.kz/site</a>
Azat OSDP	<a href="http://www.osdp.kz">www.osdp.kz</a>
Ak zhol DP	<a href="http://www.akzhol.kz">www.akzhol.kz</a>
Adilet DP	<a href="http://www.dp-adilet.kz/kz/about">www.dp-adilet.kz/kz/about</a>
Auyl KSDP	<a href="http://www.ksdp-auyl.kz">www.ksdp-auyl.kz</a>
KPK	<a href="http://www.komparty.kz">www.komparty.kz</a>
KHPK	<a href="http://www.knpk.kz/wp">www.knpk.kz/wp</a>
PPK	-
Rukhaniyat Party	-
National party 'Alga!'	<a href="http://www.npdvk.kz">www.npdvk.kz</a>

At the same time, just four parties, Nur Otan NDP, Azat OSDP, Adilet and Alga! regularly update their web sites and have sufficiently complete information both on party programs and leaders and on events connected with the alliance's activities. The other parties update their web resources very rarely, and this has an effect on the number of visitors to their sites.

Most parties, according to their own information, have their own press offices which work in two main areas – contact with the press and the monitoring, analysis and evaluation of the coverage of party activity in the mass media.

If we evaluate the activity of party departments in their work with the press, we can state that practically no party is completely able to handle both aspects of such work. Parties are poor at equipping the press with information on their activities (with the exception of Nur Otan NDP and Alga!), react weakly to current events (with the exception of critical situations or situations of particular importance), and even more rarely react to journalists' evaluations of their work, making no attempt to establish working contacts with the press. One explanation of this may be the skepticism of political parties, who think that the mass media is 'working to precise government orders'. Another explanation may be the amateurism of staff at the parties' press offices.

Kazakhstan's political parties very rarely initiate striking and interesting coverage opportunities that would attract the mass media and compel them to cover an event. The activity of many political parties in this field can be reduced to the preparation of statements and the holding of press conferences, and more seldom, the organization of meetings and campaigns, which attract a limited number of mass media.

Only two political parties, which have a fundamentally different approach to the organization of their coverage opportunities, have nevertheless been successful in attracting the attention of the mass media – Nur Otan and Alga!.

The first party has considerable political and administrative resources – the majority of government officials, from the highest to the lowest level, are members of this party. Practically no campaign that is organized by this party passes unnoticed. This is partly thanks to the work of the party's own media holding.

The party 'Alga!' has been in the state registration process for more than three years. Lacking significant information resources and taking up a position of hard opposition to the government, the party regularly invents striking and original campaigns and comes out with initiatives that attract the attention of independent and opposition press popular in Kazakhstan. Thus, the party manifests itself repeatedly and thereby increases its own recognizability.

On the whole, the passivity of the majority of political parties strengthens the critical attitude that Kazakhstan's mass media has towards existing political alliances, and this consequently leads to a further drop in ratings and a loss of trust on the part of the electorate. In recent years, the parties have made no apparent attempt to change this situation.



---

## PARTY MASS MEDIA IN KAZAKHSTAN

A number of mass media, activity of which is financed by the political parties, functions in Kazakhstan. Moreover, group of mass media (generally, the question is of oppositional editions), doesn't disclose the structure of owners at the same time makes no secret its political opinions.

So, the National Democratic Party 'Nur Otan' (the *Dala men kala* and *Strana i mir* newspapers), the Communist Party of Kazakhstan (the *Kommunist Kazakhstana* newspaper), the Communist Party of Kazakhstan (the *Pravda Kazakhstana* newspaper), the Kazakhstani Social Democratic Party 'Auyl' (the *Auyl* newspaper), the unregistered party 'Alga!' (the *Azat* and *Alga!* newspapers), etc. have their political editions, which are focused on covering the activity of political alliance.

In addition, the editors of two leading oppositional editions of Kazakhstan – the *Svoboda slova* and *Obshchestvennaya pozitsiya-DAT* (*Taszhargan*) are the members of managing board of *Azat* Nationwide Social Democratic Party.

The Nur Otan, governing party, manages the largest political media holding. Nur-Media Holding, established at the end of 2008, includes Astana television channel (broadcasts in all regions of Kazakhstan), NS republic broadcasting station and RDV Radio, broadcasting in Astana only, and republican newspapers: the *Liter*, *Aikyn*, *Izvestiya-Kazakhstan*, *Turkistan*, *Dala men kala*, *Strana i mir*, *Nur Astana* and *Kazakhstan temirzholshtysy*.

The experts in different ways evaluate the activity of these mass media after their joining in Nur-Media Holding. Thus, some representatives of mass media consider as these editions became "yet free as they were before". On the other hand, others point out that editions illusory approach toward covering the political developments and to put them in a favourable light for ruling party only.

In general, the expert community more like negatively pertains to the circumstance that only one party possesses a great number of mass media. As world practice shows, the political parties, as a rule, issue an individual information publication, other than possess nationwide mass media, which either give support to one or another fusion of parties (in this particular case example of the USA is the most indicative), or remain neutral and critical in assessment of activity of political figures and movements, that allow the society to constitute the variety of opinions and conduct the active political debates.

Assessing the activity of all mass media, which support one or another party, whether it is ruling party or oppositional political union, the expert note the subjectivity of these mass media, unavailability to cover the activity of all political forces and reasonably analyze the intestine events. Both editors and politicians point out that political views and partiality weigh upon the editions that in its turn, results in falsification of information, which is provided for the readers by these mass media.

Other problem is an absence of access to information regarding financing facility of the parties' mass media or mass media sponsored by the parties. Such records have an insular nature; parties fail to make information public as to what means they spend annually for information and advertizing campaigns. Meanwhile, there is a world practice of publication of such records and disclosure of information with reference to financing of the mass media, resulting in enhancing the citizens' confidence both to political parties and mass media.

# ATTITUDE TO COVERING THE ACTIVITY OF POLITICAL PARTIES

## *Publications' nature*

Today it is impossible to say of single objective approach of mass media in Kazakhstan to take up the activity of political parties. Attitude of such covering is also particularly irregular.

In general, only the Nur Otan party, having the liberal share of whole information of political alliances the editions make public, get the positive publicity from the state mass media. In practice, the non-state progovernmental editions are in similar situation, which in covering the activity of the political parties, are favourable to the event reports, initiated by or attributed to the National Democratic Party 'Nur Otan'. In this connection, in many cases in progovernmental mass media the attitude of articles and stories is neutral, as journalist introduces just summary of events happened, other than suggests the analysis of the events.

The oppositional mass media, as explainable, are extremely critical towards ruling party and flash its work in negative manner, the least likely - in neutral one.

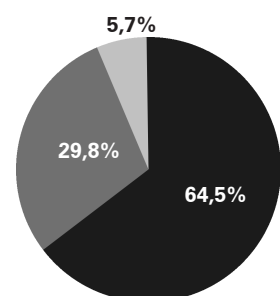
In any way, just several republican editions, which furnish the reader with information referring to public relations of active political forces, keep neutral attitude in reporting the activity of the parties.

There is a difference in covering the activity of the parties in Kazakh language and Russian language mass media. Kazakh language mass media offers its audience the neutral materials instead of positive or negative ones. The editions call attention to information of not only activity of the ruling party or loyal parties, but of oppositional movements as well. Nevertheless, Kazakh language mass media slightly make the analytical materials of political alliances, confining themselves to mentioning just event reports.

The state mass media, in their great majority, nothing inform its audience of activity of the oppositional political forces, taking up an attitude of their passing-by. Only the National Democratic Party 'Nur Otan' and loyal parties have the state publicity, at that, information ratio about them in such editions at least 9 to 1.

A number of editions, positioning as independent, regularly appears with critical publication against activity of political parties. Moreover, the oppositional forces come under criticism more often, on occasions – governing party. The publications on weak sides of political alliances in Kazakhstan are frequent as well.

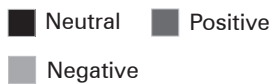
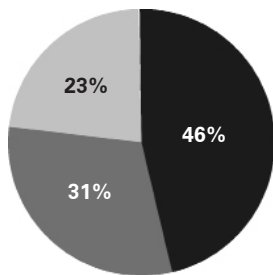
**Covering the activity of the National Democratic Party 'Nur Otan', November-December, 2009<sup>1</sup>.**



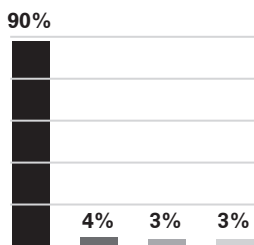
- Positive publications
- Neutral publications
- Negative publications

*1. Content analysis included about 35 republic and regional Kazakh and Russian language mass media regardless of their political allegiance.*

### Nature of covering the activity of political parties in Kazakh language mass media, November-December, 2009



### Parties' airtime, November-December, 2009



1. Particularly, at this time on repeated occasions the opposition has made an announcement of Kazakhstan National Doctrine, which caused the multiple-valued assessment in the society.

In general, the Kazakhstan political parties, inclusive of ruling party, by several reasons can't be satisfied by attitude to reporting their activity. So, the National Democratic Party 'Nur Otan', aiming, as explained by its leaders, to become a primary social institute, which would generate the modern ideas and resolve the prevailing problems, is not subjected to constructive criticism required to any democratic force, considering that positive publications both in governmental and loyal mass media purpose to just praising except of objective assessment. Actually, the oppositional forces are in information isolation, which deeply affects on the parties' recognizability and availability and results in their inability to explain the citizens their position on some point or other.

### Inaccessibility of broadcasting

As a matter of fact, the Kazakhstan television channels are inaccessible for oppositional-spirited political parties and political figures. Findings of November-December, 2009, showed that in the face of plenty of comments on urgent events from the opposition parties<sup>1</sup>, just few of them have gone on the air of republican TV-stations.

The regular extensive media coverage gets just one political party – ruling Nur Otan National Democratic Party, the activity of others escapes notice of the Kazakhstan broadcasting stations.

Upon that, there is a relative separation of TV broadcasting in the country on 'more free' and 'less free', while TV-channels decide and otherwise to broadcast even the very neutral news, related to the activity of opposition.

In regions the situation is the same as on the republic level. Usually, in regional center from two to five local TV-channels function, which don't pay the significant attention to the activity of the parties. Moreover, the political alliances, situated back from republican centers and headquarters of their parties, are not too active in realizing of various campaigns and propagating of statements and information.

Still now, in Kazakhstan there is no public TV and radiobroadcasting, which would afford an opportunity of performance for all political. The deficiency of public television or its equivalent results in that the citizens actually are prevented from having notice of what actions are initiated by the political parties, including those, for which they cast votes.

---

## OVERALL CONCLUSIONS

The interaction between political parties and mass media in Kazakhstan is difficult to qualify as effective. On the one hand, the parties don't generate the information, which might be interesting and actual for mass media, on the other hand, the mass media are under instructions, which keep them out covering the activity of every last political parties. Under such conditions the citizens come out to be disabled to have the complete information about political parties, develop an individual objective opinion of whether one or another political alliance is effective or not.

This problem is essential for oppositional political parties, as today they are presented in narrow number of editions and only several of them have ground citizens' support. Under such conditions it is impossible to say about the achievement of political diversity and equal opportunity for all political forces in the country.

Beyond that point, the political parties treat the work with mass media somewhat meagrely. Considering the importance of such interaction, nevertheless, they make use of out-of-date tools in their work, or are without responding to the reasons occurred for commenting out the events and giving publicity of the own position. The parties in Kazakhstan are required to intensify their information strategy, significantly increase the activity in work with mass media in order to make the best use of the possibility existing for distribution of their information.

In particular, such possible aids could be the independent prints, news agencies and Internet editions, impact of which is constantly advanced in recent years.

The parties in Kazakhstan, in general, extremely poor take up an option of Internet. Thus, they are not represented in social network, leaders, with some minor exceptions, have no the personal pages or blogs, parties ineffectively use their own web-resources. Therefore, great resource of parties' potential supporters and activists - young people, who daily use different services on-line actually are ignored.

The republic journalists and editors, in spite of high level of information awareness about political developments, in general, have extremely low learning curve of programmes and objectives, practicable ways of working of political parties, and don't share the opinion of importance of alliance for democratic development. Subsequently, such approach, as well as low-level information awareness is reflected on giving information in mass media.

## RECOMMENDATIONS

### For governmental authorities

- The take from the table a point concerning creation of public television and radio in Kazakhstan. To foresee the possibility for representatives of political parties to participate in management of public television and radio.
- To foresee the allocation of public contract in the area of information policy on order to cover the activity of all political parties.
- On a regular basis to measure and analyze the share of publications in state mass media concerning different political parties with a view to ensuring equal opportunity for political parties in reporting their work.
- To consider a question of legislative consolidation for equal opportunity warrants of the political parties in covering their activity in the state mass media.

### For political parties

- To intensify efforts with mass media, generally inform mass media of parties' initiatives and actions.
- To advance the occupational level of press relations services and department to improve the work with mass media.
- To take up an option of the Internet in full, in particular, social networks, blogs, microblogs, etc.
- To comment the event actively, appear as analysts of event in mass media, blogs.
- To make transparent the financing of political mass media and parties' publicity campaigns.
- To review the strategy of political mass media issue, accenting on their public trend that allows extending their audience.

### For mass media

- To develop the information sharing of audience about parties' activity in consideration of such news as socially relevant, instead of advertising ones.
- To take advantage of party activists and leaders as experts and analysts for the events and, consequently, to increase the parties' representation in mass media and improve understanding of their vision in society.
- To amplify a conversation with political parties, initiated both by political alliances and civil society organizations, in order to achieve the improving in covering the political developments in the country.

---

**For non-governmental organisation**

- To consider the possibility to initiate the political parties into the operating skills with mass media in covering the activity of the political alliances.
- To set up a council on interaction between mass media and political parties, which is able to be a platform for discussing the current problems in their relations and developing the recommendation for their improving.
- To make monitoring and analysis of media coverage of political developments, in general, and activity of the parties, in particular, for raising public awareness.
- To inform the society of facts related to prohibition on reporting in mass media the information of one or another political party and their leaders.

**Проект проведения анализа взаимодействия СМИ и политических партий в Казахстане поддержан Фондом им. Конрада Аденауэра**

**Руководитель проекта и составитель итогового документа:** Вячеслав Абрамов

**Координация проекта:** Дильнара Джалилова

**Контент-анализ масс-медиа:** Юлия Кузнецова, Динмухамед Зиядин

**Дизайн/верстка:** Светлана Грудницкая

**Перевод на казахский язык:** Динмухамед Зиядин

**Перевод на английский язык:** Олеся Лысенко

**Тираж издания** 500 экземпляров.

Отпечатано в типографии ТОО «К Group»

Международный центр журналистики MediaNet, 2010

**Қазақстандағы БАҚ мен саяси партиялардың өзара қарым-қатынасына талдау жүргізу жобасын Конрад Аденауэр атындағы Қор қолдады**

**Жоба жетекшісі мен қорытынды құжатты құрастырушы:** Вячеслав Абрамов

**Жоба координациясы:** Дильнара Джалилова

**Масс-медиаға контент-талдау жүргізген:** Юлия Кузнецова, Дінмұхамед Зиядин

**Дизайнын жасаған және беттеген:** Светлана Грудницкая

**Қазақ тіліне аударған:** Дінмұхамед Зиядин

**Ағылшын тіліне аударған:** Олеся Лысенко

**Басылым тиражы** 500 дана.

MediaNet Халықаралық журналистика орталығы, 2010

**The project of interaction between Mass Media and political parties in Kazakhstan is supported by Konrad Adenauer Stiftung**

**Project leader and author of final document:** Vyacheslav Abramov

**Project coordination:** Dilnara Jalilova

**Media content analysis:** Yuliya Kuznetsova, Dinmukhamed Ziyadin

**Design/makeup:** Svetlana Grudnitskaya

**Kazakh translation:** Dinmukhamed Ziyadin

**English translation:** Olessya Lyssenko

**Print run:** 500 copies

MediaNet International Center of Journalism, 2010