

Rynek prasowy Kazachstanu

STRESZCZENIE

Artykuł przedstawia uwarunkowania prawne współczesnego rynku prasowego w Kazachstanie. Charakteryzuje podstawowe akty prawne dotyczące funkcjonowania mediów masowych. Stanowi próbę klasyfikacji i typologii współczesnego rynku prasowego. Szczegółowo analizuje podstawowe tytuły prasy codziennej oraz charakteryzuje główne grupy typologiczne rynku czasopism. Analizuje także podstawowe narzędzia wpływu władzy politycznej na funkcjonowanie mediów masowych.

SŁOWA KLUCZOWE: Kazachstan, rynek prasowy, gazeta, czasopismo, ustawodawstwo medialne.

Ustawodawstwo medialne oraz relacje media masowe a państwo²

Z chwilą ogłoszenia niepodległości Kazachstanu w 1991 roku przystąpiono do gruntownych zmian w sferze informacyjnej polityki tego kraju. Wskazano na konieczność stworzenia porządku prawnego gwarantującego prawa i swobody obywatelskie. Wynikało to przede wszystkim ze zrozumienia faktu, iż istnienie rozwiniętych, silnych organizacyjnie środków masowego przekazu stanowi jeden z podstawowych wskaźników demokratycznego społeczeństwa. Zgodnie z kazachskim ustawodawstwem zakazane jest ingerowanie w działalność mediów masowych, jeżeli one nie naruszają ustaw.

Działalność środków masowego przekazu w Kazachstanie reguluje konstytucja tego kraju oraz szereg szczegółowych ustaw. Do najważniejszych należą następujące akty prawne: „O środkach masowej informacji”³, „O informatyzacji”, „O tajemnicy państwowej”, „O prywatnej działalności”, „O prawie autorskim i prawach pokrewnych” i „O reklamie”.

W konstytucji Kazachstanu zakazana jest cenzura, gwarantowana jest swoboda słowa, twórczości i wypowiedania się obywateli w środkach masowego przekazu. Potwierdzone jest także prawo każdego obywatela do otrzymywania i rozpowszechniania

¹ dr hab.; Uniwersytet Śląski.

² Szerzej na ten temat: M. Gierula, *Środki masowego przekazu w internetowej przestrzeni Kazachstanu*, [w:] *Systemy medialne w dobie cyfryzacji. Kierunki i skala przemian*, red. Z. Oniszczyk, Katowice 2015, s. 95-97.

³ Закон Республики Казахстан «О средствах массовой информации», <http://www.advertology.ru/index.php?name=Subjects&pageid=300> [dostęp: 3.07.2013].

niania informacji dowolnym, niezakazanym prawem, sposobem. Oprócz praw zapisane są także pewne ograniczenia, spotykane w międzynarodowej praktyce. W 20 artykule konstytucji zabrania się propagandy i agitacji na rzecz siłowej zmiany porządku konstytucyjnego państwa, naruszania integralności republiki, osłabiania bezpieczeństwa, wojny, społecznej, rasowej, narodowej, religijnej, stanowej i rodowej wyższości, a także kultu okrucieństwa i gwałtu⁴.

Podstawowym aktem prawnym, który określa państwowe gwarancje wolności środków masowego przekazu, jest ustawa Republiki Kazachstanu z 23 lipca 1999 roku „O środkach masowej informacji”. Tam też w artykule 2 zostały zapisane wszystkie prawa i ograniczenia wskazane w konstytucji. Od czasu uchwalenia ustawa ta była już niejednokrotnie nowelizowana. Artykuł piąty tej ustawy zabrania zagranicznym osobom fizycznym, prawnym oraz bezpaństwowcom bezpośrednio lub pośrednio posiadać, dysponować, rozporządzać lub kierować większym niż 20 proc. pakietem akcji kazachskich środków masowego przekazu. Zakaz ten jest jednak obchodzony przez zagranicznych inwestorów. Przykładem może być rosyjski holding medialny „СТС Медиа”, który w 2007 roku kupił 60 proc. akcji prywatnego nadawcy telewizyjnego „31 канал”. Aby być w zgodzie z kazachskim prawodawstwem i kontrolować 50 proc. „31 канал”, rosyjski holding dokonał tego poprzez afiliowane przy nim 4 firmy, gdzie ma pakiety kontrolne. One z kolei uzupełniają jego kontrolny udział w „31 канале”⁵. Artykuł siódmy tej ustawy zabrania być także redaktorem naczelnym w kazachskich mediach obcokrajowcowi i osobie bez obywatelstwa.

Środki masowej informacji, agencje informacyjne podlegają ponownemu zatwierdzeniu w następujących przypadkach: zmiany właściciela, zmiany struktury organizacyjnej, zmiany nazwy, zmiany języka, w którym są rozpowszechniane, zmiany terytorium rozpowszechniania czy zmiany podstawowej dotychczasowej tematyki.

W Kazachstanie brak oddzielnych ustaw lub prawnych norm regulujących problem własności w środkach masowego przekazu. Artykuły 5, 7 i 8 ustawy „O środkach masowej informacji” określają prawa i obowiązki właścicieli mediów, redaktorów, wydawców, dziennikarzy i rozpowszechniających media masowe⁶. Ilość mediów, których jednocześnie właścicielem jest osoba fizyczna lub osoba prawna, nie jest ograniczona. Brak jest przejrzystości rynku medialnego w Kazachstanie, co wynika z braku odpowiednich norm prawnych nakazujących ujawnianie bezpośrednich właścicieli mediów. Artykuł 6, punkt 1 i 2 ustawy „O środkach masowej informacji” tylko ogólnie określa, kto może być właścicielem mediów⁷. Media pod-

⁴ Konstytucja Republiki Kazachstanu przyjęta w wyniku ogólnonarodowego (republikańskiego) referendum 30 sierpnia 1995 roku, www.wspolnota-polska.org.pl/prawa_mniejszosci/art/Konstytucji-Republiki-Kazachstanu,23.html. [dostęp: 2.02.2015].

⁵ www.zonakz.net/articels/?artid=20874 [dostęp: 9.06.2016].

⁶ Закон Республики Казахстан «О средствах массовой информации», <http://www.advertology.ru/index.ptp?name=Subjects&pageid=300> [dostęp: 3.07.2013].

⁷ Ibidem, artykuł 6, punkt 1 i 2.

legają także prawodawstwu z zakresu ochrony własności, kodeksowi cywilnemu, ustawodawstwu podatkowemu czy też normom prawa antymonopolowego. Szczególnie ważny jest kodeks cywilny, gdyż nakłada on na media masowe uregulowania dotyczące praw i interesów zarówno jednostek, jak i państwa⁸.

Państwo kazachskie realizuje swoją politykę medialną i zabezpiecza swoje interesy wobec rynku medialnego w sposób następujący:

- poprzez ustawodawstwo medialne dotyczące zarówno funkcjonowania całości rynku, jak i jego poszczególnych sfer, aspektów i form uczestnictwa w nim;
- poprzez swoje struktury i instytucje jest założycielem lub wydawcą znaczącej części kazachskich mediów.

Dotyczy to 23 proc. ukazujących się gazet i 27 proc. czasopism⁹. Najbardziej widoczną tendencją w tym zakresie jest centralizacja własności mediów w rękach państwa w postaci tworzenia holdingów. Przykładem może być firma „Нур-Медиа”, poprzez którą państwo wzmocniło swoją rolę w przestrzeni informacyjnej Kazachstanu. W skład tego holdingu, założonego w 2008 roku przez partię „Нур Отан”, weszło szereg partyjnych i państwowych prasowych i elektronicznych mediów. Niektóre z nich wcześniej należały do grupy „Рыан медиа групп” – jest to medialny holding, którego właścicielem jest narodowy koncern naftowy „КазМұнайГаз”. „Нур Отан” kontroluje 49 proc. „Нур-Медиа”, natomiast 51 proc. akcji należy do narodowego funduszu dobrobytu „Самрук-Казына”. Większość wchodzących w ten państwowy holding mediów należało wcześniej do lojalnych wobec państwa finansowo-przemysłowych grup. Przy nowym właścicielu polityka redakcyjna nie zmieniła się. Pozwoliło to jednak państwu wzmocnić swoją pozycję na narodowym rynku medialnym¹⁰. Innym przykładem kontroli mediów ze strony państwa było powstanie narodowego holdingu „Арна Медиа”, podporządkowanego Ministerstwu Kultury i Informacji. Jego celem było zwiększenie konkurencyjności państwowych środków masowego przekazu. Funkcjonował on w latach 2008–2010. W grudniu 2009 roku Komitet Obrachunkowy zajmujący się kontrolą wykonania budżetu państwa, w swoim corocznym sprawozdaniu stwierdził niską efektywność wykorzystania środków budżetowych przez firmy „córkę” tego medialnego holdingu. Wykazał także, iż niektóre środki nie były wykorzystywane w ogóle zgodnie z przeznaczeniem¹¹. Efektem było zlikwidowanie holdingu, a należące do niego media zostały poddane bezpośredniej kontroli Ministerstwu Kultury i Informacji¹².

Państwo w ramach prowadzonej polityki informacyjnej organizuje konkursy i przydziela granty mediom, które podejmują tematykę pożądaną i zatwierdzoną przez

⁸ Гражданский кодекс Республики Казахстан, статья 188, <http://www.pavlodar.co/zakon/index.html?dok=00002> [dostęp: 13.06.2016].

⁹ Энциклопедия мировой индустрии СМИ, отв. ред. Е.Л. Варганова, Москва 2006, s. 139-141.

¹⁰ Карта цифровых медиа: Казахстан. Open Society Foundations. Алматы, 22.10. 2013 г., s. 86.

¹¹ Vesti.kz, „Нацхолдинг „Арна Медиа” обвинили в неэффективном использовании госактивов”, <http://vesti.kz/media/35080/> [dostęp: 15.06.2016].

¹² Карта цифровых медиа: Казахстан..., s. 87.

różne struktury państwowe. Doprowadziło to do sytuacji, że w latach 2008–2013 podstawowym źródłem finansowania środków masowego przekazu były zlecenia ze strony państwa. Procedury konkursów dokonuje Ministerstwo Kultury i Informacji przynajmniej raz w roku. Na poziomie regionalno-lokalnym tego typu politykę realizują odpowiednie organy władzy państwowej. Według badań w latach 2008–2010 liczba mediów, które otrzymały państwowe zlecenie, wzrosła z 33 do 65 proc.¹³ Podobnego typu badania dotyczące gazet regionalnych wskazały, iż w 2012 roku na 23 tytuły, 15 otrzymało finansowanie ze środków państwowych¹⁴. Można zatem stwierdzić, że państwo jest w pewnym sensie bezpośrednim właścicielem wielu tytułów gazet i czasopism lub je w istotny sposób finansuje, ze wszystkimi konsekwencjami dotyczącymi ich niezależności od struktur administracyjnych. Podobna praktyka jest także stosowana wobec radia, telewizji i mediów internetowych. Jak stwierdził Tuliegjen Askarov, prezydent „Centrum biznesowego dziennikarstwa „BizMedia”, państwo pozostaje w Kazachstanie głównym zleciennodawcą reklamy medialnej, wpływając tym samym na wszystkie segmenty rynku środków masowego przekazu w kraju. Nie pozostaje to bez wpływu na możliwości krytyki państwa i jego struktur ze strony mediów¹⁵.

Etapy rozwoju rynku informacyjnego Kazachstanu

Po uzyskaniu w 1991 roku przez Kazachstan niezależności państwowej doszło do podstawowych zmian w sferze społeczno-politycznej. Przemiany tego typu nie ominęły także sfery środków masowego przekazu i polityki informacyjnej państwa wobec tego obszaru funkcjonowania społeczeństwa.

Charakteryzując rozwój informacyjnego rynku Kazachstanu, można wydzielić kilka etapów:

- na pierwszym, który można umownie określić jako postradziecki, została zachowana dominacja państwa w sferze środków masowego przekazu. W tym okresie praktycznie nie funkcjonowały niezależne media. Były to lata 1991–1992.
- drugi etap to okres powstawania i rozwoju rynku informacyjnego (lata 1992–1996). Dokonało się określone odejście państwa od bezwzględnego dominowania w sferze mediów masowych. Nastąpił dynamiczny rozwój niepaństwowych mediów różnego typu.
- etap trzeci, nazywany liberalnym, charakteryzował się jakościowymi i ilościowymi zmianami na rynku medialnym. Dokonała się wtedy masowa prywatyzacja byłych państwowych środków masowego przekazu, drukarni i innych struktur związanych z rynkiem medialnym. Nastąpiło także przejście od państwowego finansowania

¹³ МЦЖ „MediaNet”, Госзаказ в СМИ Казахстана: польза или вред? 20 октября 2010 г., <http://www.internews.kz/newsitem/22-10-2010/13038> за Карта цифровых медиа: Казахстан..., s. 89.

¹⁴ <http://legalmediacenter.kz/2012-10-04-11-17-13.html> [dostęp: 14.06.2016].

¹⁵ Карта цифровых медиа: Казахстан..., s. 90. Por. Пресса Казахстана под прессом власти, www.republika.kz [dostęp: 18.05.2016].

i dotowania mediów masowych do państwowych zleceń na realizowanie konkretnych celów informacyjnej polityki państwa przez środki masowego przekazu. Ten etap rozwoju informacyjnej przestrzeni Kazachstanu rozpoczął się w latach 1996–1997.

– współczesny etap, który został zapoczątkowany na przełomie wieków charakteryzuje się stabilnością rozwoju rynku. Swoją rolę w tym zakresie odegrały różnego typu czynniki ekonomiczne wpływające na wzmocnienie finansowo-biznesowego znaczenia narodowego rynku medialnego. Przykładem tego typu działań był fakt, iż prasa w latach 2001–2004 nie płaćiła podatku VAT, a radio i telewizja funkcjonowały przy stawce zerowej. Podobnie mediom elektronicznym zmniejszono opłatę za wykorzystywane częstotliwości. Od 2002 roku zaprzestano w ogóle pobierać tego typu podatek, który wpłaca się tylko przy uzyskaniu pierwszej zgody na nadawanie.

Ogólna charakterystyka rynku medialnego w Kazachstanie

Pierwsze lata po uzyskaniu przez Kazachstan niezależności w 1991 roku cechowało wiele ekonomicznych i politycznych kryzysów. W tym okresie dziennikarze i redakcje kazachskich środków masowego przekazu żyli pod stałą presją zwolnień z pracy, bankructw czy połączeń lub przejęć organizacyjnych. Niezależnie od tych trudności kazachski rynek stale się rozwijał, wzbogacając się coraz bardziej o nowe typy i rodzaje prasy. Najważniejszym osiągnięciem tego okresu było uwolnienie się od opieki państwa, a zwłaszcza od partyjnego kierowania prasą. W pierwszych dwudziestu latach funkcjonowania nowego systemu prasy w Kazachstanie można wskazać najbardziej najważniejsze strony ewolucji prasy, jej współczesny typologiczny obraz. Wśród nich można wskazać następujące zjawiska:

a. Upolitycznienie segmentu społeczno-politycznego prasy zaczęło się w końcu lat 80. XX wieku. Wraz z gorbaczowską „pieriestrojką” dziennikarze odważnie podejmowali zakazane dotychczas tematy dotyczące problemów życia społecznego, krytykując niejednokrotnie władzę wszystkich szczebli. Jednakże okres ten nie trwał długo. Na zmianę tego krytycznego podejścia do władzy, zwłaszcza lokalnej, wpłynęła konieczność pragmatycznej oceny możliwości utrzymania się na rynku w bardzo trudnych ekonomicznych warunkach. Wraz z rozpadem Związku Radzieckiego nastąpiła zmiana zależności prasy od rejonowych czy regionalnych komitetów partyjnych na zależność od rejonowych czy regionalnych organów władzy państwowej. Prasę zaczęły wydawać nowo powstałe partie czy ruchy polityczne. Były to w większości pisma o nazwie takiej samej jak wydająca je partia polityczna, np. „Невада-Семей”, „Желтоқсан” czy „Азар”¹⁶. Tylko gazeta partii „Алаш” nazywała się „Хак”. Jednakże po ukazaniu się kilku numerów została zlikwidowana. Tylko gazeta „Азар” wychodzi do dzisiaj, mając swój określony krąg czytelników.

¹⁶ С.К. Козыбаев и др., Журналистика Казахстана. Энциклопедия, Алматы. 2006, с. 30.

b. Odejście od oficjalnej ideologii komunistycznej spowodował nieskrępowany rozwój religijności społeczeństwa. Proces ten został wzmocniony zapisem konstytucyjnym o nieskrępowanym rozwoju praktyk religijnych różnych wyznań. Efektem było powstanie w różnych w wielu miejscowościach Kazachstanu pism religijnych¹⁷.

c. Ważną tendencją rynku niezależnego Kazachstanu było powstawanie pism, które były adresowane do bardzo konkretnych grup czytelniczych. Mimo że w okresie po pieriestrojce pojawiło się wiele gazet i czasopism skierowanych do dzieci, młodzieży, emerytów, przedsiębiorców czy innych grup społecznych, to jednak w nowych warunkach starano się jeszcze bardziej precyzyjnie adresować czasopisma do odbiorców. Konsekwencją były małe nakłady i częste bankructwa nowych tytułów. Istotnym zjawiskiem była duża niestabilność rynku prasowego. Wiele tytułów kończyło swoje funkcjonowanie po ukazaniu się 2-3 numerów lub na etapie samego projektu.

d. W nowych ekonomicznych warunkach nie tylko zmieniała się struktura społeczno-politycznych gazet i czasopism, ale zaczęły się pojawiać wydawnictwa skierowane do kształtujących się nowych grup społecznych, nieistniejących za czasów poprzedniej epoki. Przede wszystkim bardzo aktywnie zaczęła się rozwijać prasa biznesowa (деловая) skierowana do odbiorców związanych z nowymi strukturami ekonomicznymi czy polityczno-administracyjnymi nowego, niezależnego Kazachstanu. Pierwszymi przykładami tego typu pism były: „Түркестан”, „Панорама” czy „Деловая неделя”.

e. Ważną tendencją rynku prasowego Kazachstanu jest jego geograficzna centralizacja. Jej istotą jest fakt, iż przeważająca ilość nowych gazet i czasopism ukazuje się w Ałma-Acie i Astanie oraz dwóch regionalnych miastach Karagandzie i Czimkencie (Szymkent). Wynika to z faktu, iż w tych miastach istnieje najlepsza struktura poligraficzna, kadrowa i informacyjna dla wydawania prasy. Na rynku prasowym Kazachstanu stwierdzono także tendencję do rozszerzania zasięgu geograficznego wydawanych pism poza granice macierzystych regionów. Niektóre wydawnictwa kolportuje się nawet poza granice Kazachstanu, zwłaszcza do sąsiednich krajów¹⁸.

f. Kazachstan jest uważany za ważny rynek dla odbioru mediów międzynarodowych. O ile bowiem w 1991 roku na terytorium kraju były dostępne tylko moskiewskie media, to obecnie pochodzą one z ponad 20 krajów świata, nie licząc mediów dostępnych poprzez Internet. W Kazachstanie jest akredytowanych ponad 100 zagranicznych korespondentów agencji informacyjnych i konkretnych mediów. Dominują redakcje mediów rosyjskich, gdyż dawne centralne radzieckie gazety i czasopisma bardzo szybko dostosowały się do nowego kazachskiego rynku informacyjnego. Praktycznie wszystkie duże rosyjskie pisma mają swoich przedstawicieli w Kazachstanie i wydają dodatki poświęcone temu krajowi. Ukazują się także samodzielne rosyjskie pisma skierowane do różnych grup czytelniczych Kazachstanu. Wydają je największe rosyjskie holdingi czy domy medialne, takie jak: „Консомольская правда”,

¹⁷ А.А. Грабельников, Русская журналистика на рубеже тысячелетий, Москва 1998, с. 29.

¹⁸ Ibidem, s. 244.

„Аргументы и факты”, „Известия”, „Московский комсомолец”. W swoich podstawowych gazetach czy czasopismach dodają tylko w tytule słowo „Kazachstan”.

g. Kluczową tendencją w rozwoju kazachskiej postradzieckiej prasy jest dążenie wydawców do koncentracji działalności. W latach 90. ubiegłego wieku w Kazachstanie dokonał się proces budowy holdingów medialnych. W następnym okresie odegrały one istotną rolę w życiu społecznym kraju. Były to przede wszystkim „31 канал” i „Алма ТВ”. W związku z nasileniem się walki politycznej w Kazachstanie doszło do dużego upolitycznienia prasy społeczno-politycznej. Jego skutkiem była polityczna polaryzacja rynku prasowego wraz z takimi zjawiskami jak duże zaangażowanie w spór polityczny zespołów dziennikarskich i powstanie różnego typu uprzedzeń i podziałów między nimi. Pojawiły się także wydawnictwa opozycyjne, które, nie zważając na przeszkody, docierają do swoich odbiorców z przekazem i opiniami odmiennymi od oficjalnego punktu widzenia.

h. Na rynku prasowym znalazły także swoją niszę gazety zakładowe, które z założenia mają charakter wewnętrzny. Ich podstawowym zadaniem jest dotarcie do odbiorców z przekazem o pracy, życiu, sukcesach i osiągnięciach załóg przedsiębiorstw, instytucji oświatowych czy firm budowlanych.

i. Pewnym charakterystycznym rysem kazachskiego rynku prasowego jest odwołanie do carskiej tradycji kazachskiego dziennikarstwa zarówno co do zawartości prasy, jak i jej formy. Wznawia się wiele pism z końca XIX i początku XX wieku. Przykładem może być młodzieżowe społeczno-polityczne i literacko-artystyczne czasopismo „Жас казак”, które wychodziło od października 1923 roku do maja 1925 roku. W marcu 1991 roku wyszedł pilotażowy numer tego pisma. Inicjatorem była grupa młodych poetów i pisarzy Rady Młodzieżowej przy Związku Pisarzy Kazachstanu. Pismo to ukazało się, mimo że nie miało finansowych środków, materialno-technicznej bazy, papieru, a nawet pomieszczenia redakcyjnego.

j. Kolejną cechą rynku prasowego Kazachstanu jest zjawisko powstawania dużej ilości pism, które określane są jako „pseudodziennikarskie”. Pod tym terminem kryją się polityczne reklamowo-agitacyjne materiały przybierające gazetowy wygląd i imitujące tradycyjne polityczne pisma. Koncepcja takiej nowej reklamowej gazety opierała się na ogromnym nakładzie rozpowszechnianym bezpłatnie. Nie było w tym nic nowego, jednak czas pokazał, iż wydawcy tego typu pism nie pomyśleli się. W warunkach kryzysu ekonomicznego w połowie lat 90. XX wieku gazety tego typu zaczęły przyciągać coraz więcej reklamodawców i miały stabilny nakład. Przykładem tego typu wydawnictw były (niektóre funkcjonują do dzisiaj) pisma: „Из рук в руки”, „Крыша” czy „Колесо”.

Według danych Ministerstwa Kultury, Informacji i Sportu Kazachstanu, na początku 2005 roku było zarejestrowanych w tym kraju 2116 środków masowego przekazu.

Tabela 1. Dynamika rynku mediów masowych (1999-2005)

Środek masowego przekazu	Ogólna liczba mediów danego typu	
	1999 rok	2005 rok
Gazety	689	1327
Czasopisma	161	591
Radio i telewizja	157	187
Agencje informacyjne	9	11
Ogółem	1016	2016

Źródło: Sprawozdanie Ministerstwa Kultury, Informacji i Sportu Kazachstanu.

W 2005 roku rozmieszczenie mediów masowych przedstawiało się następująco: w Ałma-Acie wydawanych było 40 proc. (838), Astanie – 6 proc. (130) oraz w regionie Południowo-Kazachskim – 9 proc. (189). Reszta mediów masowych była rozproszona w pozostałych częściach Kazachstanu. Mając na uwadze strukturę organizacyjną i własnościową, należy wskazać, iż 1626 mediów wydawanych było przez osoby i firmy prywatne, instytucje i organizacje niepaństwowe, a 490 należało do państwa.

Gazety Kazachstanu

W Kazachstanie na początku stycznia 2005 roku było zarejestrowanych 1327 gazet. Wśród nich były 304 gazety państwowe oraz 1023 prywatne. W języku pisma to 306 gazet było wydawanych w języku kazachskim, 489 w języku rosyjskim, 424 wydawano gazet dwujęzycznych, a pozostałych na 108 na trzech i więcej językach.

Największymi gazetami w języku kazachskim były: „Жас Алаш”, „Егемен Казахстан”, „Алматы Акшамы”, „Ана Тілі”, „Туркестан”; w języku rosyjskim to: „Казахстанская правда”, „Экспресс К”, „Литер”, „Вечерний Алматы”, „Время”, „НП”, „Панорама”.

Tabela 2. Periodyczność wydawania tygodniowych gazet w 2005 roku

Ilość gazet ukazujących się w ciągu tygodnia					
1 raz	2 razy	3 razy	4 razy	5 razy	6 razy
69	4	4	1	6	2

Źródło: Sprawozdanie Ministerstwa Kultury, Informacji i Sportu Republiki Kazachstanu z 2005 roku.

Liderami w segmencie tygodniowych gazet o charakterze społeczno-politycznym były: „Казахстанская правда” (nakład 60 tys. egz.), „Литер” (32 tys. egz.), „Егемен Казахстан” (32 tys. egz.), „Айкын” (35 tys. egz.), „Жас Алаш” (33 tys. egz.) czy „Известия- Казахстан” (10 tys. egz.). Wszystkie te gazety są wydawane w formacie A2.

Tabela 3. Periodyczność wydawania gazet w cyklu miesięcznym w 2005 roku

Ilość gazet ukazujących się w ciągu miesiąca					
1 raz	2 razy	3 razy	4 razy	5 razy	6 razy
45	52	4	6	2	2

Źródło: Sprawozdanie Ministerstwa Kultury, Informacji i Sportu Republiki Kazachstanu z 2005 roku.

Liderami wśród masowych gazet o charakterze informacyjno-reklamowym były w 2005 roku: tygodnik „Караван” (225 tys. egz.), tygodnik „Время” (180 tys. egz.), dziennik „Экспресс-К” (94 tys. egz.), tygodnik „Экспресс-пятница” (80 tys. egz.), tygodnik „АиФ- Казахстан” (80 tys. egz.), tygodnik „Рек-Тайм” (60 tys. egz.), tygodnik „Комсомольская правда-Казakhstan” (60 tys. egz.), tygodnik „Мерополис” (30 tys. egz.). Wśród tygodników o charakterze społeczno-politycznym dominowały w 2005 roku na rynku następujące tytuły: „Новое Поколение” (35 tys. egz.); „Ана Тілі” (25 tys. egz.); „Central Asia Monitor” (10 tys. egz.); „Республика” 10 tys. egz.), „Туркестан” (5 tys. egz.). Gazetami o charakterze ekonomiczno-biznesowym są tygodniki „Панорама” (18 tys. egz.) oraz „Деловая неделя” (11 tys. egz.).

Partyjna prasa w Kazachstanie nie jest dobrze rozwinięta. Partie polityczne nie są skore do wydawania własnej prasy. Bardziej skłonne są finansować i prowadzić akcje propagandowo-agitacyjne swojej działalności na łamach wysokonakładowych i popularnych tytułów prasowych kraju. Wśród oficjalnych gazet partyjnych w Kazachstanie można wskazać na następujące gazety: „Правда Казахстана” (Komunistyczna Partia Kazachstanu); gazeta „Асар-Казakhstan” (partia „Asar”), gazeta „Эпоха” należąca do partii „Ak-żol” (wydaje ona także gazetę „Ak-Жол-Казakhstan”). Partia polityczna „Отан” wydaje dwie gazety: „Страна и Мир” oraz „Алтын Орда”. Wszystkie partyjne gazety (jest to ich prawidłowość) wydawane są nieregularnie i mają duże problemy z rozpowszechnianiem.

Ważną grupę gazet na prasowym rynku Kazachstanu stanowią wydawnictwa specjalistyczne i branżowe. Do tego typu pism można zaliczyć bezpłatny tygodnik o cenach produktów IT – „Компьютеры, Интернет, Телекоммуникации” (КИТ), tygodnik motoryzacyjny „Колеса”, tygodnik poświęcony grom komputerowym

„Start GAME”, miesięcznik „Мобильник”, literacki przegląd „Книголюб”, gazety „Аграрный Козахстан” i „Правовый вестник”, informacyjno-analityczna gazeta „Казахстанский фармацевтический вестник”, sportowa gazeta „Проспорт” czy też miesięcznik przeznaczony dla środowiska dziennikarskiego „Журналист”.

Tabela 4. Zasięg czytelniczy najpopularniejszych dzienników Kazachstanu w latach 2009-2011

Титул	Засиэг чителничы [w %]		
	2009	2010	2011
Из рук в руки	6,41	5,79	10,07
Казахстанская Правда	5,45	3,12	6,34
Время	x	3,94	3,52
Комсомольская правда	4,11	2,52	1,93
Егемен Казахстан	2,00	1,53	1,84
PRO спорт	1,27	0,87	1,63
Вечерний Алматы	1,17	1,24	1,59
Жас Алаш	0,93	0,97	1,54
Экспресс-К	1,23	x	1,22
Спорт Экспресс	1,19	0,73	1,01
Известия	1,09	0,75	x

* Badania przeprowadzono w 20 miastach Kazachstanu powyżej 100 tys. mieszkańców wśród osób 15 lat i więcej; x – oznacza, że dziennik nie znalazł się wśród 10-u najpopularniejszych tytułów.

Źródło: www.tns-global.kz/ru/research/rating_pressa.php?y=2009,2010,2011 [dostęp: 2.12.2013].

Tabela 5. Zasięg czytelniczy najpopularniejszych gazet o periodyczności tygodników Kazachstanu w latach 2009-2011

Титул	Засиэг чителничы [w%]		
	2009	2010	2011
Караван	10,62	4,37	12,9
Аргументы и факты	6,06	5,72	9,68
Лиза	4,32	3,79	7,66
Отдохни	2,45	2,91	6,59
Моя семья	2,77	2,65	5,13
Время	3,79	2,94	4,33
Колеса	x	2,27	3,86
АвтоМир	x	x	3,09

Антенa	2,68	2,43	2,96
Свобода слова	2,54	2,98	2,66
Я покупатель И собственник	2,4	2,18	x
Жизнь	3,86	x	x

* Badania przeprowadzono w 20 miastach Kazachstanu powyżej 100 tys. mieszkańców wśród osób 15 lat i więcej; x – oznacza, że tygodnik nie znalazł się wśród 10-u najpopularniejszych tytułów.

Źródło: www.tns-global.kz/ru/research/rating_pressa.php?y=2009,2010,2011 [dostęp: 2.12.2013].

Tabela 6. Zasięg czytelniczy najpopularniejszych miesięczników Kazachstanu w latach 2009-2013

Титул	Zasięg czytelniczy [w %]		
	2009	2010	2011
Добрые советы. Люблю готовить	1,93	1,56	5,46
Лиза. Сканворды	x	x	4,42
Спид-инфо	2,48	1,62	3,19
Лиза.Приятного аппетита	x	x	3,15
Вестник ЗОЖ	2,64	2,54	2,74
Жулдыздар отбасы	x	1,28	2,70
Лиза. Добрые советы	3,96	2,66	2,46
За рулем	x	1,07	1,98
Лиза. Мой ребенок	1,08	x	1,84
Cosmopolitan Казахстан	1,12	1,32	1,51
Лиза. Girl	x	0,99	x
Добрые советы. Домашний доктор	x	0,98	x
Лиза-Кроссворд	1,98	1,15	x
OOPS	1,31	x	x
MINI.Burda	1,11	x	x
Оракул	1,08	x	x

* Badania przeprowadzono w 20 miastach Kazachstanu powyżej 100 tys. mieszkańców wśród osób 15 lat i więcej; x – oznacza, że miesięcznik nie znalazł się wśród 10-u najpopularniejszych tytułów.

Źródło: www.tns-global.kz/ru/research/rating_pressa.php?y=2009,2010,2011 [dostęp: 2.12.2013].

Według obliczeń grupy badawczej TNS Gallup Media Asia rynek reklamy w prasie kazachskiej w 2005 roku można było szacować na 31,1 mln dolarów amerykańskich. Był to jednak bardzo dynamiczny wzrost (33,9 proc.) w stosunku do 2004 roku. Zdecydowanie pod tym względem dominowały tytuły o charakterze reklamowym, na które przypadało 39 proc. całości rynku. Liderem była gazeta „Плюс”, która koncentrowała prawie połowę budżetu reklamowego przeznaczanego na wszystkie gazety reklamowe w Kazachstanie. Pierwsza trójka gazet reklamowych koncentrowała 67,8 proc. rynku reklamowego tego typu wydawnictw. Bardzo podobnie był w tym okresie skoncentrowany rynek reklamowy prasy codziennej. Pierwsze w tym względzie trzy gazety codzienne: „Казахстанская Правда”, „Егемен Казахстан” i „Экспресс-К” zamieściły reklamy na sumę 3,5 mln dolarów, co stanowiło 92 proc. ogólnego reklamowego budżetu wszystkich codziennych gazet.

Pierwsze miejsce co do wartości zamieszczonej reklamy wśród gazet o periodyczności tygodnika zajmuje pismo „Капаван”. Koncentrowało ono 51 proc. reklamy tego segmentu gazet. Trzy pierwsze gazety tygodniowe („Капаван”, „Время” i „Панорама”) miały 76,2 proc. udziału w rynku reklamowym tej grupy typologicznej kazachskich gazet.

Kazachskie gazety można podzielić według kryterium zasięgu przestrzennego. Pod tym względem rynek prasowy obejmuje gazety republikańskie, regionalne i lokalne.

A. Gazety republikańskie

– „Казахстанская правда” – wywodzi się z gazety „Известия Киргизского края” założonej 1 stycznia 1920 roku. Ukazywała się w języku rosyjskim raz w tygodniu w czwartek. Po powstaniu Kazachstanu jako republiki związkowej ZSRR jej status wzrósł, gdyż była organem zarówno komunistycznej partii, jak i rządu republikańskiego. Od 1923 roku stała się gazetą codzienną pod tytułem „Советская степь”. Była to gazeta o dużej ilości informacji i różnorodnej tematyce, o czym świadczyły następujące rubryki: „Wiejski front”, „Robocze życie”, „Życie komunistycznej Partii Kazachstanu”, „Życie związkowe” czy „Po wsiach i osadach”. 20 stycznia 1932 roku została przemianowana na „Казахстанскую правду”. Pod tą zmienioną nazwą pierwszy numer ukazał się 21 stycznia tegoż roku. Gazeta funkcjonowała nieprzerwanie przez cały okres Związku Radzieckiego. Nie zmieniła także nazwy po powstaniu niezależnego Kazachstanu. Obecnie jest dziennikiem ogólnokrajowym o nakładzie ponad 100 tys. egzemplarzy. Przekazuje całe spektrum informacji ogólnokrajowych oraz dotyczących poszczególnych regionów Kazachstanu. Posiada własną sieć regionalnych korespondentów. Materiały międzynarodowe bardzo często są efektem wyjazdów członków zespołu redakcyjnego. Posiada także wersję internetową z ogólnymi rubrykami, takimi jak: prezydent, polityka, ekonomika, oświata, społeczeństwo, technologie, kultura, sport, świat. Badania czytelnictwa oraz analiza listów do redakcji wskazują na wzrastającą popularność dziennika, co

związane jest przede wszystkim z rozpoznawalną stylistyką dziennikarskich materiałów, ich aktualnością i operatywnością, a także zwracaniem uwagi na problemy pojedynczych ludzi¹⁹.

– „Время” – ogólnonarodowa polityczno-społeczna gazeta. Ukazuje się 4 razy w tygodniu (wtorek, środa, czwartek i sobota) w języku rosyjskim, w formacie A3. Założycielem pisma jest Wydawnictwo „Время”. Pierwszy numer ukazał się 20 maja 1999 roku. Posiada 15 korespondentów regionalnych i rozpowszechniana jest w 19 miastach Kazachstanu²⁰. Posiada ogólnoinformacyjną strukturę tematyczną, z wydzielonymi następującymi rubrykami: polityka, ekonomia, biznes, problemy socjalne, kultura, sport, program TV, reklamy, prywatne ogłoszenia, nowinki technologiczne. Dziennik posiada najwyższy nakład spośród społeczno-politycznych i informacyjno-reklamowych gazet. Wynosi on ponad 130 tys. egzemplarzy. Pismo ukazuje się w objętości 48-56 stron (w czwartek) oraz 12 stron w pozostałych dniach ukazywania się²¹. Posiada wersję elektroniczną o podobnej strukturze tematycznej.

– „Экспресс К” – tygodniowa społeczno-polityczna republikańska gazeta. Ukazuje się 5 razy w tygodniu (wtorek, środa, czwartek, piątek, sobota). Pismo bierze swój początek z „Ленинской смены” założonej 7 listopada 1920 roku. Gazeta zmieniała nazwę decyzją redakcyjnego ogólnego zebrania po sierpniowym puczu w 1991 roku. Jej obecnym założycielem jest Sp. z o.o. „Redakcja газеты «Экспресс К»”. Posiada sieć 12 własnych korespondentów na terenie całego Kazachstanu. Podstawowa tematyka pisma to: polityka, ekonomia, kultura i sztuka, ochrona zdrowia, nauka i wykształcenie²². Nakład tygodniowy pisma przekracza 50 tys. egzemplarzy i rozprowadzany jest na terytorium całego Kazachstanu. Pismo jest drukowane w 5 miastach. Format gazety A2; objętość od 12 do 40 stron²³. Posiada wersję internetową o zbliżonej strukturze tematyczno-działowej jak wydanie papierowe. Redakcja określa swoją publiczność jako aktywną i praktyczno-twórczą część społeczeństwa. Na corocznym konkursie „Wybór roku” pismu przyznano tytuł najlepszej społeczno-politycznej gazety za lata 2003, 2004 i 2008 w Kazachstanie²⁴.

– „Литер” – codzienna republikańska społeczno-polityczna gazeta, wychodzi od 3 marca 2004 roku²⁵. Ukazuje się 5 razy w tygodniu (wtorek, środa, czwartek, piątek i sobota). Wchodzi w skład holdingu medialnego „Nur-media”, którego założycielem jest partia „Nur Otan”. Tygodniowy nakład gazety wynosi około 160 tys. egzemplarzy, codzienny w granicach 33,4 tys. egz. Rozpowszechniana jest na terytorium całego Kazachstanu zarówno w prenumeracie, jak i sprzedaży detalicznej. Pismo ukazuje się

¹⁹ www.kazpravda.kz/page/view/o-gazete [dostęp: 18.05.2016].

²⁰ www.time.kz/redaction [dostęp: 19.05.2016].

²¹ www.time.kz/publication/advertising [dostęp: 20.05.2016].

²² www.express-k.kz [dostęp: 21.05.2016].

²³ www.express-k.kz/board/reklamod.php [dostęp: 21.05.2016].

²⁴ www.express-k.kz/about/ [dostęp: 18.05.2016].

²⁵ www.liter.kz/ru/page/show/20-about [dostęp: 23.05.2016].

w formacie A2 i objętości 8 stron (wtorek, środa, piątek i sobota) oraz w formacie A3 i objętości 32 stron z programem telewizyjnym w czwartek²⁶. W gazecie przedstawione jest pełne spektrum informacji wszystkich ważnych społecznie wiadomości Kazachstanu. Analityczne materiały dotyczą przede wszystkim sfery ekonomicznej, politycznej i międzynarodowej. Podstawowymi rubrykami pisma są: pieniądze kraju, polityka, społeczeństwo, ekonomika, sport, kultura, młodzież i dział pod nazwą: równoległe. Ukazuje się w języku rosyjskim. Redakcja bardzo szeroko formułuje swoją docelową publiczność. Są to bowiem: urzędnicy, politycy, biznesmeni, kadra kierownicza różnych szczebli, a także masowy czytelnik prasy²⁷. Posiada wydanie internetowe z rubrykami odmiennymi w stosunku do wydania papierowego: nowości, artykuły, wywiad, partnerski projekt, infografika, reklama, archiwum czy kontakty²⁸.

B. Gazety regionalne (oblastnyje)

Republika Kazachstanu według podziału administracyjnego dzieli się na regiony (oblasti) i rejon. Z podziałem tym ściśle związana jest struktura gazet. Jest to pozostałość okresu radzieckiego w historii Kazachstanu. Wszystkie regiony mają swoje gazety. Niektóre z nich nawet kilka, które są rozpowszechniane na terytorium całego regionu. Zdecydowana większość redakcji jest zlokalizowana w stolicy regionu. Przykładami regionalnych gazet są:

– „Знамя труда” – ukazuje się w mieście Taraz, które jest stolicą żambylskiego regionu. Wychodzi od 1919 roku, po rosyjsku. Ukazuje się 3 razy w tygodniu w nakładzie 10,8 tys. egzemplarzy, w objętości 6-8 stron. Rozpowszechniana jest na terytorium całego regionu zarówno w prenumeracie, poprzez sieć kioskową, jak i prywatnych kolporterów. Jest liderem gazet w swoim regionie. To gazeta ogólnoinformacyjna, jedna z najstarszych gazet w Kazachstanie. Jej podstawowymi rubrykami są: aktualności, władza, ekonomika, społeczeństwo, sport, regiony, prawo, patologie i przestępstwa. Wydanie internetowe ma zbliżoną strukturę działów i rubryk²⁹.

– „Диапазон” – tygodniowa informacyjna gazeta ukazująca się w mieście Aktobe od czerwca 1996 roku. Rok później stała się największą gazetą regionu. Ukazuje się w objętości 56 stron, z czego 24 w pełnym kolorze. Ma charakter ogólnoinformacyjny z następującymi regionalnymi rubrykami: krótkie informacje, temat dnia, miasto i region, wydarzenia i kryminałki, ekonomika i biznes, sport, społeczeństwo, sylwetki oraz młodzież. Ukazuje się w języku rosyjskim. Strona internetowa gazety ma podobną strukturę tematyczną³⁰.

– „Ак Жайык” – regionalna gazeta ukazująca się w mieście Atyraj. Wydawana jest od marca 1991 roku. To tygodnik ukazujący się w czwartek w języku rosyj-

²⁶ www.liter.kz/ru/page/show/26-advertising [dostęp: 24.05.2016].

²⁷ www.kazpravda.kz/page/view/o-gazete [dostęp: 18.05.2016].

²⁸ www.time.kz/redaction [dostęp: 19.05.2016].

²⁹ www.ztget.kz/ob.-izdani [dostęp: 17.05.2016].

³⁰ www.diapazoz.kz [dostęp: 23.05.2016].

skim. Objętość 128-160 stron w formacie A3. Nakład pisma oscyluje w granicach 5,5 tys. egzemplarzy³¹. Gazeta ma charakter ogólnoinformacyjny z wydzielonymi rubrykami, takimi jak: własność, usługi, różne, kultura, ekologia, kultura, społeczeństwo, polityka, sport, ekonomika, przestępstwa. Dział nowości dzieli się na: świat – Kazachstan-region – miasto Atyraj. Rozpowszechniana jest na terytorium całego regionu. Posiada wersję internetową³².

– „Новое время” – ogólnoinformacyjna tygodniowa gazeta ukazująca się w mieście Pawłodar. Została założona w 1998 roku. Ukazuje się w objętości 16 stron. Jest rozpowszechniana w mieście Pawłodar i regionie o tej samej nazwie. W strukturze czytelników dominują przedstawiciele kręgów kierowniczych, robotnicy, przedsiębiorcy oraz twórcza i techniczna inteligencja. Redakcja wskazuje, iż gazetę czytają praktycznie ludzie wszystkich zawodów oraz w każdym wieku. Wśród prenumeratorów dominują emeryci, gdyż redakcja zwraca szczególną uwagę na problemy ludzi w starszym wieku. Podstawowe tematy tygodnika to: informacja o wydarzeniach w Pawłodarze, Kazachstanie i za granicą, polityka, problemy socjalne, kultura i ekologia. Posiada wersję internetową³³.

– „Наша газета” – ogólnoinformacyjna gazeta o periodyczności tygodniowej, ukazuje się w czwartek w mieście Kostanaj i regionie o tej samej nazwie. Pierwszy numer ukazał się 4 lutego 2002 roku. Początkowo ukazywała się w objętości 40 stron, częściowo kolorowych, w nakładzie 16-22 tys. egzemplarzy. Publiczność tygodnika szacowano wówczas na 44-72 tys. Wydawcą jest spółka z o.o. „Twoja szansa” mieszcząca się w mieście Kostanaj. Rozpowszechniana jest na obszarze całego regionu. Obecnie ukazuje się w czwartek w objętości 40 stron i nakładzie 12-14 tys. egzemplarzy, a audytorium pisma szacowane jest na 36-42 tys. osób³⁴. Pismo zamieszcza bieżące informacje z regionu, kraju i świata. Podstawowe rubryki to: polityka, ekonomia, kultura, sport, społeczeństwo. Posiada swoją stronę internetową oraz obecna jest na portalach społecznościowych, takich jak: Facebook, Twitter, YouTube, Odnoklasniki, WKonтакте czy Yandex³⁵.

– „Индустриальная Караганда” – regionalna ogólnoinformacyjna gazeta. Wydawana jest od 11 września 1931 roku³⁶. Wówczas ukazywała się pod nazwą „Большевистская кочегарка” dwa razy w tygodniu w nakładzie 5 tys. egzemplarzy. W latach 1932-1935 zmieniała nazwę na „Карагандинскую коммуну”. Od dnia 14 września 1936 roku, w związku z powstaniem regionu z centrum w Karagandzie, gazetę przemianowano na „Социалистическая Караганда”. Obecną nazwę gazeta otrzymała 1 maja 1963 roku. 15 czerwca 2004 roku ukazał się 20-tysięczny numer

³¹ www.azh.kz/content/money/ [dostęp: 23.05.2016].

³² www.azh.kz [dostęp: 23.05.2016].

³³ www.novoevremya.kz/about [dostęp: 23.05.2016].

³⁴ www.ng.kz/info/index.shtml?about [dostęp: 26.05.2016].

³⁵ www.ng.kz [dostęp: 26.05.2016].

³⁶ www.inkaraganda.kz/pages/67 [dostęp: 23.05.2016].

gazety, a w obecnym roku będzie obchodzić 85. rocznicę wydawania. Obecnie jest to najbardziej masowe pismo karagandzkiego regionu. Gazeta w formacie A2 wychodzi 3 razy w tygodniu (wtorek, czwartek, sobota) w nakładzie jednorazowym 17 tys. egzemplarzy. Tygodniowy nakład w prenumeracie wynosi 54 tys. egzemplarzy. Rozpowszechniana jest zarówno w prenumeracie, jak i sprzedaży detalicznej na obszarze całego regionu³⁷. Ma charakter ogólnoinformacyjny z charakterystycznymi rubrykami, takimi jak: „Dar słowa”, „Czas listu”, „Zmiana” czy „Ambulans”. Posiada wydanie internetowe. Gazeta ukazuje się w języku rosyjskim.

– „Лада” – nowości miasta Aktaj, stolicy regionu magistańskiego w zachodnim Kazachstanie. Gazeta ogólnoinformacyjna, ukazująca się raz w tygodniu. Klasyczna struktura tematyczna podzielona na stałe rubryki i działy, takie jak: polityka, ekonomia, społeczeństwo, kultura, sport. Bieżąca informacja dotyczy zarówno spraw międzynarodowych, całego Kazachstanu, jak i regionu. Pierwszy numer gazety ukazał się 9 maja 1996 roku. Jest liderem regionalnego rynku reklamowego w ilości reklam zamieszczonych w jednym numerze. Rozpowszechniana zarówno w stolicy regionu, jak na całym jego terytorium. Posiada wersję internetową³⁸.

C. Gazety rejonowe

Republika Kazachstanu dzieli się na 14 regionów (obłasti), 2 miasta wydzielone (Astana i Ałma-Ata), 175 rejonów, 84 miasta oraz 7031 wiejskich osad³⁹. Podział ten odziedziczony jest po okresie radzieckim. Rejony są najmniejszymi jednostkami podstawowego podziału terytorialnego kraju. Odpowiadała mu także struktura gazet w państwie. Gazety rejonowe były organami partii komunistycznej lub organów władzy ustawodawczej i wykonawczej. Zdarzało się, iż reprezentowały wszystkie te instytucje razem wzięte. Obecnie reprezentują one zasadniczo struktury ustawodawcze lub wykonawcze państwa. Są przez nie finansowane i realizują politykę władzy, będąc narzędziem komunikacji ze społecznościami lokalnymi. Praktycznie we wszystkich rejonach istnieją tytuły prasy rejonowej, które nierzadko swoimi korzeniami sięgają lat 30. XX wieku. Oczywiście istnieją w rejonach tytuły będące w rękach prywatnych, jednakże są one w zdecydowanej mniejszości. W ostatnim czasie państwo zapoczątkowało proces prywatyzacji tych wydawnictw, realizując za pośrednictwem prywatnych tytułów politykę informacyjną, w postaci finansowania określonych tematów i zagadnień. Ma to być w przekonaniu autorów tej polityki bardziej skuteczne narzędzie docierania do społeczeństwa ze stanowiskiem władzy, w różnych kwestiach społecznych. Przykładami gazet rejonowych mogą być:

– Gazeta „Вести” (rejon Magżana Żumbajewa w regionie Północno-Kazachskim). Jest to jedna z najstarszych gazet rejonowych w Kazachstanie. Została założona 15 marca 1930 roku pod nazwą „Пуиь Ильича” jako organ rejonowy WKP(b).

³⁷ www.inkaraganda.kz/pages/140925 [dostęp: 23.05.2016].

³⁸ www.lada.kz [dostęp: 24.05.2016].

³⁹ www.encyclopedia.kz/wiki/административное_деленте_казахстана [dostęp: 39.05.2016].

Jej nakład i periodiczność niejednokrotnie się zmieniała. Przetrwała jednak do czasu, gdy Kazachstan uzyskał niepodległość państwową. Od października 1996 roku nosi obecną nazwę⁴⁰. Wychodzi w piątek, od stycznia 2016 roku jej nakład wynosi 4,5 tys. egzemplarzy. Ukazuje się w języku rosyjskim. Od lipca 2015 roku wydawana jest także w języku kazachskim w nakładzie 1,7 tys. egzemplarzy. Właścicielem jest „Газета Вести” sp. z o.o. Gazeta ma charakter ogólnoinformacyjny z następującymi rubrykami: realizacja państwowych programów, temat dnia, przegląd tygodnia, prawo i porządek, oświata, ochrona zdrowia, kultura i sport, sprawy socjalne, religia w naszym życiu, jest problem, życie wsi⁴¹.

– „Вести Буланды жаршысы” – społeczno-polityczna tygodniowa gazeta. Powstała w 1935 roku pod nazwą „Колхозный набат”, później zależnie od okresów radzieckiej ideologii zmieniała nazwę na „Ленинский путь” czy „Согласие”. Obecną nazwę pismo uzyskało w 2003 roku. Jest to tygodnik ogólnoinformacyjny z funkcjonującymi stale takimi rubrykami, jak: Tydzień: wydarzenia, fakty, komentarze; Aktualności; Kultura i sport; Społeczeństwo; Nasz wywiad; Z poczty redakcji czy Zagadnienia prawa. Pismo publikuje różnego typu akty normatywne dotyczące życia ludzi w rejonach. Istotną część powierzchni gazety zajmują ogłoszenia prywatne i różnego typu instytucji. Można tam także spotkać pozdrowienia i życzenia z różnego typu okazji, rocznic i świąt. Redakcja stara się systematycznie monitorować preferencje tematyczne swoich odbiorców, aby byli dobrze zorientowani w aktualnej sytuacji swojej społeczności lokalnej⁴².

– „Алаколь” – ogólnoinformacyjna rejonowa gazeta ukazująca się w dwóch językach (kazachskim i rosyjskim) w nakładzie 5 tys. egzemplarzy. Zespół redakcyjny liczy 6 osób. Pismo wchodzi w skład większego regionalnego holdingu medialnego. Jest przykładem wydawnictwa, za pomocą którego państwo realizuje swoją politykę komunikacyjną wobec społeczności lokalnej rejonu. Odbywa się to w ramach programu formowania społecznego optymizmu Kazachów. Dlatego też w większości publikacji przekazuje się informacje mające służyć stabilności, zgodzie społecznej czy też popularyzacji konkretnych etycznych i religijnych zachowań ludzi. Wiele publikacji dotyczy konkretnych osób, które wniosły pozytywny wkład w ekonomiczno-społeczny rozwój rejonu⁴³. Na realizację tego typu polityki redakcyjnej pismo uzyskuje państwowe dotacje, które w 2010 roku wyniosły 9 tys. dolarów USA, 2011 – 12 tys., a w 2012 – 13,6 tys. Środki te stanowiły istotną część redakcyjnego budżetu pisma.

⁴⁰ www.mzh.sko.gov.kz [dostęp: 30.05.2016].

⁴¹ www.gazetavesti.kz

⁴² www.vestibulandy.kz/index.php/o-gazete [dostęp: 30.05.2016].

⁴³ www.alakol.zhetisu.gov.kz/pages/56/ [dostęp: 31.05.2016].

Rynek czasopism w Kazachstanie

Według danych na 1 stycznia 2005 roku w Kazachstanie było zarejestrowanych 591 czasopism, wśród nich 161 było wydawanych przez struktury państwowe, a 430 miało prywatnych wydawców. W języku rosyjskim ukazywało się 206 pism (34,9 proc.), w języku kazachskim – 56 czasopism (9,5 proc.), a dwujęzycznych rosyjsko-kazachskich było 190 (32,1 proc.). Według katalogu Poczty Kazachstanu z 2014 roku, która jest największym kolporterem prasy w tym kraju, struktura czasopism pod względem języka była następująca: dwujęzycznych rosyjsko-kazachskich było 43,9 proc., w języku rosyjskim ukazywało się 20,9 proc., w języku kazachskim 15,5 proc., w trzech językach (rosyjskim, kazachskim i angielskim) ukazywało się 18,6 proc., a dwujęzycznych rosyjsko-angielskich było 1,5 proc. Jest to pewna zmiana wskazująca na wzrastającą rolę języka kazachskiego, ale i utrzymujące się znaczenie języka rosyjskiego. Trzeba mieć także na uwadze, iż katalog obejmował jedynie 130 czasopism⁴⁴.

Strukturę kazachskich czasopism według periodiczności przedstawia poniższa tabela.

Tabela 8. Periodyczność czasopism w Kazachstanie

Liczba wydań w ciągu roku													
1	2	3	4	6	7	8	10	11	12	16	24	48	52
14	17	1	52	99	1	2	1	11	106	3	11	12	8

Źródło: Sprawozdanie Ministerstwa Kultury, Informacji i Sportu Kazachstanu za 2005 rok.

Na rynku czasopism dominują zdecydowanie miesięczniki (18,0 proc.), dwumiesięczniki (16,8 proc.) oraz kwartalniki (8,8 proc.), chociaż na rynku można spotkać pisma praktycznie z każdą częstotliwością. Obliczenia dokonane na podstawie danych z 2014 roku wskazują, iż struktura periodiczności wydawanych czasopism nie uległa istotnej zmianie. W dalszym ciągu dominują miesięczniki (59,5 proc.), kwartalniki (20,6 proc.) i dwumiesięczniki (13,7 proc.)⁴⁵. Rynek czasopism w Kazachstanie jest najbardziej nasycony wśród wszystkich państw azjatyckiej części byłego ZSRR. Trzeba jednak stwierdzić, iż nie charakteryzuje się on wysokimi nakładami poszczególnych pism i dochodowością poszczególnych wydawnictw.

Liderem rynku kazachskich czasopism jest kolorowy miesięcznik dla kobiet Cosmopolitan-Казахстан (10 tys. egz.), miesięcznik Harper's Bazaar Казахстан (10 tys. egz.)⁴⁶. Ten ostatni jest wydawany w Kazachstanie od 2004 roku⁴⁷. Wszyst-

⁴⁴ www.kazpost.kz/uplodas/content/files/zhurnaly_rk_na-rus_84-102%202-2014.pdf [dostęp: 3.06.2016].

⁴⁵ Obliczenia własne autora na podstawie www.kazpost.kz/uplodas/content/files/zhurnaly_rk_na-rus_84-102%202-2014.pdf [dostęp: 3.06.2016].

⁴⁶ www.harpersbazaar.kz [dostęp: 4.06.2016].

⁴⁷ www.harpersbazaar.kz/about [dostęp: 4.06.2016].

kie te czasopisma należą do Domu Wydawniczego „Partners Media Grup”. Oprócz tych dwóch tytułów grupa ta wydaje także pismo „Esquire. Kazachstan”, którego wersję internetową odwiedza miesięcznie ponad 65 tys. odbiorców⁴⁸. Do grupy tej należą jeszcze czasopisma „Men’s Health.Kazachstan”⁴⁹, „Robb Report.Kazachstan” czy „Домашний Очаг”. Według deklaracji dyrektora generalnego Domu Wydawniczego Aleksandra Triefilowa koncern ten ma ponad 50-proc. udział w rynku prasy periodycznej Kazachstanu⁵⁰. Ważną pozycję na rynku zajmuje dwumiesięcznik „Рандеву” (10 tys. egz.) wydawany przez spółkę „Рандеву-Пресс”, a także miesięcznik stowarzyszenia kobiet biznesu „Зеркало” (5 tys. egz.). Do liderów rynku czasopism Kazachstanu, pod względem nakładu, można także zaliczyć kobiece pismo ukazujące się 10 razy w roku „Сезон” (10 tys. egz.); czasopismo poświęcone działalności gospodarczej „Успех. Success”, wydawane od 2006 roku. Aktualny jego nakład wynosi 10 tys. egzemplarzy. Rozprowadzane jest na terytorium całego Kazachstanu wśród menadżerów i urzędników państwowych⁵¹; czasopismo adresowane do mężczyzn, ukazujące się 7 razy w roku „ДМ” (10 tys. egz.); rozrywkowe czasopismo „Афиша KZ” (5 tys. egz.) oraz młodzieżowy miesięcznik „Zip magazine”.

Wśród czasopism biznesowych i społeczno-politycznych można wskazać na następujące pisma:

- tygodnik „Эксперт-Казахстан. Деловой журнал”. Wydawany jest od grudnia 2003 roku w nakładzie 6-7 tys. egzemplarzy. Rozpowszechniany jest we wszystkich regionach Kazachstanu, jednakże podstawowa część nakładu kolportowana jest w Ałma-Acie (48 proc.) oraz Astanie (22 proc.). Pismo rozpowszechniane jest w sprzedaży kioskowej (30 proc.), w samolotach Air Astana (30 proc.), prenumeracie redakcyjnej (20 proc.), prenumeracie instytucjonalnej (10 proc.) oraz na wystawach, czy poprzez partnerów biznesowych (10 proc.). Audytorium pisma stanowią: urzędnicy centralnych urzędów, przedstawiciele rządu, biznesmeni firm kazachskich, różnego typu instytucje, instytuty rozwojowe czy administracja regionalna⁵². Pismo posiada portal internetowy z następującymi podstawowymi rubrykami: Przegląd dnia; Temat numeru; Kazachski biznes; Międzynarodowy biznes; Ekonomia i Finanse; Nauka i Technologie; Polityka, Społeczeństwo; Kultura; Książki⁵³. Pismo należy do mediaholdingu „Эксперт”, w którego w skład wchodzi ponadto: internetowy portal „Expert.ru, czasopismo „Русский Репортер”, strona internetowa „Финкейк. ру” i agencja ratingowa „Эксперт РА Казахстан”⁵⁴;

⁴⁸ www.esquire.kz [dostęp: 5.06.2016].

⁴⁹ www.pmgroupp.kz [dostęp: 3.06.2016].

⁵⁰ А. Трефилов, Рынок глянца в Казахстане будет развиваться активно, www.kapital.kz/expert/34975/rynok-glyнца-v-kazahstane-budet-razvivatsya-aktivno.html, s. 2 [dostęp: 3.06.2016].

⁵¹ www.success.kz/about/5-o-zhurnale.html [dostęp: 3.06.2016].

⁵² www.expertonline.kz/st/files/Медиакилт_Эксперт_Казахстан_2016.Pdf [dostęp: 3.06.2016].

⁵³ www.ExpertOnline.kz [dostęp: 3.06.2016].

⁵⁴ www.expertonline.kz/mag/ [dostęp: 3.06.2016].

- niezależny miesięcznik „Деловый мир. Казахстан”. Ukazuje się w od czerwca 2009 roku z periodycznością 10 numerów w roku w formacie A4 i objętości 80-88 stron na dobrym papierze. Docelowymi odbiorcami pisma są: państwo-
wi i społeczni działacze, urzędnicy państwowi, właściciele i prezesi największych firm, kadra kierownicza średniego i małego biznesu, eksperci i specjaliści⁵⁵. Rozpowszechniane jest w centrach biznesowych, hotelach, restauracjach oraz podczas konferencji czy wystaw spotkań biznesowych. Posiada następujące rubryki tematyczne: świat, kraj, forum, spotkania, finanse, społeczeństwo, prawo, nauka i kultura, rynek, sztuka, praktyka, psychologia, odpoczynek, IT-biznes, PR i biznes, styl, historia, zdrowie, turystyka. Właścicielem i wydawcą jest A.T. Ануарбекова⁵⁶;

- biznesowo-analityczny miesięcznik „National Business” wydawany od 2003 roku w nakładzie 10 tys. egzemplarzy. Posiada od 2015 roku własny portal internetowy. W każdym numerze dokonywana jest analiza ekonomiczna 11 podstawowych działów gospodarki kazachskiej, przedstawiane są różnego typu ratingi, wywiady z kluczowymi przedstawicielami biznesu i gospodarki, zamieszczana jest infografika, istnieją autorskie rubryki, omawiane są prawo i rozporządzenia dotyczące gospodarki, są działy dotyczące finansów, inwestycji, IT i nowych technologii. Pismo prowadzi ranking 500 największych firm Kazachstanu. Rozpowszechniane jest na terytorium całego Kazachstanu, ze szczególnym uwzględnieniem Ałma-Aty, Astany i miast regionalnych. Docelowe audytorium pisma to: administracja prezydencka, przedstawiciele władzy ustawodawczej i wykonawczej, przedstawiciele największych firm oraz średni i mały biznes⁵⁷.

Pojawiły się także specjalistyczne pisma biznesowe, czego przykładem może być dwumiesięcznik „Рынок и конкуренция” wydawany od 2011 roku przez „Centrum Rozwoju i Ochrony Konkurencyjnej Polityki” w nakładzie 2 tys. egzemplarzy. Czasopismo przedstawia i ocenia tendencje oraz uregulowania prawne w zakresie konkurencji i prawodawstwa antymonopolowego zarówno w Kazachstanie, jak i za granicą. Czasopismo jest przeznaczone do przedstawicieli dużych firm wszystkich sektorów kazachskiego rynku. Prenumeratorami pisma są firmy wchodzące w „Państwowy rejestr podmiotów rynku zajmujących na nim dominującą lub monopolistyczną pozycję”. Znajduje się na nim ponad 600 największych firm Kazachstanu. Pismo dociera także do kierownictwa państwowych struktur, instytucji i organizacji związanych z funkcjonowaniem gospodarki. Zawartość każdego numeru podzielona jest na następujące działy i rubryki: Temat numeru; Wywiad; Rozwój rynku; Biznesowa płaszczyzna; Analityka; Punkt widzenia; Prawodawstwo; Zagraniczna konkurencja; Pomoc przedsiębiorcy⁵⁸.

⁵⁵ www.businessmir.kz/about, s. 1 [dostęp: 2.06.2016].

⁵⁶ Ibidem, s. 2

⁵⁷ www.nb.kz/o-nas/ [dostęp: 3.06.2016].

⁵⁸ www.cz.kz/magazine/about-the-journal [dostęp: 3.06.2016].

Czasopismo „Банки Казахстана” koncentruje się na rynku finansowym. Miesięcznik ten ukazuje się od połowy 1997 roku i jest wydawany przez Związek Banków Republiki Kazachstanu założony w 1993 roku. Czasopismo ma charakter informacyjny. Dotyczy zarówno teoretycznych, jak i praktycznych problemów prawa bankowego, rynku finansowego istotnego zarówno dla przedsiębiorstw, instytucji, organizacji, jak i pojedynczych obywateli⁵⁹. W piśmie publikuje się odpowiedzi na pytania związane prawem bankowym ustalonym przez Bank Republiki Kazachstanu, kwestie związane z podatkami, zagadnienia ustawodawstwa skarbowego czy bezpieczeństwa nowych technologii w systemie bankowym. Za pośrednictwem pisma prenumeratorzy otrzymują informacje związane z działalnością organizacji i firm pracujących dla sfery bankowej w zakresie informacji, bezpieczeństwa czy audytu. Pismo jest kolportowane poprzez Poczta Kazachstanu oraz kilka wyspecjalizowanych firm⁶⁰. Można w tej grupie wymienić społeczno-polityczny dwutygodnik „Континент” (8 tys. egz.) oraz miesięcznik społeczno-polityczny wydawany przez Ministerstwo Kultury „Мысль” (1650 egz.).

Na rynku czasopism literackich można przede wszystkim wskazać następujące pisma: miesięcznik „Жалын” (12 tys. egz.); dwumiesięcznik Związku Pisarzy Kazachstanu „Простор” (2 tys. egz.). W końcu lat 80. XX wieku pismo miało ponad 160 tys. egzemplarzy. Zamieszcza wiersze, prozę oraz prozę dokumentalną; rosyjskojęzyczny dwumiesięcznik „Нива” o charakterze literacko-artystycznym i społeczno-politycznym, wydawany w Astanie od 1991 roku w nakładzie 1 tys. egzemplarzy. Od 2001 roku jest miesięcznikiem. Zamieszcza poezję, prozę, opowiadania, artykuły romanse, powieści, eseje. Można w nim spotkać praktycznie wszystkie formy literackiej wypowiedzi. W latach 2003-2007 otrzymał kilka międzynarodowych nagród. Publikuje materiały nie tylko w języku rosyjskim, ale także kazachskim i innych⁶¹; „Апполинарий” (1 tys. egz.); miesięcznik Związku Pisarzy Kazachstanu „Жулдыз” (1,5 tys. egz.) czy literacko-artystyczny dwumiesięcznik „Литературный Казахстан”, wydawany od listopada 2008 roku. Czasopismo publikuje różne gatunki literackie dotyczące wielu epok literackich czy artystycznych. Zawiera kilka rubryk: Badania; Młode pióro; Poezja; Proza; Dialog; Dziedzictwo; Nieprzemijające imiona⁶².

Wśród czasopism kulturoznawczych Kazachstanu można wymienić przede wszystkim takie pisma, jak: miesięcznik „Тан-Шолпан” (8 tys. egz.); kwartalnik „Shahar-kul'tura” (5 tys. egz.); kwartalnik „Тамыр/Корни” (1 tys. egz.); miesięcznik „Айт/Говори” (1 tys. egz.) oraz miesięcznik Ministerstwa Kultury Kazachstanu „Акикат/Культура” (1 tys. egz.).

⁵⁹ www.kba.kz/rus/journal-bk/publishing/ [dostęp: 3.06.2016].

⁶⁰ www.kba.kz/rus/journal-bk/subscribe/ [dostęp: 3.06.2016].

⁶¹ www.echo-yk.kz/news/8901-literaturnye-zhurnaly-kazahstana.html, s. 4 [dostęp: 3.06.2016].

⁶² Ibidem, s. 3.

Bardzo dobrze rozwinięty jest rynek czasopism specjalistycznych i branżowych. Do najważniejszych należą: ukazujący się 8 razy w roku „Автокриз” (5 tys. egz.); miesięcznik związany z przemysłem naftowym „Oil Watch”; pismo wydawane 8 razy w roku „7 нот” (8 tys. egz.); miesięcznik „Маркетинг товаров и услуг” (10 tys. egz.) oraz branżowy dwumiesięcznik „Petroleum” z podtytułem „Kazakhstan Analytical Journal”. Ten ostatni wydawany jest od 2000 roku w nakładzie 2,5-3,5 tys. egzemplarzy. Ukazuje się w języku rosyjskim i angielskim w formacie A4, w pełnym kolorze. Przeznaczony jest dla odbiorców związanych z kazachskim i światowym biznesem nafty i gazu. Zawartość czasopisma dotyczy projektów związanych z nowymi złożami ropy i gazu, wydobywaniem i przerobem tych surowców oraz ich transportem. Na łamach pisma prezentowane są firmy z branży ropy i gazu oraz statystyka wydobywania tych surowców, a także monitoring ustawodawstwa inwestycyjnego. Podstawowymi działami pisma są: Ekskluzywny; Polityka; Ustawodawstwo; Projekty; Prezentacje; Naftowi Generałowie; Dokumenty; Statystyka wydobywania i przerobu ropy w Republice Kazachstanu oraz Z kim pracują inwestorzy. Pismo jest rozsyłane do administracji prezydencko-rządowej, Ministerstwa Nafty i Gazu, kazachskich firm związanych z ropą i gazem, a także administracji rządowej w regionach, gdzie wydobywa się te surowce. Ponadto pismo jest dostępne na wszystkich wystawach, targach czy forach dyskusyjnych ekspertów i specjalistów tej branży. Wysyłane jest do USA, Wielkiej Brytanii, Chin, Polski, Rosji, Japonii, Szwajcarii, Holandii⁶³. Branży gazowo-naftowej poświęcony jest także dwumiesięcznik naukowo-techniczny „Нефть и газ” wydawany od 1998 roku. Podejmuje on wieloaspektową problematykę związaną z branżą naftowo-gazową. Przeznaczony jest dla specjalistów i biznesmenów związanych z tą gospodarką. Dociera do odbiorców w Kazachstanie i za granicą, zwłaszcza podczas wystaw i konferencji dotyczących tej sfery ekonomii⁶⁴. Innym przykładem czasopisma branżowego jest pismo „Агроинформ СК” poświęcony problematyce kompleksu rolno-przemysłowego w Kazachstanie. Jest to miesięcznik wydawany od 2 lutego 2004 roku, w nakładzie 3,6 tys. egzemplarzy, w formacie A4. Ukazuje się w mieście Pietropawłowsk, które jest stolicą regionu północno-kazachskiego. Rozpowszechniany jest na terenie całego Kazachstanu, ze szczególnym uwzględnieniem obszarów rolniczych. Przeznaczony dla ludzi związanych z rolnictwem i sektorem przetwórstwa rolno-spożywczego Kazachstanu⁶⁵. Problematyce ekologicznej poświęcony jest kwartalnik „Экология и промышленность”. Jest to informacyjno-analityczne pismo wydawane od 2004 roku przez „Kazachskie Stowarzyszenie Użytkowników Przyrody na rzecz zrównoważonego rozwoju”. Założycielem pisma było stowarzyszenie oraz

⁶³ www.petroleumjournal.kz//index.php/p=data&id=1&outlang=1 [dostęp: 3.06.2016].

⁶⁴ <http://neft-gaz.kz/o-zurnale> [dostęp: 3.06.2016].

⁶⁵ www.agroprom.kz/catalog/informatsionnie-uslugi/kazahstan/severo-kazahstanskaya-oblast/view_1763 [dostęp: 5.06.2016].

„Informacyjno-analityczne centrum ochrony środowiska” Ministerstwa Energetyki Republiki Kazachstanu. Pismo jest rozpowszechniane wśród urzędników państwowych związanych z ekologią, ochroną środowiska oraz firm i instytucji związanych z tego typu działalnością. W czasopiśmie są zamieszczane oficjalne dokumenty rządowe związane z ekologią i ochroną środowiska. Mają one zarówno charakter popularyzatorski oraz i naukowy, uwzględniający światowe tendencje w tej dziedzinie nauki⁶⁶.

Powstały także firmy wydawnicze specjalizujące się w wydawaniu czasopism dotyczących jednej branży, adresowanych do różnego typu środowisk z nią związanych. Przykładem może być Dom Wydawniczy „МедМедиа Казахстан” specjalizujący się w wydawaniu czasopism związanych z biznesem medycznym. Wydawnictwo to, będące częścią holdingu MediaExpert, wydaje następujące czasopisma: „Медицинские технологии Казахстана” (gazeta wydawana od 2006 roku)⁶⁷, „КазМед” (rocznik wydawany od 2008 roku) jedyny ogólnokazachski spis towarów usług z zakresu ochrony zdrowia⁶⁸; „Репродуктивная медицина” (naukowo-praktyczne czasopismo wydawane od 2009 roku)⁶⁹; „Лабораторная медицина”, pismo wydawane od 2011 roku przy poparciu Kazachskiego Stowarzyszenia Diagnostyki Laboratoryjnej⁷⁰; pismo poświęcone zdrowemu trybowi życia „Здоровый”, wydawane od 2011 roku w Ałma-Acie i tam bezpłatnie kolportowane⁷¹; pismo skierowane do kadry kierowniczej związanej z ochroną zdrowia „Главный Врач”, wydawane jest od 2012 roku. Poświęca ono dużo uwagi reformie ochrony zdrowia w Kazachstanie, problematyce leczenia i diagnostyki czy też zagadnieniom finansowo-ekonomicznym służby zdrowia. Rozpowszechniane jest tylko w prenumeracie. Podobny charakter ma także pismo „Лучевая и функциональная диагностика”, wydawane od 2014 roku, czy też rocznik pt. „Справочник МЕД”, ukazujący się od 2013 roku⁷². O różnorodności kazachskiego rynku czasopism może świadczyć pismo poświęcone golfowi „Golf.kz”, wydawane od 2002 roku. Ten kwartalnik, ukazujący się w nakładzie 2 tys. egzemplarzy, zamieszcza informacje o kazachskich i zagranicznych turniejach golfowych oraz przedstawia sylwetki znanych golfistów. Czytelnikami pisma są właściciele i zarządzający dużymi formami oraz politycy i biznesmeni. Czasopismo jest kolportowane w największych miastach Kazachstanu, a zwłaszcza Ałma-Acie i Astanie⁷³.

⁶⁶ <http://kap.kz/ru/page/informaciya-o-zhurnale> [dostęp: 3.06.2016].

⁶⁷ www.medtech.kz [dostęp: 3.06.2016].

⁶⁸ www.kazmed.kz [dostęp: 3.06.2016].

⁶⁹ www.repromed.kz [dostęp: 3.06.2016].

⁷⁰ www.labmed.kz [dostęp: 3.06.2016].

⁷¹ www.zdorovyi.kz [dostęp: 4.06.2016].

⁷² <http://medmedia.kz/index3.html> [dostęp: 4.06.2016].

⁷³ www.golf.kz/viewpage.php?page_id=2 [dostęp: 4.06.2016].

BIBLIOGRAFIA

Энциклопедия мировой индустрии СМИ, отв. ред. Е.Л. Вартанова, Москва 2006.

Грабельников А.А., Русская журналистика на рубеже тысячелетий, Москва 1998.

Карта цифровых медиа: Казахстан. Open Society Foundations. Almaty, 22.10. 2013.

<http://legalmediacenter.kz/2012-10-04-11-17-13.html>

Козыбаев и С.К. и др., *Журналистика Казахстана. Энциклопедия*, Алматы 2006.

Закон Республики Казахстан «О средствах массовой информации» <http://www.advertology.ru/index.ptp?name=Subjects&pageid=300>.

МЦЖ „MediaNet”, Госзаказ в СМИ Казахстана: польза или вред? 20 октября 2010 г., <http://www.internews.kz/newsitem/22-10-2010/13038>.

Пресса Казахстана под прессом власти, www.republika.kz

Трефилов А., Рынок глянца в Казахстане будет развиваться активно, www.kapital.kz/expert/34975/rynok-glynca-v-kazahstane-budet-razvivatsya-aktivno.html.

Vesti.kz, „Нацхолдинг „Арна Медиа” обвинили в неэффективном использовании госактивов”, <http://vesti.kz/media/35080/>.

www.kazpost.kz/uplodas/content/files/zhurnaly_rk_na-rus_84-102%202-2014.pdf

www.tns-global.kz/ru/research/rating_pressa.php?y=2009,2010,2011.

PRESS MARKET IN KAZAKHSTAN**SUMMARY**

In this article, the author presents the legal conditions of contemporary press market in Kazakhstan. He characterizes the basic legal acts concerning the way of functioning the mass media in the country. Then he classifies and makes a typology of contemporary press market. The author broadly analyzes the most important newspapers in Kazakhstan. He characterizes the main typological groups of printed magazines. Finally, he analyzes the common tools of the impact of political power on functioning of mass media in Kazakhstan.

KEYWORDS: Kazakhstan, press market, newspaper, magazine, media legislation