

**МЕДИАХОЛДИНГ НА КАЗАХСТАНСКОМ РЕГИОНАЛЬНОМ
МЕДИАРЫНКЕ**
MEDIAHOLDING ON KAZAKHSTAN REGIONAL MEDIA MARKET

Аннотация: В статье рассматриваются аспекты изменения в функционировании современных СМИ под воздействием рыночных отношений информационного общества, стимулируемых процессами конвергенции, глобализации, концентрации, дигитализации. На примере казахстанского холдинга «Иволга», базирующегося в Костанайской области, продемонстрирована возможность концентрации агропромышленного и медиакапитала в рамках одной экономической структуры.

Ключевые слова: медиахолдинг; рыночные отношения; конвергенция; агропромышленный холдинг.

Abstract: This article discusses aspects of the changes in the functioning of modern media under influence of market relations of information society, stimulated by the processes of convergence, globalization, concentration, digitalization. On the example of the Kazakhstan holding «Ivolga», based in Kostanai region, demonstrated the possibility of agro-industrial concentration and media capital within one economic structure.

Keywords: mediaholding; market relations; convergence; agriculture holding.

Зарождение постиндустриального общества и стремление человечества к увеличению роли интеллектуального труда заставили в полной мере изучать процессы, происходящие в экономике. Финансовый сектор уже давно стал неотъемлемой частью жизни человека, поскольку выполняет те функции, которые необходимы ему в XXI веке. Прежде всего, это экономическая интеграция, которая направлена на создание единой сферы, а также проведение научно-технической политики во всех сегментах промышленности.

Говоря о современных тенденциях в обществе, необходимо пояснить, что человечество стремится к идеям постиндустриального общества, в экономике которого преобладает индустрия знаний, а также наблюдается высокая конкуренция. Обращая внимание на эти процессы, мы можем утверждать, что роль информации как духовной индустрии возрастает. В связи с этим многие зарубежные теоретики относят СМИ к отдельному сектору экономики.

Переход стран бывшего Советского Союза к рыночной экономике в значительной мере повлиял на состояние современного медиарынка. Процессы глобализации и дигитализации привели СМИ к созданию единой информационной

оболочки, в которой информация выступает как продукт. Благодаря переменам и условиям рыночных отношений, понимание классической журналистики изменилось. Это связано с рядом причин. Во-первых, со стремлением к постиндустриальному капитализму, при котором доминирующая роль отводится информационным ресурсам. Во-вторых, прослеживается связь с глобализацией компьютерных и коммуникационных систем. В связи с данными вызовами массмедиа создали свой рынок, который выступает как отдельная экономическая отрасль, базирующаяся на сдвоенном характере рынка услуг (доступ рекламодателей к аудитории) и товаров (контент).

Стоит отметить, что в процессе развития рынка СМИ огромную роль сыграли частные компании, получившие возможность вложения финансовых средств в развитие СМИ, тем самым создавая своим промышленным компаниям медийную составляющую. Опыт подобной практики показал, что обе стороны, как инвестор, так и само СМИ, имеют выгоду. В казахстанской журналистике капитализация редакций способствовала их выживанию в кризисные 1990-е годы. Для инвесторов сохранена возможность получения доходов от рекламной продукции.

Приоритетную роль в развитии медиарынка играет и процесс концентрации СМИ (с латинского *con* – вместе; *centrum* – сосредоточение, центр). Концентрация возникла благодаря законам капиталистического рынка, смысл которого заключается в совокупности взаимодействующих предприятий, где компании имеют высокий уровень развития, следовательно, получают от этого огромную прибыль. Смысл концентрации на практике заключается в интегрировании медиапредприятий с целью наладить механизмы экономической деятельности.

На первых стадиях развития концентрации капитала и производства на казахстанском рынке СМИ стали появляться медиахолдинги, усиливающие конкуренцию среди других медиакомпаний.

Однако для региональной журналистики Казахстана медиахолдинг – пока редкое явление. Примером такого медиахолдинга в условиях концентрации капитала в Костанайской области Казахстана сегодня является корпорация «Иволга», которая входит в структуру агропромышленного концерна «Иволга Холдинг».

Компания «Иволга Холдинг» принадлежит казахстанскому бизнесмену Василию Розинову. Корпорация базируется в Костанаве, однако географически охватывает регионы не только Казахстана, но и России, обрабатывая в общей сложности в этих странах 1,5 млн га земли. Общий штат «Иволги» – 42 тыс. человек. В структуре холдинга функционируют сельскохозяйственные, обрабатывающие, машиностроительные компании, сеть АЗС, авиапарк из 50 самолетов.

Медийную индустрию компании представляет медиахолдинг «Иволга», который базируется на цифровом вещании (телерадиокомпания «Алау», радио «Караван новостей») и на издательской деятельности (редакции газет «Костанайские новости», «Курьер Казахстана», «Зеленое яблоко»). По способу контроля фирмы данный медиахолдинг представляет собой имущественный холдинг (или

чистый холдинг), при котором пакет контрольных акций дочерних фирм принадлежит полностью головной компании. При этом у фирмы есть и внучатые предприятия.

Еженедельник «Курьер Казахстана», тираж которого составляет около 8 000 экземпляров, подчинен редакции областной детской газеты «Зеленое яблоко» (около 6 000 экз.). В свою очередь «Зеленое яблоко» принадлежит редакции общественно-политической газеты «Костанайские новости» (недельный тираж – около 80 тыс. экз.), дочерним по отношению к газете стало радио «Караван новостей». Подобная система не меняет сути работы редакций, но влияет на распределение финансов. Во-первых, координация издательской деятельности холдинга возложена на сотрудников редакции. Во-вторых, создается холдинг по примеру интегрированного, при котором существуют технологические связи дочерних фирм. Аналогичная ситуация наблюдается и в структуре вещательных СМИ – телеканале «Алау» и радио «Алау».

Помимо этого, медийную составляющую холдинга осуществляет и крупнейшая в регионе типография «Костанайполиграфия». Наличие типографии позволяет холдингу существенно сэкономить на печатной продукции. С другой стороны, основная масса подписчиков, слушателей, зрителей – работники разветвленной сети предприятий этой разветвленной и многогранной агропромышленной структуры. Таким образом, СМИ сегодня играют важную роль в становлении общего капитала «Иволги».

Известно, что концентрация рынка СМИ является одним из ключевых моментов развития медиаиндустрии. Информационно-коммуникативные технологии и процесс конвергенции медиасистем усиливают ее роль. Концентрация СМИ – положительное явление для региональной журналистики, что подтверждается разумной экономической политикой костанайского холдинга.