

УДК. 32:316.77

DOI: 10.21209/2227-9245-2019-25-5-74-84

СМИ КАК ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ В ИНДОНЕЗИИ: ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**MASS MEDIA IN INDONESIA: HISTORICAL ASPECT**

Наини А. М. И., Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург
albert_muhammad@yahoo.com

Naini A. M. I., St. Petersburg State University, St. Petersburg

Рассмотрены СМИ как политический институт в Индонезии в историческом аспекте. Проанализированы СМИ Индонезии до возникновения Республики Индонезия в 1945 г. и до периода реформирования в 1998 г. Отмечено, что СМИ в Индонезии играют важную роль в каждом из периодов. Указано, что свобода средств массовой информации в Индонезии значительно возросла после окончания правления президента Сухарто, эпохи реформирования 1998 г., когда министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций осуществляло мониторинг и контроль внутренних средств массовой информации и ограничивало деятельность иностранных средств массовой информации. Результаты этого исследования показывают связь истории СМИ Индонезии с политической организацией и массовой мобилизацией; использование СМИ в качестве инструмента пропаганды; использование СМИ как свободы слова для населения; что СМИ в Индонезии растут так же быстро, как и капитализация в настоящее время. СМИ Индонезии достаточно стабильно развиваются: печатные издания переходят на электронные площадки; все больше медийных компаний показывают устойчивый рост. Автор обращает внимание на то, что развитие индонезийских СМИ не так существенно по сравнению с образованием населения. Отмечено, что очень быстро развивается информационно-развлекательное телевидение

Ключевые слова: Индонезия; история; массмедиа; СМИ; политика; журналистика; коммуникация; политическая коммуникация; газета; демократия

Mass media as a political institution in Indonesia in a historical aspect is considered. The Indonesian mass media were analyzed before the Republic of Indonesia appeared in 1945 and until the reformation period in 1998. It is noted that the mass media in Indonesia plays a certain role in each of the periods. Freedom of the media in Indonesia is said to have increased significantly since the end of President Suharto's reign, the era of reform in 1998, when the Ministry of Digital Development, Communications and Mass Communications monitored and controlled domestic media and restricted foreign media. The results of this study show: the link between Indonesian media history and political organization and mass mobilization; using the media as a propaganda tool; using the media as a free speech for the public; that the media in Indonesia is growing as fast as the current capitalization. It is shown that the media in Indonesia are developing steadily enough: print media are switching to electronic platforms; more and more media companies are showing steady growth. However, the author draws attention to the fact that the development of Indonesian media is not so significant compared with the education of the population. It is noted that infotainment television is developing very fast

Key words: Indonesia; history; mass communication; media; politics; journalism; communication; political communication; news paper; democratic

Введение. Массмедиа называют общественным институтом, функция которого заключается в обслуживании и упорядочивании человеческого сознания в повседнев-

ной жизни, поэтому медийные компании затрагивают аспекты содержания и последствия процесса коммуникации, в котором участвуют.

Массмедиа представляют собой открытую и непредсказуемую систему. Ее открытость заключается в зависимости от влияния окружения, однако массмедиа, в свою очередь, также влияют на окружающую среду, и последствия такого влияния нельзя точно предсказать в противоположность закрытым и предсказуемым системам.

СМИ как информационно-коммуникационный институт формирования имиджа политиков можно определить как организационную форму объединения журналистов, которая основана на коллективной воле, целях и образах жизнедеятельности, совокупных интересах и потребностях в сфере производства и на распространении имиджевой информации о политике и ее акторах [2].

По мере развития массмедиа рассматривались в широком и узком смысле. В широком смысле массмедиа включает все издания: электронные СМИ, радио и телевидение. В узком смысле массмедиа – это печатные издания: газеты, журналы и бюллетени новостных компаний.

Наиболее важная проблема, возникающая при рассмотрении массмедиа, – это их взаимоотношения с обществом и государством. По существу, речь идет о регулировании и контроле деятельности СМИ. Регулирование деятельности СМИ рассматривается по меньшей мере в трех аспектах: 1) стремление власти к контролю над мощным средством влияния на массовое сознание; 2) вопрос о собственности на СМИ; 3) поскольку средства вещания являются значимым общественным ресурсом, требуется вмешательство общественного сектора в их деятельность для обеспечения защиты интересов общества и социальной ответственности СМИ (Тургаева, Хренова, 2005).

Как уже отмечалось, массмедиа представляют собой один из социальных институтов и массовых средств коммуникации и выполняют функции журналистики, а именно: поиск, обработку и передачу информации с помощью различных средств СМИ и телевидения.

История индонезийских массмедиа. Говоря об истории СМИ в Индонезии, следует отметить присутствие западных стран на этой земле. Европейцы, особенно голландцы, способствовали возникновению СМИ в Индонезии.

О возникновении и ранних этапах развития газет в Индонезии упоминает Де Хаан

в книге “Oud Batavia”. Он пишет, что с XVII столетия в Батавии выходило несколько периодических изданий и газет. В 1676 г. в Батавии Абрахамом Ван ден Еее выпускалось периодическое издание под названием “Kort Bericht Eropa” («Короткие новости из Европы»), посвященное новостям из Польши, Франции, Гемании, Нидерландов, Испании, Англии и Денмарка. В октябре 1744 г. вышло в печать “Bataviase Nouvelles”, 23 мая 1780 г. – “Vendu Nieuws” и “Bataviasche Koloniale Courant”. Первая газета зарегистрирована в 1810 г. в Батавии [14].

Массмедиа в Европе появились в XVII в. Несмотря на простоту, выражающуюся как в оформлении, так и подаче новостей, газеты и журналы составляли важную часть жизни общества этой эпохи. Некоторые компании предсказывали, что в будущем эта сфера будет многообещающей для бизнеса. Голландские издательства и журналисты стали развивать периодическую печать в Батавии уже в самом начале эпохи управления Голландской Ост-Индской компании. Однако их цель состояла не только в получении прибыли, так как для них было очевидно, что массмедиа – это не только средство распространения новостей и знаний среди читателей; она играет важную роль в объявлении воли правительства, определенных кругов и всего народа. Голландцы всегда подчеркивали важность документов, поэтому все происходящее в метрополии или колонии сохранялось для соответствующих целей.

Другими словами, массмедиа рассматривали как средство фиксации или документирования всех событий в колонии, о которых должны быть извещены центральное правительство в Нидерландах и подданные, живущие в Голландской Индии. Если в архиве открыть подшивку газет или журналов, издававшихся в Индонезии в начале XX в. и до вторжения японской армии, то можно увидеть, как последовательно были голландцы в документировании событий. Например, журналы “Indie”, “Nedelandch Indie Ouden Nieuw”, “Kromo Blanda”, “Djawa” содержали новости политики, экономики, социальной сферы, статьи по истории, культуре и традиционному искусству (музыка, изобразительное искусство, архитектура, в том числе храмовая, литература и т. п.) помимо множества других важных событий [5].

До конца XIX в. газеты и другие периодические издания выходили только для голланд-

цев. Соответственно, читать их могли только люди, знавшие язык. Так как периодическая печать находилась под управлением *Binnenland Bestuur* (внутренних властей), ее можно было бы назвать сухой и невыразительной. Публикации рассказывали о повседневных вещах: от рутинной деятельности правительства и жизни яванских раджей до новостей экономики и криминальной хроники. Однако в начале XX в., в 1903 г., политические проблемы и недопонимание между правительством и народом стали освещаться в прессе.

Парада Харахап, известный журналист, в книге *"Kedudukan Pers Dalam Masyarakat"* (1951) высказал мнение, что обострение обстановки в прессе вызвано децентрализацией управления, в результате которого несколько больших городов Голландской Индии сначала стали автономиями, а позже были возглавлены людьми, чье правление гарантировалось правом *onschenbaarheid* (без права снятия с должности) [11]. Эти люди критиковали и вольно обращались с распоряжениями вышестоящих.

Подобная критика раздавалась на заседаниях центрального или регионального правительства, а затем публиковалась в различных газетах в форме *Verslaag* (доклад) [5]. Такие доклады становились «легкой добычей» для журналистов, которые драматизировали доклад так, чтобы появилась сенсация. Однако общественность постепенно привыкла к подобным манипуляциям с новостями *Verslaag*. Манипуляторы видели в них выгодный способ получения полюбившихся читателям сенсаций.

Члены правительства, ставшие мишенью критики, не чувствовали себя уязвленными. Некоторые даже изменили проводимую политику на более выгодную местному населению. Смелость высказывать предложения и замечания постепенно передалась народу. Немало газет предлагали место для писем читателей, делившихся своими мыслями по разным поводам. После учреждения *Volksraad* (выборный орган власти, учрежденный голландцами) в 1916 г. критика проводимой политики стала процветать.

В 1903 г. вышла *"Medan Prijaji"* – первая газета, управлявшаяся группой коренных жителей. Ее появление можно назвать началом отхода от чисто политических новостей. Голландское правительство назвало ее *"Inheemsche Pers"* («Пресса аборигенов»)

[14]. Главный редактор Р. М. Тиртоадисурьё осознал, что газеты являются важным инструментом для выражения чаяний людей. Он, можно сказать, провозгласил независимость массмедиа для местного населения.

Такая позиция повлияла на газеты, издававшиеся впоследствии, что подтверждается предложением, смело помещенным Р. М. Тиртоадисурьё под заголовком газеты *"Orgaan bagi bangsa jang terperintah di Hindia Olanda tempat membuka suaranya"* («Рупор для народа, над которым господствуют Нидерланды, место, где он может высказаться»). Это помогло местному населению понять, что коренные жители были колонизированы. Возможно, Р. М. Тиртоадисурьё вдохновила свобода слова крупных политических деятелей, о которых говорилось ранее. Он считал, что свободой слова может обладать и простой народ.

Местное население и особенно активная его часть, жаждавшая возможности выразить свое мнение, тепло приняло появление *"Medan Prujaji"*. Вскоре после этого Чокроаминото из партии Сарикат Ислам выпустил ежедневную газету *"Oetoesan Hindia"*. Появилось новое имя *Samaun* (левый) вместе с его газетой, названной не менее революционно *"Api, Halilintaran Nyala"* («Огонь, молния и пламя»). С. Сурианинграт (он же Ки Хаджар Девантара) стал публиковать газету с не менее угрожающим заголовком *"Guntur Bergerakdan Hindia Bergerak"* («Гром и движение Индии»).

В это же время в г. Паданг сидемпуан Парада Харахап выпускал ежедневные газеты *"Benih Merdeka"* («Семена свободы») и *"Sinar Merdeka"* («Свет свободы») в 1918 и 1922 гг. Бунг Карно возглавил ежедневную газету *"Suara Rakyat Indonesia"* («Голос индонезийского народа») и *"Sinar Merdeka"* в 1926 г. [10]. В историю также вошло название газеты *"Sinar Hindia"* («Свет Индии»), которая позже переименована в «Свет Индонезии». Газеты для местного населения выпускались в основном нелегально, однако некоторые получили разрешение от правительства Нидерландов.

Свободу высказывать соображения относительно освобождения страны от гнета колонизаторов ограничили с помощью следующих законов: «Регламент Друкперс 1856 г. о превентивной цензуре», «Запрет газет в 1931 г.» [11].

В это время многих деятелей движения за свободу Индонезии, которые выражали свои взгляды через СМИ, высшие чины колониального правительства, такие как губернатор Де Жонде (1931–1936) [5] и генерал-губернатор Джарда ван Стар, сослали в Бовен-Дигул. Де Жонде лично назвал статьи деятелей движения *gezagsvijandige*, т. е. порочащими правительство.

Во время правления японцев положение средств массовой информации ухудшилось, кроме закона голландского правительства UU № 16, в котором опубликованы статьи, касающиеся правил публикации и выдачи разрешений на печать СМИ, освобождения прессы путем заключения в тюрьму основных фигур движения за освобождение Индонезии. В каждую газету направлялся консультант, который нередко записывал имена членов редакции.

Развитие СМИ в Индонезии. СМИ являются одним из самых важных игроков в истории Индонезии. С момента появления в XVII в. до независимости Индонезии СМИ играли роль свидетелей развития страны. Далее описаны несколько этапов становления СМИ в Индонезии.

СМИ воспроизводят информацию и определенный взгляд на события, распространение которого дает возможность превратить символический капитал в социальный, а затем и в экономический. Потребление информации, воспроизводимой СМИ, есть способ символического потребления, которое может происходить как за пределами публичной политики (к примеру, в публичной сфере), так и в его пределах – государственными органами или общественными организациями. Борьба, в которую вовлечены СМИ в области публичной политики за собственный авторитет у аудитории, воспроизводится для того, чтобы иметь возможность формировать определенное видение событий и процессов. Кроме того, наращивание символического капитала означает, что «конкретная система СМИ «присваивает» аудиторию, формируя информационные потребности, «соответствующие ее логике и требованиям» – видам каналов и их содержанию» [1. С. 48–52].

Колониальное время. В 1828 г. в Джакарте вышел *Javasche Courant*, где публиковались официальные новости правительства, аукционов и перепечатанные новости

из европейских газет. В 1835 г. в Сурабае вышел *Soerabajash Advertentie bland*, который позже переименован в *Soerabajash Niewsen Advertentiebland* [11]. В Семаранге выходил *Semarangsche Advertentiebland* и *Semarangsche Courant*, в Паданге – *Soematra courant*, *Padang Handelsbland dan Bentara Melajoe*. В Макассаве (Уджунг Паданг) издавалась *Celebe Courant dan Makassaarch Handelsbland*. Газеты, выходящие в это время, не играли политической роли, так как являлись больше рекламными изданиями, чьи тиражи колебались от 1000 до 1200 экз. Все издательства подчинялись порядку, согласно которому ни одно издание не выходило в свет без цензуры местного правительства.

К 1885 г. на всех подвластных Голландии территориях выходило 16 газет на голландском языке и 12 – на малайском, среди которых *Bintang Barat*, *Hindia-Nederland*, *Dinihari*, *Bintang Djohar*, *Selompret Melayu* и *Tjahaja Moelia*, *Pemberitaan Bahroe* (Сурубая) и газета *Bromartani* на яванском языке, выходившая в Соло [12].

Правление Японии (1942–1945). После завоевания Индонезии Япония постепенно занялась СМИ. Несколько газет объединили под предлогом оптимизации использования рабочей силы. Настоящая цель заключалась в усилении цензуры. Новостная контора Антара передана в управление Яшимы, а затем в подчинение новостного центра Японии Домей. Индонезийские журналисты работали в качестве обслуживающего персонала, в то время как для влияния на население посредством слова приглашались японские журналисты. В это время газеты являлись средством пропаганды, публиковались хвалебные статьи о правительстве и армии Японии.

Революция с 1945 г. Во время революции СМИ часто называли средством борьбы за освобождение, потому что они стали одним из инструментов достижения независимости индонезийского народа. Через несколько дней после того, как текст Прокламации независимости был прочитан Бунг Карно, в различных сферах общественной жизни началась борьба за власть, в том числе и в прессе, особенно за средства производства и печати. В сентябре-декабре 1945 г. положение прессы постепенно усиливалось, что ознаменовалось выпуском газет *Soeara Merdeka* (Бандунг), *Berita Indonesia* (Джа-

карта), “Merdeka”, “Independent”, “Indonesian News Bulletin”, “Warta Indonesia”, “dan The Voice of Free In” [10].

Период либеральной демократии (1950–1956). Это время парламентарного управления или либеральной демократии. Создавалось множество политических партий в рамках усиления роли парламента. СМИ стали средством пропаганды для политических партий, некоторые из которых издавали собственные газеты. В этот период СМИ активно участвовали в политической жизни страны.

Эпоха управляемой демократии (1956–1966). Политический хаос, которым закончилась либеральная демократия, вынудил президента Сукарно изменить политический строй. 28 октября 1956 г. он предложил сменить либеральную демократию на управляемую. В феврале 1957 г. Сукарно вернулся к этой концепции после беспорядков, произошедших во многих районах Индонезии, но в большинстве своем на Яве. Эти беспорядки в районах и центре страны стали причиной издания закона о военном положении 14 марта 1957 г. [7]. Два года страна находилась в состоянии конфликта между парламентом и режимом Сукарно, которого поддерживала армия. Однако вскоре Сукарно вернулся к конституции 1945 г., после чего последовал запрет деятельности Социалистической партии Индонезии и Машуми, которые были замешаны в беспорядках Революционного правительства Индонезии в 1958 г. на Суматре.

Эпоха Нового порядка. Режим Х. М. Сухарто (1966–1998). После переворота 30 сентября закончилась эпоха Старого порядка. Индонезийская нация перешла к режиму Нового порядка, в начале которого СМИ не выполняли должным образом свои функции. Выходившие в это время газеты были голосом народа, выступавшего против политики Старого порядка и приветствующего демонстрации молодежи и студентов. Газеты явились своего рода народными представителями. Стали проявляться признаки либерализации СМИ.

Газеты были полны цинизма и критики перед выборами 1971 г., что помимо прочего вызвано отсутствием твердого управления и со стороны официальных инстанций, и со стороны организаций, ставящих на первое место наличие в стране «здоровых» СМИ, которые могут эффективно выполнять как уни-

версальные, так и функции средства народной борьбы.

Однако режим Нового порядка достиг первых успехов в развитии разных сторон общественной жизни, положение СМИ изменилось, так как они отражают ситуацию и положение общества, для которого СМИ созданы.

Поэтому массмедиа становятся одним из двигателей развития. Развитие по своей сути – это процесс изменений, направленный на повышение качества жизни населения. Изменений не произойдет, если народ не осознает и не примет мотивации, методы и результаты, которые принесет процесс развития. Для этого народу необходимо разъяснять цель развития.

Политика Нового порядка способствовала постепенному консолидированию управления различными сферами жизни общества в одних руках, что коснулось и прессы, чье положение урегулировано с вступлением в силу Закона № 21 (1982), который конкретизировал положения Закона № 11 (1966), касающиеся роли прессы, тем самым отменив действие Закона № 4 (1967) [16].

В качестве дополнительного разъяснения вышло Распоряжение Министерства информации и коммуникации RI № 01/PerMenpen/1984, касающееся Лицензии на ведение предпринимательской деятельности в издательской сфере (SIUPP) и являющееся регламентом реализации Закона об основных положениях прессы [8].

Помимо прочего общую картину развития национальной прессы дают количество выпущенных экземпляров, тиражи выпуска прессы, которые увеличивались как количественно, так и качественно. Аналогичным образом росло число владельцев печатных изданий и газетных издательств.

Если к началу V Пятилетки выходило 263 издания, то к 1995 г. их количество возросло до 287. Во всех провинциях, за исключением трех: Бенгкулу, Нуса-Тенгара и Юго-Восточный Сулавеси, были свои ежедневные газеты. Тем не менее Бенгкулу и Западная Нуса-Тенгара провели пробную публикацию ежедневных газет и в принципе сделали возможным рост и развитие каждой. В начале V Пятилетки тираж достигал 10783009 экз., а к ее концу вырос до 12730721 экз. [18].

Для повышения роли прессы в развитии страны необходимы надежные человеческие ресурсы, а также оборудование, соответ-

ствующее требованиям современных технологий вообще и технологий коммуникации, в частности.

Чтобы «идти в ногу» с динамикой и направлением развития общества, а также с растущими потребностями населения, пресса должна непрерывно повышать профессионализм журналистов. В связи с этим программа обучения и подготовки журналистов и других сотрудников СМИ проводится непрерывно с целью удовлетворения растущей потребности в людских ресурсах для работы в сфере СМИ в будущем.

Увеличивается количество кадров и журналистов, обладающих собственными взглядами и получивших высшее образование. Это один из отличительных признаков трансформации, которую переживают СМИ Индонезии. Последние данные показывают, что в печатных и электронных СМИ трудятся 7141 человек, 6287 – в печатных СМИ, из которых 4062 человека (64,04 %) получили диплом о высшем образовании [18].

В рамках увеличения охвата СМИ деревень в III Пятилетку введен проект «Газеты деревням» (*Koran Masuk Desa* или *KMD*), в рамках которого выдавались субсидии на организацию издания газет в отдаленных районах. Цель проекта – развитие издательств национальных СМИ в отдаленных районах и расширение охвата СМИ для выравнивания доступа информации по стране. В начале проекта приняли участие 34 региональных издательства из 13 провинций, а к 1984 г. их число достигло 50 издательств из 26 провинций, что означает, что все провинции включены в проект, за исключением Особого столичного округа Джакарты. В 1994–1995 гг. [13] уже 59 издательств участвовали в проекте, 9 из них стали полностью самостоятельными без помощи правительства.

Тираж газет в рамках проекта KMD в 1993–1994 гг. достиг 39798158 экз., в то время как договорной тираж составлял 8400000 экз. [17]. Налицо очень высокий рост.

Для мотивирования развития сельского населения Совет прессы на пленарном заседании в 1993 г. решил заменить название «Газеты деревням» на «Газеты построят деревню» (*"Koran Membangun Desa"*) [13].

Развитие в области связи и информационных технологий привело к быстрому росту и развитию радио, телевидения и киноэлектронных средств массовой информации, с

помощью которых информация быстро распространяется среди населения.

На момент начала I Пятилетки развития Радио РИ существовало 46 радиовещательных станций, обладающих в общем 107 передающими станциями общей мощностью передатчика 810 кВт и средним числом часов вещания на станцию 7,4 ч / день. К концу V Пятилетки в Индонезии работало 49 радиовещательных станций с 414 передающими станциями, общая мощность передатчика составляла 3 106,6 кВт, а средние часы вещания на станцию составляли 21,0 ч / день [18].

Помимо Радио РИ, на территории страны вещало 670 станций. Для радиопередач РРИ, которые транслировались за рубежом, использовались 10 языков, а именно: английский, французский, испанский, арабский, мандаринский, малайский, японский, немецкий, тайский и индонезийский с общей трансляцией 12 ч / день.

В рамках международного сотрудничества проведен ряд мероприятий, включая обмен пакетами вещания между странами АСЕАН, начатый в 1978 г., и сотрудничество с Азиатско-тихоокеанским радиовещательным союзом (*ABU*), который начался в 1983 г., и другими международными организациями.

В 1969 г. (первый год I Пятилетки Телевидения Республики Индонезия – *TVRI*) Индонезия располагала двумя вещательными станциями с семью передатчиками общей мощностью около 48 кВт, которые охватывали около 22 млн человек со средним временем вещания 4 ч / день на каждую станцию. В конце V Пятилетки *TVRI* работало уже 12 станций, семь мобильных производственных станций (*SPK*) и 343 передающих станции с мощностью передачи 348,7 кВт, с диапазоном охвата 41,36 % архипелага и 153 млн человек, или 79,20 % жителей с эфирным временем 11,7 ч / сутки [9].

Чтобы подготовить общественность к развитию коммуникационных технологий в будущем, правительство предоставило возможность использовать спутниковую антенну, чтобы люди могли наслаждаться трансляциями различных вещательных станций.

В конце V Пятилетки к удовлетворению потребностей сообщества в информации подключились частные телекомпании. До начала VI Пятилетки действовало пять частных телекомпаний, некоторые из которых расширили вещание до нескольких регионов Индо-

незии. Зарубежные вещательные компании также появились в некоторых регионах страны, например, *Star TV*.

Но во время правления президента Сухарто запрещено или распущено много издательств СМИ. Показательными являются случаи с “*Harian Indonesia Raya*” и “*Majalah Tempo*”, ярко демонстрирующие силу цензуры. Эта процедура осуществлялась через Департамент информации и Ассоциацию журналистов Индонезии (*PWI*). Данная ситуация привела к созданию Альянса независимых журналистов, которые заявили о себе в *Wisma Tempo Sirna Galih* (Западная Ява). Некоторые из его активистов заключены в тюрьму.

Средства массовой информации как средство информации/коммуникации являются одним из жизненно важных инструментов в процессе развития страны. Быстрые темпы развития страны в период Нового порядка не гарантировали свободу СМИ в соответствии с требованиями людей. Цензура и запрет отдельных СМИ в это время стали препятствиями для выражения требований народа и его борьбы за признание основных прав человека в жизни общества, нации и государства. Такие условия созданы элитой, стремящейся держать бразды правления в своих руках. Все ее усилия брошены на запрещение информации, которая выставляла в невыгодном свете их самих или соратников.

Работа правительства освещалась в прессе с помощью различных злоупотреблений властью, включая коррупцию, сговор, кумовство, что является прямым предательством народа (прописано в Конституции 1945 г.). Как и до него, эпоха Нового порядка закончилась свержением власти силой народа, которое началось с движения студентов. Одно из требований – свобода ассоциаций и собраний, высказывания мнения в устной и письменной форме, что означает гарантию свободы средств массовой информации.

Период Реформации с 1998 г. Важной вехой в истории индонезийской нации является период реформ 1998 г. после свержения президента Сухарто. Крах Нового Порядка открыл эру демократии и свободы прессы, которой индонезийский народ раньше не мог пользоваться. Теперь вопрос состоял в том, прошли ли реформы и процесс демократизации хорошо и во благо развития народа. Одна из заслуг правительства Б. Хабиби – свобода СМИ. Правительство президента внесло

большой вклад в освобождение прессы, хотя это не улучшило его позиции как президента.

Свобода СМИ в Индонезии в эпоху реформ отмечена выходом Закона № 40 (1999) «О печати» [15]. С его вступлением в силу каждый мог выпускать газеты, не получая разрешение на издание СМИ, как это было раньше. Прессе в эпоху реформ не нужно было бояться потерять лицензии на публикацию за критику гражданских и военных чиновников. Благодаря Закону о печати СМИ в Индонезии могут стать одним из четырех столпов демократии.

Производственные затраты и большое количество конкурентов не снизили темпы развития средств массовой информации в Индонезии. Однако такие условия породили странные виды печатных изданий. Многие обозреватели утверждали, что пресса сообщает обо всем, кроме правды. Если СМИ Нового порядка были несвободны и несли ответственность за свои материалы, то СМИ времен правления Б. Хабиби можно назвать свободными и безответственными.

В атмосфере политической неопределенности почти все газеты сфокусировались на политических новостях. Однако поскольку ситуация по большому счету не менялась, СМИ начали активно создавать репортажи, основываясь на источниках, которые не несли ответственности за сведения. Несмотря на побочные эффекты, в настоящее время СМИ Индонезии пользуются всеми благами свободы слова. Даже если народ разочарован в эффективности такого положения, он не имеет права лишить прессу свободы. Реформы должны продолжаться. Одним из институтов, сыгравших важную роль в реформировании, является пресса.

После того как Б. Хабиби сменил Х. М. Сухарто, появилось большое количество газет, а Союз журналистов Индонезии перестал быть единственной профорганизацией.

В период после реформации развитие прессы пошло иным путем:

1) в сфере телевидения, кроме *TVRI*, работают 10 частных телекомпаний: *RCTI*, *TPI*, *SCTV*, *ANTEVE*, *INDOSIAR*, *METRO TV*, *TRANS TV*, *LATIVI*, *GLOBAL TV*, *DAN TV 7*. Кроме того, существует 7 спутниковых каналов, 6 наземных абонентских каналов и 17 кабельных абонентских каналов;

2) мир радиовещания также достиг прогресса, хотя и не так быстро, как телевидение.

ние. До конца 2002 г. в Индонезии насчитывалось 1188 станций, из которых 56 станций *RRI* и 1132 частных радиостанций;

3) развитие медиаиндустрии и бизнеса, по-видимому, стало причиной быстрого роста бизнеса «Домашнего производства» (*Production House/PH*). До экономического кризиса существовало 298 компаний *PH*, около 80 % которых работали в Джакарте. Во время кризиса, особенно в период 1997–1999 гг., количество работающих компаний *PH* сократилось примерно до 60 %. В 2003 г. бизнес *PH* снова стал развиваться, что было вызвано увеличением количества частного телевидения. Частное телевидение нуждается в различных вещательных программах, от развлекательных до информационных и образовательных мероприятий, многие из которых проводятся местными специалистами;

4) мир издательского медиабизнеса, особенно газет и журналов, расширяется. В 2000 г., согласно отчету *MASINDO*, работало 358 издательств, выпускавших 104 газеты, 115 таблоидов и 139 журналов. Следует отметить разнообразие содержания печатных СМИ, которые приспосабливаются к потребностям читателей. Другими словами, такая «специализация» – это попытка расширить читательскую аудиторию в условиях конкуренции [15].

Несмотря на качественное и количественное развитие СМИ, они не могут занять все существующие рынки. И наоборот, маловероятно, что одно средство массовой информации сможет овладеть всем рынком.

Конкуренция – ключевое слово в сфере СМИ. Ситуация становится все более сложной, поскольку включает три группы конкуренции, а именно: 1) между печатными СМИ одного и того же типа и разных типов; 2) между электронными носителями, как аудио (радио), так и аудио-видео (телевидение); 3) между печатными СМИ, с одной стороны, и электронными, с другой.

В борьбе за долю на рынке конкуренция в средствах массовой информации охватывает не только аспекты содержания, формы представления новостей или других форм освещения событий, но и аспекты рекламы. Это также осложняется изменениями рыночных требований (потребителей). Каждое СМИ выбирает свой ответ на требования рынка, изменяя манеру, стиль и стратегию конкуренции.

Настало время индонезийской прессы обрести истинную идентичность, четко сформулировав свою роль. Очевидно, что ответственность лежит не на правительстве, не на Совете прессы, а на самих СМИ, особенно на лидерах и людях, определяющих политику издания.

Эксперты по коммуникациям выделяют три типа отношений СМИ с правительством. Государственная политика была мишенью для атаки прессы. Роль «сторожевой собаки» давно отбрасывается в сторону, поскольку она не соответствует прессе Панчасила. За эталон мы принимаем прессу-партнера правительства. Они совместно выполняют благородную миссию по предоставлению информации и образования (построение общества). В этом рождается пресса – двигатель развития.

Фактически пресса эпохи Нового порядка являлась рабом правительства. Партнерство вырастает из равных, находящихся на одном уровне участников. При отношениях, где есть субординация, пресса становится «рабочей лошадью» правительства. Теперь индонезийская пресса должна изменить старую парадигму и стать независимым институтом, который поддерживает истину. Индонезийская пресса может сработать на успех правительственных программ, раскритиковать государственную политику или просто вести правительство в нужном направлении. Тем не менее в этих различных позициях это институт, который направляет изменения в интересах народа, что означает, что пресса должна помочь процессу демократизации. Демократия – это система, которая стремится удовлетворить желания всех людей.

Однако примерно через пять лет появилась не здоровая пресса, а анархия в области средств массовой информации. Пресса Индонезии не смогла стать опорой демократии и поддержать реформы, она явилась одной из причин различных социальных волнений. Поскольку свобода прессы была практически неограничена, а также не подкреплялась высоким профессионализмом работников прессы, она стала злоупотреблять своей властью.

Прессу считали оплотом сплетен, порнографии и клановых новостей. Поэтому, по мнению ряда членов парламента, возникла необходимость пересмотра Закона № 40 от 1999 г., введения надзорных механизмов и принципа лицензирования выпускаемой

прессы. В эпоху реформ в качестве регулятора выступает уже не правительство, а институт, созданный прессой. Она должна быть свободной, однако эта свобода обязана приносить пользу обществу. Необходимость введения регулирования публикации СМИ, возможно, не является лучшим решением для медиакругов в Индонезии. Однако для сохранения демократии и проведенных реформ пресса должна организовать себя и осуществлять регулирование без какого-либо вмешательства со стороны властей.

Результаты исследования. Дано описание развития прессы после Нового порядка, во время которого пресса не имела четкой идентификации, что вызывало нарушения. Это происходило потому, что на СМИ оказали влияние ценности, философия и идеология страны, что связано с ее социально-политическим прошлым. Жизнь прессы в стране зависит от политической системы или идеологии страны, потому что пресса является частью государственной системы. События прошлого прессы (особенно отечественной) всегда зависели от контроля со стороны правительства и лидера, стоящего у власти в тот период.

Во времена Нового порядка с Х. М. Сухарто в качестве лидера деятельность прессы была жестко ограничена. Это подтверждается запретом нескольких газет в 1974 г. после катастрофы 15 января (*Malari*). Одной из запрещенных газет являлся ежедневник «Индонезия Рая» с его журналистом М. Лубисом. Это сделано для защиты прессы, которая в тот период оказывала значительное влияние на формирование общественного мнения и предотвратила политическую нестабильность из-за публикации материалов о ходе развития страны. Оно в то время интенсивно осуществлялось в рамках долгосрочного развития (*RJP*) и планов пятилетнего развития (*Pelita*), которые известны своей идеологией девелопментализма, и смогло проходить без сбоев благодаря прессе.

Для СМИ символический капитал тесно связан с культурным, поскольку только соответствующая принятым культурным нормам информация будет принята массовой аудиторией [3]. В этой связи А. И. Соловьев указывает, что именно единство культурных оснований позволяет воспринимать тонкие оттенки сообщений, трактовать сложные политические тексты, интерпретировать

скрытые образы власти. Культура накладывает ограничения на технологии и механизмы коммуникации, устанавливает способы кодирования и передачи информации, оказывая влияние на эффективность контактов с потребителя информации в пределах данного культурного поля [4. С. 6–18].

Пресса, которая находится под государственной системой, во многом от нее зависит, особенно от политической системы. Политическая система является надстройкой, отражением всей структуры и ее основы, а именно экономической жизни. Описанные экономические факторы являются наиболее важными во всех аспектах человеческой жизни, включая государственную (с момента создания современного государства) и существование прессы в стране.

Позиция СМИ, если она соблюдается, находится в рамках социальной ответственности, т. е. новостные издания должны быть ответственны перед народом. Поэтому СМИ ориентируются на социальную ответственность со времен реформ.

Во времена реформ вышел закон № 40 1999 г. о прессе, где указаны следующие ее функции:

- осуществлять право народа на получение информации;
- упрочивать основы демократии, способствовать верховенству закона и защите прав человека, а также чтить единство страны;
- развивать общественное мнение, основываясь на правдивой и честной информации;
- следить, критиковать, корректировать и советовать в делах, касающихся общественного мнения;
- бороться за справедливость и истину.

Закон № 40 1999 г., помимо прочего, гарантирует свободу прессы, а также признает и гарантирует право на получение информации, свободу высказывания мнения как одно из важнейших прав человека.

Заключение. Система прессы является частью или подсистемой более крупной системы, а именно системы связи, которая является частью более широкой социальной системы. Пресса также является социальным институтом и средством массовой коммуникации, осуществляющим журналистскую деятельность с использованием различных типов СМИ и доступных каналов.

Суть проблемы, обсуждаемой в пресс-системе, заключается в степени свободы. Система прессы создана, чтобы определить, насколько хорошо пресса может использовать свою свободу и не терять ответственность. Это хорошо видно из развития прессы при разных правительствах, а именно: Старого порядка, Нового порядка и эпохи реформ.

Сегодня принята концепция «Прессы социальной ответственности», согласно которой пресса должна нести ответственность за то, что публикует, работать в соответствии с

Панчасилой. В реализации своей пресс-концепции СМИ Индонезии опираются на шесть столпов: идейный, юридический, операционный, социально-культурный, профессиональный этический кодекс, конституцию.

СМИ Индонезии фактически дают обществу свободу выразить свое мнение. Это видно по количеству изданий, которые критикует правительство. Однако любая свобода должна быть ограничена ответственностью. Только так сохраняются моральные устои общества.

Список литературы

1. Батурчик М. В. Категории анализа аудитории СМИ с позиции концепции социальных практик П. Бурдьё // *Философия и социальные науки*. 2007. № 2. С. 48–52.
2. Дорожин Ю. Н., Каримова Н. И. Этапы развития российских СМИ как информационно-коммуникационного института формирования имиджа политиков // *Власть*. 2012. № 3. С. 139–140.
3. Кондрашина М. Н. СМИ как агент публичной политики (теоретический аспект) [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.psibook.com/sociology/smi-kak-agent-publichnoy-politiki-teoreticheskiy-aspekt.html> (дата обращения: 19.01.2019).
4. Соловьев А. И. Коммуникация и культура: противоречия поля политики // *Полис*. 2002. № 6. С. 6–18.
5. Agus Setiawan. Perkembangan media massa dan media literasi di Indonesia [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.agussetiawan.wordpress.com/2008/11/07/perkembangan-media-massa-dan-media-literasi-di-indonesia/> (дата обращения: 29.01.2019).
6. Anderson R. H. *Pemilihan dan Pengembangan Media untuk Pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1994.
7. Budi Luhur [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.jurnal.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2007/04/blcom-04-vol2-no2-april20071.pdf> (дата обращения: 10.01.2019).
8. Cangara Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
9. Darwanto S. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994.
10. Education. *Sejarah jurnalistik Indonesia* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.beritanet.com/Education/Berita-Jurnalistik/Sejarah-Jurnalistik-Indonesia.html> (дата обращения: 09.02.2019).
11. Harahap Parada. *Kedudukan Pers Dalam Masyarakat*. Tiga Serangkai. Jakarta: Hal., 1951. P. 23–26.
12. Istanto F. H. *Peran Televisi Dalam Masyarakat Citraan Dewasa Ini Sejarah, Perkembangan Dan Pengaruhnya* // *NIRMANA*. 1999. Vol. 1. No. 2.
13. Kuipers J. C. *The Media // Indonesia: a country study*. Washington: Federal Research Division, Library of Congress, 2011.
14. Mulyana W. S. *Perkembangan media massa dan media literasi* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.wsmulyana.wordpress.com/2008/12/22/perkembangan-media-massa-dan-media-literasi/> (дата обращения: 17.02.2019).
15. Sadiman A. S. *Media Pendidikan, Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
16. Sadiman A. S., Raharjo R., Haryono A. *Media Pendidikan*. Jakarta: CV. Rajawali, 1986.
17. Sumarno M. *Dasar-Dasar Apresiasi Film*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 1996.
18. Suryo RM Roy. *Televisi Sebagai Fungsi Media Komunikasi Massa*. Yogyakarta: Bahan Diktat Pendidikan Audio Visual Reguler LPM MANDIRI Yogyakarta, 1996.

References

1. Baturchik M. V. *Filosofiya i sotsialnye nauki* (Philosophy and Social Sciences), 2007, no. 2, pp. 48–52.
2. Dorozhin Yu. N., Karimova N. I. *Vlast* (Power), 2012, no. 3, pp. 139–140.
3. Kondrashina M. N. *Smi kak agent publichnoy politiki (teoreticheskiy aspekt)* (Media as an agent of public policy (theoretical aspect)). Available at: <https://www.psibook.com/sociology/smi-kak-agent-publichnoy-politiki-teoreticheskiy-aspekt.html> (Date of access: 19.01.2019).

4. Soloviev A. I. *Polis (Polis)*, 2002, no. 6, pp. 6–18.
5. Agus Setiawan. *Perkembangan media massa dan media literasi di Indonesia* (Perkembangan media massa dan media literasi di Indonesia). Available at: <http://www.agussetiawan.wordpress.com/2008/11/07/perkembangan-media-massa-dan-media-literasi-di-indonesia/> (Date of access: 29.01.2019).
6. Anderson R. H. *Pemilihan dan Pengembangan Media untuk Pembelajaran* (Pemilihan dan Pengembangan Media untuk Pembelajaran). Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1994.
7. Budi Luhur (Budi Luhur). Available at: <http://www.jurnal.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2007/04/blcom-04-vol2-no2-april20071.pdf> (Date of access: 10.01.19).
8. Cangara Hafied *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Pengantar Ilmu Komunikasi). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada? 2006.
9. Darwanto S. *Produksi Acara Televisi* (Produksi Acara Televisi). Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994.
10. *Education. Sejarah jurnalisme Indonesia* (Education. Sejarah jurnalisme Indonesia). Available at: <http://www.beritanet.com/Education/Berita-Jurnalistik/Sejarah-Jurnalisme-Indonesia.html> (Date of access: 09.02.2019).
11. Harahap Parada *Kedudukan Pers Dalam Masyarakat* (Kedudukan Pers Dalam Masyarakat), Tiga Serangkai. Jakarta: Hal., 1951. pp. 23–26.
12. Istanto F. H. *NIRMANA (NIRMANA)*, 1999, vol. 1, no. 2.
13. Kuipers J. C. *Indonesia: a country study*. (Indonesia: a country study). Washington: Federal Research Division, Library of Congress, 2011.
14. Mulyana W. S. *Perkembangan media massa dan media literasi* (Perkembangan media massa dan media literasi). Available at: <http://www.wsmulyana.wordpress.com/2008/12/22/perkembangan-media-massa-dan-media-literasi/> (Date of access: 17.02.2019).
15. Sadiman A. S. *Media Pendidikan, Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya* (Media Pendidikan, Pengertian, Pengembangan, dan Pemanfaatannya). Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
16. Sadiman A. S., Raharjo R., Haryono A. *Media Pendidikan* (Media Pendidikan). Jakarta: CV. Rajawali, 1986.
17. Sumarno M. *Media Pendidikan* (Dasar-Dasar Apresiasi Film). Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 1996.
18. Suryo RM Roy *Televisi Sebagai Fungsi Media Komunikasi Massa* (Televisi Sebagai Fungsi Media Komunikasi Massa). Yogyakarta: Bahan Diklat Pendidikan Audio Visual Reguler LPM MANDIRI Yogyakarta, 1996.

Коротко об авторе**Briefly about the author**

Наини Альберт Мухаммад Исрун, аспирант, Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций, Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия. Область научных интересов: коммуникация, политическая коммуникация, медиа и политика, мировая политика, международные отношения, журналистика
albert_muhammad@yahoo.com

Naini Albert Muhammad Isrun, postgraduate, Graduate School of Journalism and Mass Communications Institute, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia. Sphere of scientific interests: communication, political communication, media and politics, world politics, international relations, journalism

Образец цитирования

Наини А. М. И. СМИ как политический институт в Индонезии: исторический аспект // Вестник Забайкальского государственного университета. 2019. Т. 25. № 5. С. 74–84. DOI: 10.21209/2227-9245-2019-25-5-74-84.

Naini A. M. I. Mass media in Indonesia: historical aspect // Transbaikal State University Journal, 2019, vol. 25, no. 5, pp. 74–84. DOI: 10.21209/2227-9245-2019-25-5-74-84.

Статья поступила в редакцию: 16.04.2019 г.
Статья принята к публикации: 06.05.2019 г.