



РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРТНОГО ОПРОСА РЕДАКТОРОВ И СОБСТВЕННИКОВ СМИ В КАЗАХСТАНЕ

Цель:

составить картину распределения государственного заказа на проведение информационной политики в СМИ, выяснить отношение отраслевых специалистов к существующей системе, выявить основные проблемы, с которыми сталкиваются издания при реализации заказа на проведение государственной информационной политики в СМИ.

Период проведения:

февраль – май 2012 года

Участники:

главные редакторы областных и республиканских изданий.

Опрос проводился силами ОФ «Медиа-центр» и координаторов в 14 регионах Казахстана в период с февраля по май 2012 года. В опросе принимали участие главные редакторы, собственники изданий региональных и республиканских изданий, всего 23 человека. Было составлено 10 вопросов, на которые предлагалось ответить участникам.

1

Получало ли ваше издание государственный заказ на проведение информационной политики?

Опрос показал, что:

Подавляющее
большинство изданий
получает госзаказ
(15 изданий)



Не получает госзаказ
(5 изданий)



Получает госзаказ на
публикацию документов
(1 издание)



Подают заявки, но лоты
отдают другим
(2 издания)





«Хотя мы ежегодно стараемся принимать участие в конкурсе на проведение госполитики в СМИ, но лоты отдают другой газете. Причина кроется в том, что у нас (причем это везде и всюду) родственные и клановые отношения преобладают над профессиональными. Лоты получают те, у кого в городском либо областном акимате есть пусть и дальний, но родственник».

«Несколько лет назад наше издание в порядке эксперимента приняло участие в госзаказе, инициируемом управлением внутренней политики. Сумма была около двух миллионов тенге. После этого я решила, что больше никогда не будут принимать участие в таких вещах».

«Я считаю, что госзаказ в своем нынешнем виде, - это неэффективное и незаконное освоение бюджетных средств. Сам формат проведения госзакупок и постановка задачи перед СМИ, которое признается победителем, не дает никакой пользы ни власти, ни обществу. Абсолютно неактуальные темы, невостребованные читательской аудиторией».

«Государственный заказ газета получила впервые в 2010 году в размере 1 миллион 300 тысяч тенге. До этого 15 лет, будучи учреждением со смешанной формой собственности, работали без госзаказа. В 2011 году госзаказ составил 3 миллиона 300 тысяч тенге (прибыль по итогам года 3,5 миллионов тенге). В 2012 году госзаказ отдела внутренней политики составит около 5 миллионов тенге».

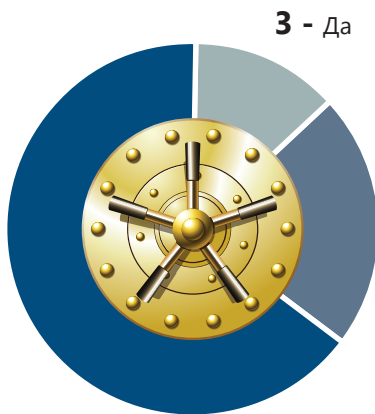


Является ли госзаказ основным источником ваших доходов?

Больше половины опрошенных заявили, что госзаказ не является основным источником доходов. В основном, госзаказ занимает от 3 до 30 процентов от общей суммы доходов. В качестве дополнительных источников были названы доходы от рекламы, продажи тиража в розницу, подписки, объявлений и грантов.

Три издания назвали госзаказ основным источником доходов. Пять изданий назвали госзаказ «существенным, но не единственным» источником

5 -
Существенным,
но не основным
(реклама,
розничная
продажа,
подписка,
объявления,
гранты)



3 - Да

15 - Нет



«Госзаказ является основным источником наших доходов. Да. Дело в том, что на современном рынке трудно поддерживать рентабельность серьезного издания. Наша газета не развлекательного характера, и потому наша аудитория хотя и широкая, но всё же имеет свои границы. Мы публикуем информацию важную для города, очень актуальную. И хотя в газете есть реклама, доходы от нее не могут покрывать всех расходов, связанных с содержанием издания».

«Если тендер является единственным источником дохода для издания, это может означать только одно – это издание совершенно не жизнеспособно и искусственно. Полноценное СМИ никаким образом не сможет жить только за счет тендеров. У нашего ТОО, куда входит телевидение, две газеты, два сайта, общих объем по тендерам составляет едва 13 процентов от суммы всех доходов. Хотя понятие «доходы» в данном случае весьма условно. К сожалению, как таковых «доходов» у нас практически не остается. Так как затраты на выпуск качественного информационного продукта съедают любые прибыли от рекламы, подписки или т.п. Хотя именно благодаря тому, что мы не экономим на расходах для журналистской работы (сбор, анализ, обработку информации, журналистские расследования, профессиональное обучение, техническая поддержка и пр.), мы имеем достаточно высокий имидж и привлекательность и для рекламодателей, и для партнеров в лице госзаказчиков, иных грантодателей».

«В соответствии с существующими нормативами для государственных предприятий (а наше издание в настоящий момент относится к государственным предприятиям), доля госзаказа от общего объема бюджета предприятия не должна превышать 25%. Мы всегда укладываемся в данное требование. И поэтому финансовые поступления от госзаказа просто не могут быть нашими основными источниками доходов. Ведь поступления от других источников составляют как минимум 75 процентов».

**С какими проблемами вы
сталкивались при реализации
государственной информационной
политики в СМИ?**



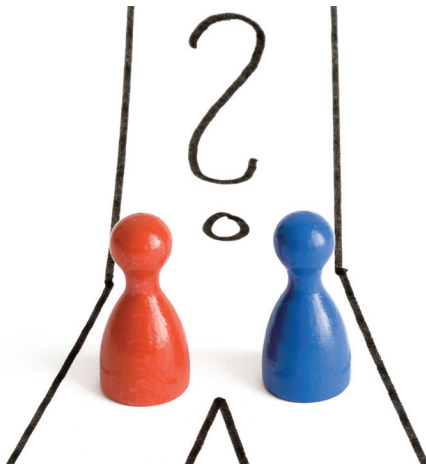
6

Проблем
не возникает



17

Проблемы
есть



Проблемы, с которым сталкиваются редакторы и издания:

- Позднее проведение тендера приводит к тому, что объемы, рассчитанные на год, приходится «закрывать» за полгода.
- Информация, публикуемая в рамках госзаказа, не всегда бывает интересной для читателей.
- Многочисленные проверки со стороны контролирующих органов.
- Требование заказчика освещать темы, не заявленные в лотах
- Неверное понятие заказчиков термина «информационная политика». Госорганы считают, что надо печатать только позитив и похвалы в адрес исполнительной власти. Объективная критика воспринимается как «невыполнение обязательств».
- Однобокая трактовка чиновниками политики Президента.

4

**Участвовали ли вы в конкурсе по
проведению госполитики в СМИ?
Если да и не выиграли в чем,
считаете, причины?
Если нет почему не участвовали?**





Не участвовали, потому что:

- не хочется испытывать на себе давление со стороны госорганов, как в части творчества, так и в части финансов.
- стоимость материалов, которые предлагает государство, ниже рыночной стоимости
- госзаказ усложнит журналистскую деятельность.
- госзаказ - это небрежно замаскированный способ оплатить лояльность СМИ.
- участие в подобных конкурсах однозначно предполагает безусловную лояльность к тем чиновникам, кто организует, проводит, контролирует, согласовывает этот конкурс, а также к другим чиновникам, которые могут влиять на первых.

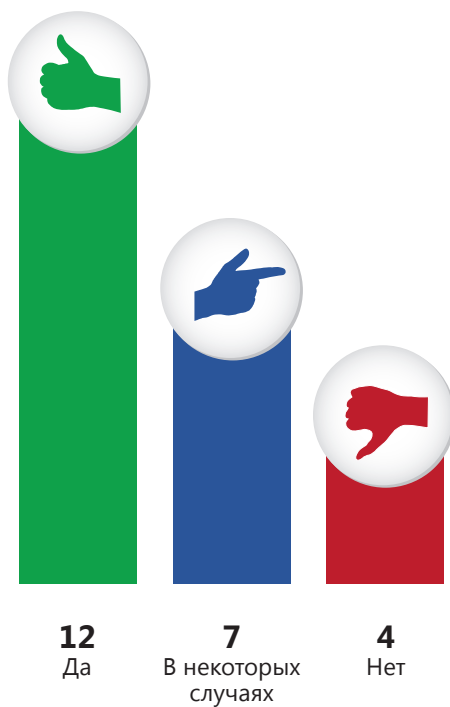


Участвовали, потому что:

- рынок рекламы «усох», поэтому выбирать рекламодателей не приходится.
- мы – областное телевидение, которое проводит политику президента.
- деньги лишними не бывают.

5

Как вы считаете, нужна ли казахстанским СМИ государственная материальная поддержка? Зачем?





Поддержка государства нужна для того, чтобы:

- публиковать законы, различные законодательные акты, поправки в Законы республики, а также освещать различные политические мероприятия (партийные съезды, визиты членов Правительства и т.д.).
- СМИ дошли до глубинки (нужна помощь по доставке)
- сохранить СМИ в регионах (соответственно, сохранить рабочие места)
- была информационно-пропагандистская работа
- поддерживать баланс сил на медиа-рынке (для объективного восприятия информации аудиторией)
- помочь изданию материально (в Казахстане низкая численность и плотность населения, поэтому себестоимость издания получается высокой)
- развивать казахоязычные сайты, газеты, телеканалы

Поддержка государства не нужна, потому что:

- газета должна быть самоокупаема
- госзаказ сложно считать поддержкой – это фактически коммерческие взаимоотношения, просто реклама государства.
- СМИ должно развиваться как бизнес

Поддержка возможна и желательна:

- только в виде налоговых послаблений (отмена НДС)
- в виде грантов
- в виде улучшения медиа-законодательства
- в виде воспитания квалифицированных кадров
- способом «из одного источника» (учитывая специфику тематик конкретного региона)

Какую форму поддержки вы считаете наиболее эффективной (госзаказ, дотации, другое)? Почему?



- *Госзаказ*
- *Прямые дотации СМИ (советский опыт)*
- *Размещение заказа во всех СМИ без исключения*
- *Гранты*
- *Госзаказ на публикацию только официальных документов*
- *Финансирование государственных газет*
- *Общэкономические формы поддержки (освобождение нерекламных (не более 40% рекламы) печатных СМИ от НДС или его существенное уменьшение)*

В чем, на ваш взгляд, недостатки существующей системы государственного финансирования СМИ?

- госзаказ получают провластные СМИ, по предварительной договоренности.
- нет прозрачности.
- избирательность и неэффективность выбора партнеров.
- тематика лотов формируется в начале года, не всегда она актуальна и свежа для читателей.
- весьма строгие технические требования и спецификации к изданиям.
- дотации уничтожают конкурентную среду, вредят рынку СМИ.
- заформализованная процедура проведения госзакупок.
- коррупция.
- электронные торги.
- отсутствие равных шансов у участников.
- главный критерий – цена (хотя журналистика – это творческий, интеллектуальный труд).
- не учитывается уровень СМИ, его тираж и т.д.
- отсутствие стимулов для развития у журналистов (надо написать так, как сказали, зачем копать, искать правду).
- принудительная подписка на издания, выполняющие госзаказ.



Добровольно люди редко покупают такое издание, поэтому чиновникам, чтобы в принципе неконкурентоспособное СМИ (в плане реалий бизнеса) могло существовать, приносят бюджетников, людей, получающих госпособие, всех, кто зависит от акиматов, покупать годовую подписку на издание, порой даже на казахском языке, который человек не знает. Судьба такой газеты - печка, мусорка, свалка, но только не прочтение. Поэтому государственная политика отчасти так и не доходит до читателя. Плюс ко всему у людей, ставших не по своей воле подписчиками, накапливается негатив, не только к газете, но и к властным структурам в целом.

В нынешнем своем виде господдержка – это финансирование лояльных к власти СМИ или напрямую подчиненных власти прессы. Всё это делается под ширмой госзакупки. Но если госзакупки проводить по закону, то мы бы могли наблюдать большое количество изданий, которые эту поддержку получают. В действительности ее получают одни и те же издания, учредителями которых являются госорганы. Очевидно, что такое возможно, только если организатор конкурса идет на нарушение закона. Кроме того, если учитывать, что практически все госСМИ, в виде своей неконкурентоспособности, поддерживают свой тираж с помощью добровольно-принудительной подписки, то можно сделать вывод, что в данном случае власть применяет двойное налогообложение населения. А это незаконно и аморально по своей сути. То есть, вместо стимулирования конкурентной среды и малого бизнеса, государство всячески этому препятствует.

Недостаток один и главный: государственное финансирование направлено на удушение здоровой конкуренции и создание неравных условий для СМИ. В итоге государство оплачивает создание карманных СМИ

Госзаказ будет производиться только через конкурс, и выигрывать его будет тот, кто предложил наименьшую цену. В расчет не принимается ни профессиональный уровень СМИ, ни тираж.

Практически любые дотации, госзаказы, нацелены не на развитие, а буквально на ограничение СМИ. Я уже говорила, как заказчики относятся к критике в информационном поле. Если критикуете – то госзаказа, дотаций, другой госпомощи вам не видать! А именно отсюда и начинается

искажение информационной политики Президента! Ведь СМИ критикуют не ради критики, но для объективной оценки ситуации! Я не говорю о тех фактах, когда в СМИ поднимается волна критиканства ради каких-то иных целей. Но как раз с такими заказными компаниями легче всего бороться, когда имеется развитая, объективная журналистика



Недостатки существующей системы государственного финансирования, на мой взгляд, заключаются в том, что материальная поддержка от государства распределяется либо по принадлежности к государству (прогосударственным СМИ), либо согласно родственным связям (если у главного редактора родственник в акимате – издание будет получать госзаказ ежегодно, нет родственника – раз в пять лет (а может и никогда). Еще один недостаток существующей системы государственного финансирования в целом, в том числе и СМИ – это бесконечные откаты (получил грант – будь любезен, поделились).

Фактически вне всякой критики и даже просто бесцензурной информации оказываются практически все чиновники уровня от начальников областных департаментов и их замов, акимов городов и районов, все силовики, предприниматели, «дружбу водящие» со всеми вышеперечисленными и т.п. вниз по влиятельности, родственным связям и возможностям. О ком и о чём тогда писать нормальной, качественной региональной газете? О ворующих руководителей ПКСК и участковых, крышующих мелких жуликов?!

Это абсолютно непрозрачная, коррупционная и неэффективная с точки зрения достижения измеряемых и планируемых результатов система траты бюджетных денег! Ни общество, не государство в целом не решают сколь-нибудь серьёзных проблем при функционировании госзаказа! Кто является основным выгодоприобретателем от этой системы? Лоббисты бывших партийных газет и их управленцы и владельцы (там, где эти газеты стали частными). Проанализируйте, что в этих изданиях, как правило, огромные зарплаты у руководства, дорогие иномарки, но практически не тратятся деньги на улучшение материальной базы – создание собственных типографий, приобретение недвижимости, инвестиции в распространение и т.п. Деньги тупо проедаются. И конечно довольны все те чиновники и их «знакомые» влияющие на госзаказ и через это на редакционную политику газет.

Как можно улучшить систему финансирования СМИ?

В части типа финансирования:

- сделать прямое финансирование государственных СМИ, без процедуры госзакупок

 «Я думаю, что если мы избавимся от этого лукавства в виде госзакупок, то облегчим жизнь не только себе, но и государственным органам и депутатам».

- финансировать только определенные категории СМИ: казахоязычную прессу и СМИ на языках нацменьшинств.

- создать конкретную государственную газету для публикации официальной информации

 «Создать «Парламентский вестник» или что-то наподобие, взять его на полное содержание государства и публиковать там все материалы о жизнедеятельности Парламента, например».

В части формирования лотов:

- реформировать политику администрирования государственных тендеров.

 «Надо разделить госзаказ для СМИ, сделав администратором этих заказов не только управление внутренней политики, но и другие управление. В конкурсах часто имеются такие лоты как «здоровый образ жизни», «здравоохранение», вопросы предпринимательства и промышленности, и пр. Объективно говоря, управление внутренней политики совершенно не компетентно в таких вопросах. Между тем именно оно является заказчиком по данным сферам.

Необходимо, чтобы каждая госструктура выдавала свои лоты, свои госзаказы. Только так можно добиться действительно эффективной информационной работы.

Здесь главная задача - обеспечить очень предмет-



ное финансирование конкретных информационных полей, с четким пониманием результатов. Что бы в связке заказчик – исполнитель- потребитель (госорган – СМИ – читатель/зритель), каждое звено работало с максимальной эффективностью и продуктивностью, ответственно и заинтересовано.

К сожалению на данный момент, с нашими «размытыми» лотами, с отсутствием специализированного заказчика, конкретный эффект от реализации того или иного госзаказа для СМИ определить практически не возможно».

- исключить лоты пиар-типа.

«Тематика лотов должна быть интересна аудитории, а не акимату».

Общие:

- проводить конкурсы в декабре, чтобы можно было рационально планировать свою работу
- голосовать населению, какому СМИ нужно оказать финансовую помощь.

- стимулировать свободный рынок

«Любые улучшения в системе финансирования СМИ возможны только в условиях свободного рынка. Дайте прессе свободу, снимите государственные СМИ с бюджетной иглы - и через год-два вы получите такое пестрое медиа-пространство, о котором можно только мечтать!»

- сделать честными и прозрачными тендеры

«Требования к СМИ должны остаться в рамках договоренности и не перерасти в контроль над всем общественно-политическим блоком газеты. Пусть государство просто покупает рекламную площадь под свои материалы, требующие распространения в рамках информационной политики».

Какие альтернативные формы госфинансирования СМИ можно применить в Казахстане?

- Социальная реклама со стороны крупных и национальных компаний.
- Дотации для типографии.
- Снижение налоговой нагрузки.
- Финансирование в форме творческой стипендии для физических лиц (журналистов) на проведение актуальных расследований, требующих времени и затрат.
- Ввести разовые дотации (кредиты) на создание и развитие новых СМИ в тех регионах, где конкуренция отсутствует (села, райцентры, поселки).
- Гранты различных фондов и некоммерческих организации.





Эти гранты намного эффективнее и прозрачнее формируют и культуру медиа-рынка, и потребности общества.

В ближайшее время в Казахстане все СМИ, ранее являвшиеся государственными предприятиями, насколько мне известно, поменяют форму собственности. В таком случае, полагаю, у нас появятся возможности участвовать в конкурсах всевозможных общественных фондов, иностранных грантодателей и т.д. Ведь в настоящее время, хотя международные фонды и благотворительные общества оказывают активную поддержку для развития СМИ в Казахстане, но государственные издания априори оказываются вне этих конкурсов.

Трудно придумать что-то такое, что бы наши власти не повернули в свою пользу. Все равно государственные СМИ останутся в приоритете. Может, стоит совсем их ликвидировать? Но все, думаю, понимают, что этого не будет еще очень долго...

С газетами нужно работать, заранее оговаривая объем и стоимость конкретных публикаций и не вмешиваться в общую политику издания. Ведь очень неплохо, если в критикующем власть издании появится хвалебная статья от акимата, пусть даже проплаченная. Читатели смогут посмотреть и другую точку зрения, а СМИ будут материально заинтересованы в том, чтобы эту публикацию разместить. Им не нужно так яростно искать рекламодателей, потому что в роли них будет выступать государство и бюджетные деньги.

Что, на ваш взгляд, необходимо сегодня для развития медиа-рынка в Казахстане?

- Честная конкуренция
- Снижение налогового бремени (освободить от НДС)
- Использовать методы экономического поощрения типографий или снизить стоимость типографской печати для газет за счет гибкой системы налогообложения
- Сделать ряд газет дешевыми, особенно на казахском языке, что очень актуально для сельского населения. Результат: повышение культуры народа и его социальной активности.
- Уменьшить расценки на доставку газет подписчикам, особенно сельским (возможны дотации для «Казпочты»).
- Устранить слабую защищенность журналистов и СМИ перед властью.
- Государство не должно мешать работать СМИ, дать прессе возможность развиваться как бизнесу.
- Усилить техническую оснащенность редакций для перехода СМИ в интернет-сферу.
- Отказ от демпинга.
- Отказ от практики «прикармливания» ответственных за рекламные бюджеты компаний служащих.



- Упор на интересы потребителей СМИ – читателей, зрителей.
- Заниматься образованием журналистов.
- Государству не вмешиваться в процессы, происходящие на медиа-рынке.
- Совершенствование законодательства по регулированию СМИ государством.
- Исключить принудительную подписку.
- Стимулировать прессу экономически через инвестиции в отрасль.
- Дотации гражданам, живущим вне городов на получение прессы.



Надо создать нормальные конкурентные условия для всех СМИ и выбить костыль-госзаказ из-под неинтересных, непопулярных, неэффективных СМИ, которые, по сути, паразитируют на деньгах налогоплательщиков, объясняя необходимость вливания в них всё больших денег тезисами об обеспечении информационной безопасности, обеспечении стабильности и т.п. мифическими угрозами!

Прежде всего медиа-рынок нужно сделать свободным и свести к минимуму его государственное регулирование. Кроме того, уже обозначена моими коллегами самая главная проблема независимой прессы Казахстана – абсолютно неэффективное законодательство. Если казахстанский медиа-рынок и может похвастать какими либо достижениями, то происходит это не благодаря помощи государства, а вопреки ей.

Главным вопросом для СМИ всегда были кадры и идеи. Будут подготовленные, грамотные, творческие кадры, будут и идеи. Так что образовательный процесс для журналистов я ставлю на первое и основное место. В противном случае мы так и будем смотреть различные шоу и программы, купленные или скопированные с западных СМИ, причем, не самые лучшие их образцы.

Кадровый вопрос – самый больной. Молодые журналисты, обучающиеся в столичных вузах, в регионы не возвращаются. Завтра грамотно и профессионально освещать государственную политику будет не кому. Региональным СМИ нужны обучающие мероприятия: курсы, семинары, программы, обмен опытом.



Свобода слова, которой, к сожалению иногда нет по разным причинам. Нужно даже поощрять СМИ, которые критикуют власть, проводят расследования, докапываются до правды. Кроме того, нужно пересмотреть законы таким образом, чтобы журналист не боялся писать открыто. Сегодня, к сожалению, СМИ и журналисты часто становятся ответчиками в суде, даже за фотоснимки, не говоря об информации. Как можно в таких условиях работать, если даже фотографию страшно поставить. Кроме того, есть факты, когда СМИ преследуются государством, например газеты «Взгляд» и «Республика».

Нужны поправки в законе относительно защиты чести, достоинства и деловой репутации. Журналисты часто выступают ответчиками в подобных случаях. Причем на них могу подать в суд спустя 10-15 лет после выхода публикации. То есть в данном случае отсутствует срок давности. Необходимо внести поправки в законодательстве и установить общеустановленный срок давности – 3 года





ОФ «ПРАВОВОЙ МЕДИА-ЦЕНТР» ВЫРАЖАЕТ
БЛАГОДАРНОСТЬ ЭКСПЕРТАМ, ПРИНЯВШИМ
УЧАСТИЕ В ИНТЕРВЬЮИРОВАНИИ:

Раукен Отыншин,
директор телеканала «Казахстан-Актобе»

Екатерина Назаренко,
главный редактор еженедельника «Петропавловск.KZ»
Петропавловск

Азамат Майтанов,
заместитель главного редактора газета «Ак Жайык» Атырау

Марина Лимаренко,
главный редактор газеты «Южный Казахстан» Шымкент

Валентина Куликова,
директор ТОО «Собкор» (телеканал «Отрар», газета «Рабат») Шымкент

Ольга Краус,
главный редактор газеты «Новый Вестник» Караганда

Вячеслав Коханов,
главный редактор «Наша ярмарка», Караганда

Махамбет Ауэзов,
газета «Деловая неделя», Алматы

Эдуард Полетаев,
газета «Известия-Казахстан» Алматы

Аскар Актлеуов,
журналист, Актобе

Болат Абуов,
главный редактор газеты «Туран», Атырау

Тамара Еслямова,

главный редактор газеты «Уральская неделя», Уральск

Федор Попов,

главный редактор газеты «Пuls города» Уральск

Ольга Колоколова,

главный редактор «Наша газета» Костанай

Сергей Миролубов,

директор ТОО «Твой шанс» Костанай

Елена Васильченко,

газета «Наша жизнь» Павлодар

Галина Никифорова,

директор ГКП «Голос Экибастуза»

Галина Воробьева,

главный редактор «Все будет хорошо» Петропавловск

Лариса Сафонова,

главный редактор «Новый регион» Тараз

Игорь Неволин,

главный редактор «Знамя труда» Тараз

Наталья Денисова,

главный редактор газеты «Кому? Что?» Кызыл-Орда

Самат Искаков,

журналист «Вечерняя Астана»

Сергей Лесковский,

главный редактор «Инфо-Цес» Астана

Данная публикация подготовлена при технической поддержке посольства Великобритании в Казахстане. Материалы публикации необязательно отражают официальную точку зрения посольства.



ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ БАҚ РЕДАКТОРЛАРЫ МЕН МЕНШІК ИЕЛЕРІ АРАСЫНДА ЖҮРГІЗІЛГЕН САРАПТАМАЛЫҚ САУАЛНАМАНЫҢ ҚОРЫТЫНДЫСЫ

Мақсаты:

БАҚ-тағы ақпараттық саясатты жүргізуге мемлекеттік тапсырысты үлестіру келбетін көрсету, сала мамандарының осы жүйеге көзқарасын анықтау,

БАҚ-тағы мемлекеттік ақпараттық саясатты жүргізудегі тапсырысты жүзеге асыру кезінде басылымдар кезігетін мәселелерді анықтау.

Жүргізілген уақыты:

2010 жылдың ақпан – мамыр айлары аралығы

Қатысушылар:

Облыстық және республикалық басылымдардың бас редакторлары.

Сауалнаманы «Медиа-орталық» ҚҚ және Қазақстан аймақтарындағы 14 үйлестіруші 2012 жылдың ақпан-мамыр айлары аралығында жүргізді. Сауалнамаға аймақтық және республикалық басылымдардың бас редакторлары, меншік иелері, барлығы 23 адам қатысты. Сауалнамаға қатысушылар 10 сұраққа жауап берді.

1

Сіздің басылым ақпараттық саясат жүргізуге мелмекеттік тапсырыс алды ма?

Сауалнама көрсеткендей:

Басылымдардың басым бөлігі мемлекеттік тапсырыс алады
(15 басылым)



Мемлекеттік тапсырыс алмайды
(5 басылым)



Құжаттарды жария етуге мемлекеттік тапсырыс алады
(1 басылым)



Арыз береді, бірақ лот басқаға беріледі
(2 басылым)





«Біз жыл сайын БАҚ-та мемлекеттік саясатты жүргізу туралы конкурсқа қатысқымыз келгенмен, лоттар басқаларға беріледі. Оған бізде (барлық жерде де солай) кәсібилілікке қарағанда туыстық және кландық қатынастардың басым болуы себеп. Лоттарды қалалық не облыстық әкімдікте алыс туыстары бар ақпарат құралдары алады».

«Бірнеше жыл бұрын біздің басылым тәжірибе ретінде ішкі саясат басқармасы бастама көтерген мемлекеттік тапсырысқа қатысып көрген еді. Сомасы екі миллион теңгеге жуық болды. Содан кейін мен ешқашан мұндайға қатыспаймын деп шештім»

«Меніңше, қазіргі жағдайда мемлекеттік тапсырыс – бюджет қаржысын тиімсіз және заңсыз игеру секілді. Мемлекеттік тапсырыс өткізу мен жеңімпаз деп танылатын БАҚ алдына қойылатын мақсат, билікке де, қоғамға да түк пайда әкелмейді. Оқырман аудиториясы қажет етпейтін, түк өзектілігі жоқ тақырыптар»

«Газет бірінші рет 2010 жылы 1 миллион 300 мың теңге көлемінде мемлекеттік тапсырыс алды. Оған дейін, меншік нысаны аралас мекеме ретінде мемлекеттік тапсырыссыз жұмыс жасап келдік. 2011 жылы мемлекеттік тапсырыс 3 миллион 300 мың теңгені құрады (кіріс жыл қорытындысы бойынша 3,5 миллион теңге). 2012 жылы ішкі саясат бөлімінің мемлекеттік тапсырысы 5 миллион теңгеге жуықтады.

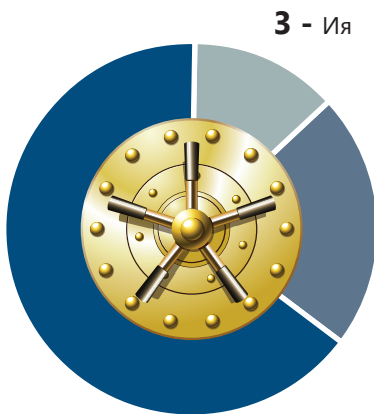


Мемлекеттік тапсырыс сіздің кірісіңіздің негізгі көзі болып табыла ма?

Сауалнамаға қатысқандардың жартысынан астамы мемлекеттік тапсырыстың негізгі табыс көзі емес екендігін атап өтті. Негізінен мемлекеттік тапсырыс жалпы кіріс сомасының 3-30 пайызын құрайды. Қосымша кіріс көзі ретінде жарнамадан, газетті сатудан, жазылу арқылы, хабарландырулар мен гранттардан түсетін кірістер аталды.

Үш басылым мемлекеттік тапсырысты негізгі табыс көзі деп атап өтті. Бес басылым мемлекеттік тапсырысты «айтулы, бірақ бір ғана кіріс көзі емес» деп көрсетті.

5 -
айтулы, бірақ
негізгі кіріс көзі
емес (жарнама,
бөлшек сауда,
жазылу,
хабарландыру-
лар, гранттар)



3 - Ия

15 - Жоқ



«Мемлекеттік тапсырыс негізгі табыс көзі. Иә. Өйткені, қазіргі заманғы нарықта салмақты басылымның тұрақтылығын сақтап тұру қиын. Біздің газет көңіл көтеруге бағытталмаған. Сондықтан біздің аудитория ауқымды болғанмен, шегі бар. Қала үшін маңызы бар, өте өзекті ақпаратты жариялаймыз. Газетте жарнама бар, дегенмен, одан түсетін табыс басылымның барлық шығындарын көтере алмайды».

«Егер тендер басылымның жалғыз кіріс көзі болса, онда бұл басылымның өмір сүру қабілеті мүлдем жоқ, жасанды болып саналады. Толыққанды БАҚ тек тендер есебінен күн көрмеу керек. Телевидение, екі газет, екі сайты бар біздің ЖШС-те тендердің үлесі барлық кірістің 13 пайызын құрайды. «Кіріс» түсінігі бұл ретте шартты түрде айтылып отыр. Өкінішке қарай, іс жүзінде бізде «кіріс» қалмайды. Өйткені жарнамадан, жазылудан, т.б. түскен табыс сапалы ақпараттық өнім шығарудан ауыспайды. Алайда журналистік жұмыстардан (ақпарат жинау, сараптау, өңдеу, журналистік зерттеу, кәсіби оқытулар, техникалық қолдау, т.б.) шығынды үнемдей отырып, газеттің танымалдылығын, имиджін, жарнама берушілер, мемлекеттік тапсырыс пен грант берушілер үшін серіктес ретінде тартымдылықты сақтап келеміз.

«Қолданыстағы нормативтерге сәйкес, мемлекеттік мекемелер үшін (қазір біздің басылым мемлекеттік мекеге қарайды), мемлекеттік тапсырыс мекеменің бюджетінің жалпы көлемінің 25 пайызынан аспауы керек. Бір әрдайым осы талап шеңберінен шықпаймыз. Сондықтан мемлекеттік тапсырыстан түсетін түсім біздің негізгі кіріс көзіміз болып табылмайды. Өзге кіріс көздерінен түсетін түсімдер барлық табыстың кем дегенде 75 пайызын құрайды.

БАҚ-та мемлекеттік ақпараттық саясатты жүзеге асыруда қандай кедергілерге (мәселе) тап боласыз?



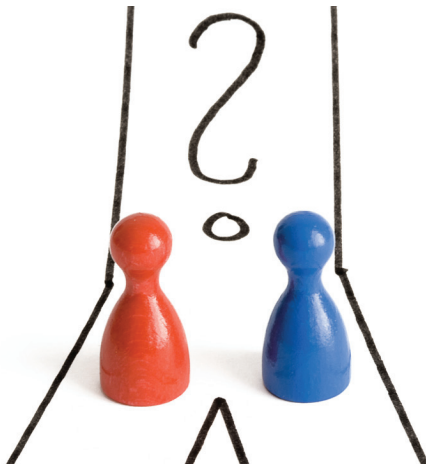
6

Кедергі (мәселе)
туындамайды



17

Кедергілер (мәселе)
бар



Редакторлар мен басылымдар кезігетін кедергілер (мәселелер):

- *Тендердің кеш өткізілуі бір жылға есептелген жұмыс ауқымын жарты жылда игеруге әкеп соғады.*
- *Мемлекеттік тапсырыс аясында жарияланатын ақпарат оқырмандар үшін әрдайым қызық бола бермейді.*
- *Бақылау органдары тарапынан көптеген тексерулер*
- *Тапсырыс берушінің лотта көрсетілмеген тақырыптарды жария ету талабы*
- *Тапсырыс берушінің «ақпараттық саясат» түсінігін дұрыс ұғынбауы. Мемлекеттік органдар атқарушы билікке қатысты тек позитивті және мақтау материалдарын жариялау керек деп санайды. Орынды сын «міндеттемелерді орындамадың» деп қабылданады*
- *Шенеуніктер Елбасының саясатын біржақты ұғынады.*

БАҚ-та мемлекеттік саясатты жүргізу жөніндегі конкурсқа қатыстыңыз ба?

Егер қатыссаңыз, бірақ жеңбесеңіз, не себепті? Егер қатыспасаңыз, неге қатыспадыңыз?





Қатыспадым, өйткені:

- Мемлекеттік органдар тарапынан шығармашылық және қаржы жағынан қысым көргім келмейді.
- мемлекет ұсынатын материалдардың құны нарықтағы құннан төмен
- мемлекет журналистік қызметті ауырлатады.
- мемлекеттік тапсырыс –БАҚ-тың өзіне «қаратуға» астарлы түрде ақы төлеудің амалы.
- мұндай конкурстарға қатысу осы конкурсты ұйымдастыратын, мақұлдайтын, өткізетін, бақылайтын шенеуніктерге лояльдылықты қалыптастырады.

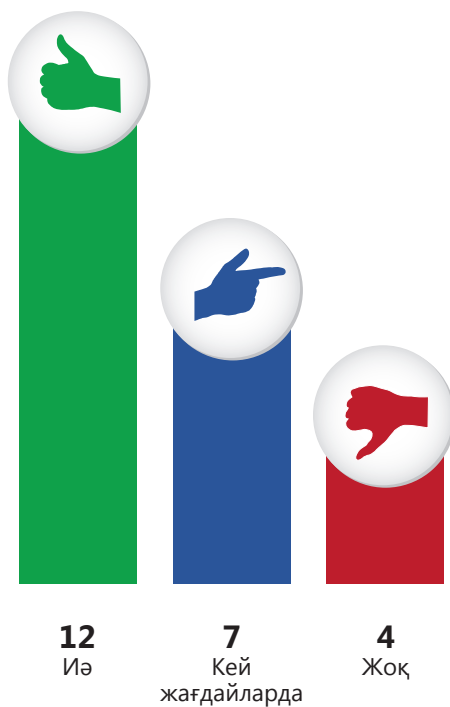


Қатыстым, өйткені:

- жарнама нарығының жағдайы нашар, сондықтан жарнама беруші таңдап азапқа түспейсің.
- біз – Президенттің саясатын жүргізетін облыстық телевидениеміз.
- ақша артық болмайды.

5

Сіз қалай ойлайсыз, қазақстандық
БАҚ-қа мемлекеттік материалдық
қолдау қажет пе? Неге?





Мемлекет қолдауы келесі жағдайларда қажет:

- Заңдарды, түрлі заң құжаттарын, республика заңдарына енгізілетін өзгерістерді, сондай-ақ әртүрлі саяси шараларды (партия съездері, Үкімет мүшелерінің сапары, т.б.) жариялау секілді бірқатар жағдайларда мемлекеттік қолдау қажет.
- БАҚ шалғай ауылдарға жетуі үшін (жеткізу үшін көмек керек)
- Аймақтарда БАҚ-ты сақтап қалу үшін (сәйкесінше, жұмыс орындарын сақтап қалу үшін)
- ақпараттық-үгіт-насихат жұмыстары болуы үшін
- медиа-нарықта күштердің тепе-теңдігін сақтау үшін (аудитория ақпаратты объективті қабылдау үшін)
- Басылымға материалды түрде көмек көрсету (Қазақстанда халық тығыздығы төмен, сондықтан басылымның өзіндік құны қымбатқа шығады)
- қазақтілді сайттар, газеттер мен телеарналарды дамыту керек.

Мемлекеттік қолдау керек емес, өйткені:

- Газет өзін-өзі ақтайтын болуы керек.
- мемлекеттік тапсырысты қолдау деп санау қиын - іс жүзінде бұл коммерциялық қарым-қатынас, мемлекетке жарнама.
- БАҚ бизнес ретінде дамуы керек.

Қолдау көрсету келесі жағдайларда керек:

- салықтық жеңілдік ретінде (ҚҚС алып тастау)
- грант түрінде
- медиа-заңнамаларды жақсарту түрінде
- білікті мамандарды даярлау үшін
- тек бір ақпарат құралын қолдау әдісі («метод одного источника») бойынша (нақты аймақтағы тақырып ерекшеліктерін ескере отырып)

Қолдаудың қандай түрі сіздіңше, неғұрлым тиімді (мемлекеттік тапсырыс, дотация, т.б.)? Неліктен?



- Мемлекеттік тапсырыс
- БАҚ-қа тікелей дотациялар (кеңестік үлгі)
- Тапсырысты барлық БАҚ-та орналастыру
- Гранттар
- Тек ресми құжаттарды жариялауға мемлекеттік тапсырыс
- Мемлекеттік газеттерді қаржыландыру
- Қолдаудың жалпыэкономикалық түрлері (жарнамалық емес (40 пайыздан аспайтын) баспасөз құралдарын ҚҚС-тан босату, немесе оны азайту)

Сіздіңше, БАҚ-ты мемлекеттік қаржыландыру жүйесінің кемшілігі неде?

- Мемлекеттік тапсырысты билікке қарасты басылымдар алдын-ала келісу арқылы алады.
- айқындылық жоқ
- серіктестердің таңдамалылығы және тиімсіздігі
- лоттардың тақырыптары жыл басында әзірленеді, оқырмандар үшін өзектілігі бола бермейді.
- басылымдарға қойылатын қатал техникалық талаптар мен специфика
- дотациялар бәсекелестік ортаны құртады, БАҚ нарығына зиянын тигізеді.
- мемлекеттік тапсырыс жүргізу процедурасының тым формальдылығы
- сыбайлес жемқорлық
- электрондық сауда-саттық.
- қатысушылардың тең мүмкіндіктері болмауы
- басты критерий - баға (алайда журналистика – бұл шығармашылық, интеллектуалдық еңбек).
- БАҚ-тың деңгейі мен таралымы ескерілмейді, т.б.
- журналистердің дамуы үшін ынталандырудың болмауы («қалай айтты, солай жазу керек», «шындықты іздеп әлекке түсудің қажеті жоқ»)
- мемлекеттік тапсырысты орындайтын басылымдарға мәжбүрлеп жаздыру.



Өз еркімен адамдар мұндай басылымдарды сатып ала бермейді. Сондықтан бәсекеге қабілетті емес БАҚ-ты (шынайы бизнес ретінде) шенеуніктер бюджет қызметкерлері, мемлекеттік жәрдемақы алатын адамдарға, әкімдікке тәуелділерге, кейде тіпті түсінбейтін тіліндегі басылымдарға да жаздыруға мәжбүрлейді. Мұндай газет от тұтатуға, қоқыс салу, балық орауға жарамды. Оқылмай қалады. Сондықтан мемлекеттік саясат оқырманға жете бермейді. Өз еркімен емес, мәжбүрлі түрде жазылған соң, адамдарда газетке ғана емес, жалпы алғанда билік құрылымдарына деген теріс көзқарас пайда болады.

Қазіргі жағдайда мемлекеттік қолдау – билікке жағымды БАҚ-ты немесе тікелей бағынышты баспасөзді қаржыландыру. Мұның барлығы мемлекеттік сатып алу деген «ширма» арқылы жасалады. Егер мемлекеттік тапсырысты заң бойынша жүргізетін болса, осы қаржылай қолдауға ие болатын басылымдар санының әлқедайқа көп болатынын бақылай алатын едік.

Шын мәнінде мемлекеттік қолдауға құрылтайшысы мемлекеттік органдар болатын белгілі бір басылымдар ие бола береді. Әлбетте мұның барлығы тек егер конкурсты ұйымдастырушы заңды бұзса ғана мүмкін болады. Оның үстіне барлық-дерлік мемлекеттік БАҚ өздерінің бәсекеге қабілетсіздігіне орай, өз таралымын ерікті-мәжбүрлі жаздыртудың көмегімен қамтамасыз етіп. Бұл ретте халық, салық төлеушілер екі рет ұтылады. Белгілі бір ақпарат құралдарын қаржыландыру, жазылуға мәжбүрлеу заңсыз, әрі моральға жат. Шағын және орта бизнесте бәсекелестікті дамытудың орнына мемлекет мейлінше кедергі жасап келеді.

Жалғыз әрі басты кемшілік: мемлекеттік қаржыландару қалыпты бәсекелестікті нашарлатуға және БАҚ үшін тең емес жағдай қалыптастыруға бағытталған. Нәтижесінде мемлекет «қалталы» БАҚ құруға ақша шығындап отыр. Мемлекеттік тапсырыс тек конкурс арқылы өтеді, және ең аз бағам ұсынған қатысушы жеңіске жетеді. БАҚ-тың кәсіби деңгейі де, таралымы да есепке алынбайды.

Іс жүзінде кез-келген дотациялар, мемлекеттік тапсырыстар БАҚ-ты дамытуға емес, тура мағынасында, шектеуге бағытталған. Тапсырыс берушілердің ақпарат нарығында сынға қалай қарайтыны туралы айтып өттім. Егер сынасаң – мемлекеттік тапсырыс та, дотация да, басқа мемлекеттік көмек те жоқ! Міне осы жерден-



ақ Президенттің ақпараттық саясаты бұрмаланады! БАҚ сынау үшін сынамайды ғой, жағдайға объективті баға беру үшін сынайды. Мен бұл ретте БАҚ-та басқа мақсаттармен жаппай сынауды сөз қылып отырғаным жоқ. Міне дамыған, объективті журналистика болғанда ғана осындай тапсырыстық сипаттағы компаниялармен күресу жеңілге түседі.

Қолданыстағы мемлекеттік қаржыландыру жүйесіндегі кемшілік, меніңше, мемлекет тарапынан болатын материалдық көмектің мемлекетке тиесілі (мемлекеттік БАҚ), немесе туыстық қарым-қатынас (егер бас редактордың туысы әкімдікте отырса, басылым жыл сайын мемлекеттік тапсырыс алып отырады, туысың болмаса, бес жылда бір рет, тіпті өміріңде мүлдем алмауың мүмкін) белгілері бойынша үлестіріледі. Тағы бір айтулы кемшілік, таусылмайтын «откат» («грант алдың ба, бөліс»).

Шын мәнінде облыстық департаменттің бастықтары мен олардың орынбасарлары, қала және аудандардың әкімдері, барлық күш құрылымдары, кәсіпкерлер, осы аталғандармен «достық қарым-қатынастағы» тарап-тардан ықпалдылығы жағынан, туыстық байланысы мен мүмкіндіктеріне қарай, тіпті цензурасыз ақпаратты да алудың өзі мұң екені сынамаса да түсінікті. Сапалы аймақтық газетке кім және не туралы жазуға тура келеді? Ұры жетекшілер мен ұсақ алаяқтарға қолдау танытып отырған учаскелік инспекторлар туралы жаза ма?

Бұл бюджет қаражатын жұмсаудың өлшеу және жоспарланған нәтижесінің абсолютті түрде айқын емес, сыбайлас жемқорлыққа бой алдырған, тиімсіз жүйесі. Қоғам да, мемлекет те жалы алғанда мемлекеттік тапсырыс қызмет етіп тұрғанда ешбір мәселені шеше алмайды. Бұл жүйеден негізгі пайдаға кенелетіндер кімдер? Бұрынғы партиялық газеттердің мүддесін қорғаушылар мен олардың басқармалары, иелері (осы газеттер жекеге айналған жағдайда). Аталған басылымдардың жетекшілерінің жалақылары жоғары болады, қымбат шетел көліктерін мінетінін саралап көріңізші. Іс жүзінде материалдық базаны жақсартуға, өзінің баспаханасын салуға, жылжымайтын мүлік алуға, тарату жұмысын инвестициялауға қаражат бөлмейді. Ақша тек игеріліп жатыр. Барлығынан бұрын мемлекеттік тапсырысқа өз ықпалын жүргізетін, және осынысы арқылы газеттердің редакциялық саясатына ықпал ететін шенеуніктер мен олардың «таныстары» ырза.

БАҚ-ты қаржыландыру жүйесін қалай жақсартуға болады?

Қаржыландыру түрлеріне тоқталар болсақ:

- Мемлекеттік БАҚ-ты мемлекеттік сатып алу процедурасынсыз тікелей қаржыландыруды енгізу.

 «Меніңше, егер біз мемлекеттік тапсырыс түріндегі көз бояушылықтан арылсақ, өзімізге ғана емес, мемлекеттік органдар мен депутаттардың да жұмысын жеңілдетер едік».

- БАҚ-тің белгілі бір тобын ғана қаржыландыру. Қазақтілді баспасөзді және аз ұлттардың тіліндегі БАҚ-ты қаржыландыру.

- Ресми ақпараттарды жария ететін нақты мемлекеттік газет шығару.

 «Парламент жаршысы» немесе осыған ұқсас басылым шығару, соны толығымен мемлекет өз қаржыландыруына алып, Парламенттің тыныс-тіршілігі туралы барлық материалдарды жариялап отырса»

Лоттарды қалыптастыру тұрғысынан алғанда:

- Мемлекеттік тендерлерді реттеу саясатын реформалау.
«Мемлекеттік тапсырысты әкімшісі тек ішкі саясат басқармасы ғана емес, өзге де басқармалар бола алатындай етіп, БАҚ-қа бөлу. Конкурстарда «салауатты өмір салты», «денсаулық сақтау» секілді лоттар бар. Кәсіпкерлік және өнеркәсіпке, т.б. қатысты лоттар кезігеді. Шындығын айтқанда, ішкі саясат басқармасы мұндай мәселелерді шешуге құзырлы емес. Соған қарамастан мұндай тақырыптар бойынша да тапсырыс беруші рөлінде. Әрбір мемлекеттік құрылым өз лоттарын, өз мемлекеттік тапсырысын жасайтындай болуы қажет. Тек осылайша ғана тиімді ақпараттық жұмыстарға қол жеткізуге болады. Бұл жерде басты мәселе – нәтижелерін анық ұғына отырып, нақты ақпараттың нарықты пәні бойынша қаржыландыруды қамтамасыз ету.



Тапсырыс беруші – орындаушы – тұтынушы (мемлекеттік орган – БАҚ – оқырман, көрермен) байланысы болуы үшін әрбір звено максимальды тиімділікпен және нәтижелілікпен, жауапты түрде, және қызығушылықпен жұмыс жасауы керек.

Өкінішке қарай, қазіргі уақытта біздегі «бұлыңғыр» лоттар мен мамандандырылған тапсырыс берушінің болмауы себепті, БАҚ-тағы мемлекеттік тапсырысты жүзеге асырудан нақты тиімділік, нәтижеге қол жеткізу іс жүзінде мүмкін емес».

- Пиар-үлгідегі лоттарды алып тастау

«Лот тақырыптары әкімдік үшін емес, аудитория үшін қызықты болуы шарт».

Жалпы:

- Конкурстарды жұмыс кестесін оңтайлы жоспарлау үшін желтоқсан айында өткізу керек.
- Қай БАҚ-қа қаржылай көмек көрсету керектігін халық дауысқа салса.

- Еркін нарықты ынталандыру керек.

«БАҚ-ты қаржыландыру жүйесіндегі жақсаруға жасалған кез келген қадам тек еркін нарық жағдайында мүмкін болады. Баспасөзге бостандық беріңдер, мемлекеттік БАҚ-ты бюджеттен қаражат алмауға үйрету керек. сонда бір-екі жылдың шамасында керемет, армандауға болатын медиа-кеңістікке қол жеткізуге болады».

- Тендерлерді шынайы және айқын ету

«БАҚ-қа қойылатын талаптар келісім аясында қалуы тиіс, газеттің қоғамдық-саяси бөлігін бақылауға айналып кетпеуі керек. Мемлекет өзінің ақпараттық саясаты аясында тарататын материалдары үшін жарнама орнын сатып алсын».

Қазақстанда БАҚ-ты мемлекеттік қаржыландырудың қандай балама түрлерін қолдануға болады?

- Ірі және ұлттық компаниялар тарапынан әлеуметтік жарнама тарту
- Баспаханалар үшін дотация
- Салықтық ауыртпалықтарды жеңілдету
- Жеке тұлғаларға (журналистер) уақыт пен шығынды талап ететін өзекті зерттеулер жүргізу үшін шығармашылық стипендиялар даярлау
- Бәсекелестік жоқ аймақтарда (ауыл, аудан орталығы, елді мекендер) жаңа БАҚ ашу мен дамытуға бір реттік дотация (несие) енгізу
- Түрлі қорлар мен коммерциялық емес ұйымдардың гранттары.





Бұл гранттар медиа-нарық мәдениеті мен қоғамның қажеттілігін тиімді әрі айқын түрде қалыптастырады.

Алдағы уақытта, менің білуімше, Қазақстанда бұрын мемлекеттік кәсіпорын ретінде жұмыс жасап келген барлық БАҚ меншік нысанын өзгертеді. Мұндай жағдайда, бізде мүмкін болатын қоғамдық қорлардың, шетелдік грант берушілердің конкурстарына, т.б. қатысуға мүмкіндіктар пайда болады. Қазіргі уақытта халықаралық қорлар мен қайырымдылық қоғамдар Қазақстандағы БАҚ-тың дамуына белсенді түрде қолдау танытып жатқанымен, мемлекеттік басылымдар мұндай конкурстардан сырт қалып жатыр. Біздің билік өз пайдасына бұрып алмауы үшін, бірдеңе ойлап табу қиын. Бәрібір мемлекеттік БАҚ басымдыққа ие болып қала береді. Мүмкін оларды тарату керек шығар? Дегенмен, менің ойымша, біраз уақытқа дейін мұндай болмайды.

Нақты жарияланымдардың көлемі мен бағасын алдын ала анықтап алған соң, басылымның саясатына араласпайтындай, жұмыс жасау керек. Егер билікті сынайтын басылымда, әкімдіктің ақшасына болса да, мақтау материал жарық көрсе жаман емес қой. Оқырмандар екінші жақтың да пікірін білетін болады. Ал БАҚ жарияланымды басуға материалды түрде мүдделі болады. Жарнама беруші іздеп әлекке түспейді, өйткені олардың орнында мемлекет пен бюджет қаражаты болады.

Қазақстандағы медиа-нарықты дамыту үшін, сіздің ойыңызша, не қажет?

- Шынайы бәсекелестік
- Салықтық төлемдерді төмендету (ҚҚС-тан босату)
- Баспаханалар үшін экономикалық ынталандыру әдісін қолдану немесе салық салуды жеңілдету арқылы баспа қызметінің ақысын төмендету
- Бірқатар, әсіресе қазақ тіліндегі газеттердің бағасын төмендету. Шалғай ауыл оқырмандары үшін өте қажет. Нәтижесінде халық мәдениеті жоғарылап, әлеуметтік белсенділік арта түседі.
- Жаздырып алушыларға газет жеткізу құнын төмендету, әсіресе ауыл тұрғындары үшін. («Қазпошта» үшін дотация белгілеу секілді)
- Журналистер мен БАҚ-тың билік алдында қорғансыздығын жою
- Мемлекет БАҚ жұмысына кедергі келтірмеуі керек, баспасөзге бизнес ретінде дамуға мүмкіндік беруі қажет.
- БАҚ-тың интернет-салаға көшуі үшін редакцияны техникамен жарақтандыруды күшейту керек.
- Демпингтен бас тарту
- Компаниялардың жарнама бюджетіне жауапты адамдарды «ауыздықтандыру» тәжірибесінен бас тарту.



- БАҚ тұтынушылары – көрермендер мен оқырмандар мүддесіне басымдық беру
- Журналистердің білімін жоғарылатумен айналысу
- Мемлекет медиа-нарықта болып жатқан процестерге араласпауы керек.
- Мемлекет тарапынан БАҚ-ты реттеу жөніндегі заңнамаларды жетілдіру.
- Мәжбүрлі жаздыртуды алып тастау
- Баспасөзді инвестиция арқылы ынталандыру
- Қаладан тыс жерде тұратын азаматтарға баспасөзді алуға дотация қарастыру



Барлық БАҚ үшін дұрыс бәсекеге лайықты жағдайлар жасап, қызықсыз, танымал емес, тиімсіз БАҚ арқылы мемлекеттік тапсырыс жасауды тоқтату керек. Ақпараттық қауіпсіздікті қамтамасыз ету, тұрақтылықты қамтамасыз ету деген желеумен көбірек ақша құю керек деген сарындағы тезистермен, т.с.с. мифтік үрейлермен салық төлеушілердің қаражатын жұмсауды доғару керек.

Алдымен, барлық медиа-нарыққа еркіндік беріп, оны мемлекеттік реттеуді азайту керек. Оның үстіне, менің әріптестерім атап өткендей, Қазақстанның тәуелсіз баспасөзінің ең басты мәселесі – тиімсіз заңнама. Егер қазақстандық медиа-нарық қандай да жетістіктерімен мақтана алатын болса, бұл мемлекеттің қолдауының арқасында емес, керісінше.

БАҚ үшін басты мәселе әрқашан кадрлар мен идеялар болатын. Дайындалған, сауатты, шығармашыл кадрлар болса, идеялар да болады. Сондықтан білім беру процесін мен бірініші және басты орынға қояр едім. Олай болмаған жағдайда біз батыс БАҚ-тарынан сатып немесе көшіріп алынған түрлі шоулар мен бағдарламаларды қарап отыра береміз. Бұл бағдарламаларды, сапалы болмаса да, қанағат етіп отыра бермекпіз.

Кадр мәселесі – өзекті. Үлкен қалаларда жоғары оқу орындарында білім алған жас журналистер аймақтарға қайтып барғылары келмейді. Ертең мемлекеттік саясатты сауатты және кәсіби тұрғыда жария ететін адам қалмайды. Аймақтық БАҚ-қа курстар, семинарлар, бағдарламалар мен тәжірибе алмасу секілді оқыту шаралары керек.

Сөз бостандығы, өкінішке қарай, әртүрлі себептерге байланысты жоқ деуге болады. Билікті сынайтын,



зерттеу жүргізіп шындыққа көз жеткізетін БАҚ-қа қолдау танытып тұру керек. Сондай-ақ журналистің қорықпай, ашық жазуы үшін заңдарды қайта қарастыру керек. Бүгінде өкінішке қарай, БАҚ пен журналистер, ақпаратты айтпағанда, тіпті фотосуреттер үшін де сотта жауапкер болып шыға келеді. Тіпті суретті газетке қоюдың өзі қорқынышты болған мұндай жағдайда қалай жұмыс жасауға болады. Мәселен, «Взгляд» пен «Республика» секілді басылымдардың мемлекет тарапынан қысым көріп жатқандығы жөнінде деректер бар.

Ар-намыс, абырой мен іскерлік беделге қатысты заңдарға өзгертулер енгізу керек. Өйткені материал жарық көргеннен кейін 10-15 жыл өтсе де, сотқа беруі мүмкін. Яғни, бұл жағдайда талап қою мерзімі жоқ деген сөз. Заңнамаларға түзетулер енгізіп, талап қою мерзімін 3 жыл деп белгілеу керек.





**«ҚҰҚЫҚТЫҚ МЕДИА-ОРТАЛЫҒЫ» ҚБ ИНТЕРВЬЮГЕ
ҚАТЫСҚАН САРАПШЫЛАРҒА АЛҒЫС БІЛДІРЕДІ:**

Раукен Отыншин,

«Қазақстан-Ақтөбе» телеарнасының директоры

Екатерина Назаренко,

«Петропавловск.KZ» күнделікті газетінің бас директоры
Петропавловск

Азамат Майтанов,

«Ақ Жайық» газеті бас редакторының орынбасары, Атырау

Марина Лимаренко,

«Южный Казахстан» газетінің бас редакторы, Шымкент

Валентина Куликова,

«Собкор» ЖШС директоры («Отрар» телеарнасы, «Рабат» газеті) Шымкент

Ольга Краус,

«Новый Вестник» газетінің бас редакторы, Қарағанды

Вячеслав Коханов,

«Наша ярмарка» газетінің бас редакторы, Қарағанды

Махамбет Әуэзов,

«Деловая неделя» газеті, Алматы

Эдуард Полетаев,

«Известия-Казахстан» газеті, Алматы

Асқар Ақтілеу,

тілші, Ақтөбе

Болат Абуов,

«Тұран» газетінің бас редакторы, Атырау

Тамара Еслямова,

«Уральская неделя» газетінің бас редакторы, Орал

Федор Попов,

«Пульс города» газетінің бас редакторы, Орал

Ольга Колоколова,

«Наша газета» газетінің бас редакторы, Қостанай

Сергей Миролюбов,

«Твой шанс» ЖШС директоры, Қостанай

Елена Васильченко,

«Наша жизнь» газеті, Павлодар

Галина Никифорова,

«Голос Экибастуза» МҚМ директоры

Галина Воробьева,

«Все будет хорошо» газетінің бас редакторы, Петропавл

Лариса Сафонова,

«Новый регион» газетінің бас редакторы, Тараз

Игорь Неволин,

«Знамя труда» газетінің бас редакторы, Тараз

Наталья Денисова,

«Кому? Что?» газетінің бас редакторы, Қызылорда

Самат Ысқақов,

«Вечерняя Астана» газетінің тілшісі

Сергей Лесковский,

«Инфо-Цес» газетінің бас редакторы, Астана

Бұл жарияланым Қазақстандағы Ұлыбритания елшілігінің техникалық қолдауымен әзірленді. Жарияланымдағы материалдардың елшіліктің ресми көзқарасын білдіруі міндетті емес.



THE RESULTS OF EXPERT SURVEY OF EDITORS AND MASS MEDIA OWNERS IN REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

The main aim:

to have a picture of state order distribution for realization of information policy in mass media; to find out the attitude of subject specialists towards the existing system; to bring to light main problems which periodicals face with in implementing the state order for state informational policy realization in Mass media field.

The survey carrying out period:

February – May 2012

Participants:

Editors of regional and republic periodicals.

The survey was conducted by Public Fund “Media Center” and coordinators in 14 regions of Kazakhstan in the period of February – May 2012. There were 23 persons among them chief editors, owners of regional and republic periodicals participated in the survey. All participants answered 10 questions of the questionnaire.

1

Has your periodical ever got the state order for informational policy realization?

15 Receive state order



5 Don't receive state order



1 Only for document publishing



2 Participate in state order but no result





«In spite of the fact that we yearly participate in tendering process of state politics in mass media state orders are given to other news papers but not to us. The reason of why this happens is that family and clan relations prevail over professionalism and such cases could be seen everywhere. State orders are received by editors who have relatives even could be distant but working in local city or region administration».

«A few years ago our edition decided to participate in state order initiated by department of internal policy as an experiment. State order's amount was about 2 000 000 kzt. After this very experiment I have decided not to participate in state order any more».

«To my mind the state order as it is now seems to be uneffective and illegal execution of the budget. The way of tendering and the aims put before mass media which considers to be a winner is not bringing any value to authorities and society. The tendering includes not actual themes which are not interesting for the audience».

«The state order we first receive in 2010 for the amount of 1 300 000 kzt. 15 years before we haven't received any state budget because we were working as mixed form property organization. IN 2011 we received 3 300 000 kzt with the profit 3 500 000 kzt at the end of the year. In 2012 we got subsidies for 5 000 000 kzt from internal policy department»



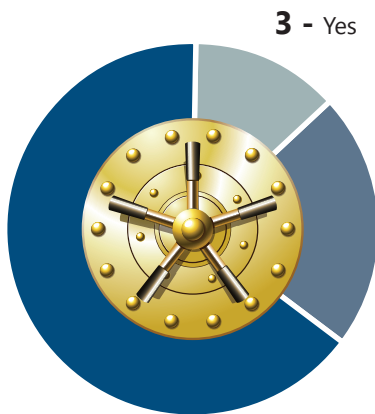
2

Is the money from the state order the only income source for your edition?

Majority of the respondents claimed that state order is not the only source of income. Generally state order build from 3 up to 30% from total amount of income. Among additional sources of income the respondents stated the following: income from advertisement; income from retail selling of circulation; income from subscription; grants and advertisement.

Only 3 editions stated that state order is the only income source. 3 editions admitted state order as essential but not the only one.

5 - Essential but not main (advertisement, retails, subscription, announcement, grants)



3 - Yes

15 - No



«State order is the only income for us. It is difficult for serious edition to be cost effective in the modern market. Our edition is not an entertainment type thus our audience is wide but limited. WE publish very interesting and important for the city information. In spite of the fact that edition contains advertisement pages, the income from advertisement does not cover all expenditures related to running of edition».

«If state order is the only source of income this means the only one thing – edition is unsustainable and artificial. Edition working at full capacity should not be depended only on state order. Our LLC consists of TV channel, 2 news papers, 2 web sites . total income from state order hardly reaches 13% from total income amount. But the meaning of income in this case considered to be qualifying. Unfortunately we don't have any income. As the expenditures for publishing high quality product take all income from advertisement, subscription and other services. Due to the fact that we don't economize on expenditures for journalistic works such as gathering, analyzing and processing of the information, journalistic investigation; professional development; technical support and etc. In the result we have a good image and are attractive for companies, partners represented by state bodies and grant donors».

«Due to the existing norms and requirements to state organizations and our organization belongs to this category, the amount of state order from total budget of organization should not be more than 25%. Usually we are in this frames. That is why financial income from state order can not be the only income for us. As from the other sources we have 75% of income».

3

What problems have you faced with while implementing state information policy in mass media?



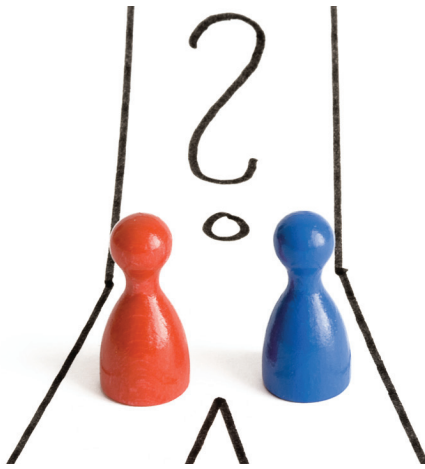
6

Problems don't
exist at all



17

Problems
exist



Problems wich editors and periodicals face with:

- *Late time schedule oa tendering processes leads to fast execution of the budget. Huge amount of work which should be done during the year we have to do in a short period of time..*
- *Information publishees ezy to state order is not always interesting and attractive for the audience.*
- *Too many audits from state bodies.*
- *The requirement of the contractor to publisg materilas which are not included into the tendering list.*
- *Wrong understanding of the terminology "Informational policy". State authorities opinion is to publish only positive things and good appraisals towards the executive branch. Objective criticism is considered to be nonfulfillment of obligations».*
- *One way interpreting of the President's strategy.*

4

Have you ever participated in the tender related to implementation of state policy in mass media? If the answer is Yes but you didn't win the tender than what the reasons of your failure are to your opinion? If you didn't participate than explain why?





Hamy not ever participated because of the following reasons:

- *not having a wish to be under state bodies pressure in the field of creativity and finance.*
- *The prices for materilas are less than they are in the market*
- *state order makes journalistic work complicated*
- *state order is repacked way to pay for mass media locality.*
- *participation in such tenders means absolute loyalty towards public servants who organize, conduct, control and approve the tendering process and besides towards the other officials who can influence the process*

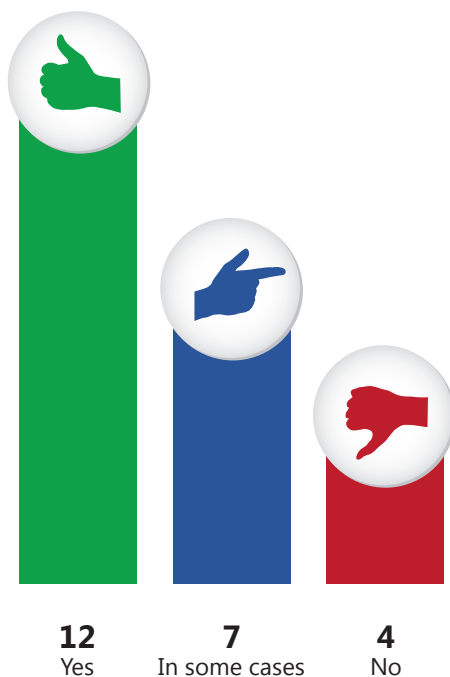


We have participated because of the following reasons:

- *advertisement market became narrow and we cant choose advetisers.*
- *we represent regional TV channel which is implementing President's policy.*
- *subsidies are needed.*

5

**Do you think mass media in Kazakhstan needs state financial support?
And what for?**





The support from the state is needed because of the following reasons:

- *To publish laws, different legislative acts, legislative amendments, besides to broadcast political events such as parties conventions, meeting of the Government and etc.*
- *to be available to distant regions (service delivering support)*
- *To save mass media in regions as a result to keep working places*
- *to spread agitation and information to the society*
- *to keep the balance in mass media market with the aim to have objective informational channels to be perceived by the audience.*
- *to support financially to keep the acceptable price for the audience as the density of population is low and the first cost of the edition is high.*
- *to develop web sites, news papers, TV channels to deliver information in Kazakh language.*

The support from the state is not needed because of the following:

- *Newspaper should be self-financing*
- *state order is difficult to consider as a support as in the result it's just commercial relations and the advertisement of the state.*
- *Mass media should be developed as business.*

Support is needed and could be in the following cases:

- *only as tax remissions (VAT abolishment)*
- *grants*
- *improvement of legislation in mass media field.*
- *staff development*
- *«one source» methodology applying (taking into consideration specific themes of defined region)*

What way of the state support do you consider the most effective one (state order, dotations or other)? Why?



- *State order*
- *Direct donations to mass media (experience from the soviet times)*
- *To place an order in all mass media without any exception*
- *Grants*
- *State order for publishing only official documents*
- *Financing state newspapers*
- *Economical ways of support such as immunity of editions which are considered to be not advertising (less than 40% of advertisement) or decreasing % of VAT.*

What are the weaknesses of the existing state system of mass media funding?

- state order is given to editions expressing state authorities opinion on preliminary agreement base.
- No transparency at all
- selectivity and ineffectiveness of partners choosing process.
- the list of themes to be published is compiled at the beginning of the year and became not actual and new for the audience.
- very strict technical requirements and design standards to editions.
- dotations influence to competitive environment and destroys mass media market.
- bureaucratic tendering processes.
- corruption
- electronic tendering
- not an equal chances for all participants
- the main criteria is price in spite of the thing that journalism should be creative and intelligent.
- the level of edition, it's circulation is not taken into consideration.
- there is no motivation for journalists to work as they have to write what is asked but not the truth.
- compulsory subscription to editions which receive state orders.



The audience buy such editions seldom on voluntary base. That's why officials make people who receive state subsidies and everyone who depends on administrations buy yearly subscription for edition which is uncompetitive. Sometimes subscription is for edition in Kazakh language which person could not even read. The destiny of such newspaper is to be burnt in the fireplace but not to be read by the audience. That's why state policy is not spread to the audience. Besides people feel negativity towards editions which they buy unwillingly and towards local administrations.

In its existing way the state support is considered to be financing of editions which are loyal to city administration or dependant on city administration opinion. All this is masked under tendering process. If only tendering process have been loyal and transparent we would have seen more editions receiving state support. But in reality state support receive editions established by state authorities. It's very obvious that this could be done if the organizing authority breaks laws. Besides if take into consideration that all state mass media publish circulation on money get from unwilling subscription it turns out the state authorities receive taxes twice from population. And this is illegal and unethical. Instead of motivating competitive market and small business, state discourages editions.

The disadvantage is the only one and very obvious: state financing is aimed to make worth healthy competitive environment and building unequal conditions for mass media. IN the result the state pays for establishing state owned editions.

State order would be received through tendering process and finally would be given to the ones who will give lower prices. Either professional level of edition no circulation is considered.

In reality any kind of dotations, state orders are aimed not for development but for limiting the work of mass media. I have already mentioned about thy way how contractors treat the criticism. If we publish criticism we are not allowed to receive

any subsidies. And from this very point we can observe the wrong perception of President's policy. Actually we publish material not to show criticism but to distribute objectivity of the situation. I am not talking about the cases when criticism is used for reaching certain aims. But with such companies is easy to fight with when the journalism is objective and developed.



The main disadvantage of existing state financing system lays in the way of distributing the money. The state subsidies are given to the editions which belong to state authorities or in case if you have relatives in city administration. If chief editor has relative in city administration the edition will receive money every year and in case you have no relative in city administration you can get subsidies at least once in 5 years or never at all. One more disadvantage in financing by the state is under the table payments: if you receive grant you have to share with state authorities or a certain person.

Actually without any criticism and censor all officials live starting from the level of the heads of regional departments and their deputies, city administration and everyone who are in any relations with state authorities. They are considered to be untouchable. In this very situation what should regional, professional news paper write about? About the heads of cooperative of apartment owners who steal money from population or about policemen protecting pilferer?

This is very corruptional, ineffective, nontransparent system of state money distributing if looking from planned and measured results. Neither society nor state does not solve serious problems in state orders distribution process. Who receives profits in this situation? Lobby members of former party news papers, their owners where such news papers became private. If we start analyzing what is inside such editions we could observe high salaries of management level, expensive cars but no money goes for improvement of resource base such as establishing printing houses, investments in property and circulation of editions. Money is spent for nothing. Final benefits get the state representatives and their relatives who influence state order distribution and establishing the editorial policy of the local news papers.

To your opinion what ways should be applied to improve mass media system of financing?

In the ways of financing:

- to build direct system of delivering state subsidies without tendering processes.

 *To my opinion in case we get rid of tendering process life becomes easier not only for editions but also for state bodies and public members.*

- to finance a certain categories of mass media market such as Kazakh language editions and editions publishing in national minorities languages.

- to establish copetative national news paper for spreading official information.

 *To establish «Parlamentskyi vestnik» or similar type of edition which could be financed by the state and will deliver information about the daily work of Parliament.*

In tendering process:

- To make a reform in tendering policy administration field.

 *Its needed to separate state order for mass media and to put as an administrator not only the department of internal policy but to include other departments. IN tendering list there are such them as "Healthy life", "Health protection", business issues and ets\c. The internal policy department does not have any knowledge in above mentioned spheres. But at the same time they are ordering these topics.*

It is necessary that each department would form it's state order for publishing. Only in this case we would come to effective informational work.

The main aim is to ensure subjective financing of the appropriate informational field with right understanding



of the results. So that in the chain order – service provider – receiver (state body – edition-audience) each part will work with maximum efforts, responsibility, productivity being interested in reaching quality results.

Unfortunately in existing situation with uncertain tendering orders, specific themes of the contractor we can not to see the effect from any state orders.

- to exclude from the list PR type topics.

The topics of the tender should be interesting for the audience but not for the state authorities.

General:

- To conduct tender in December so we could plan our work in time and effectively.
- to ask population to vote for edition to be financed.
- To stimulate free market.

Any kind of improvement in mass media sector could be reached under open market conditions. We need freedom in publishing information, take out state editions from state subsidizing and we would be able to reach competitive and healthy media field which we can only dream about.

- To make tendering transparent and honest.

Requirements to mass media should be in the frames of the contract but should not become a controlling tool under public and political parts of the news papers. State could buy advertisement places for publishing materials in informational policy frames.

What kind of alternative financial state resources could be applied to mass media?

- Social advertisement from national large companies..
- subsidies for publishing.
- tax decreasing
- Financing in the type of creative scholarship for individuals (Journalists) for conducting actual investigations which require time and resources.
- To give one time dotation (credit) for establishing and development new editions in those regions where there is no competitive market at all (regions, villages)
- Grants from different foundations and NGOs.





These kind of grants are much more effective, transparent and helps to develop the culture of mass media and needs of the society.

IN the nearest future mass media owned by the state will change the form of ownership. IN this case we will have opportunity to participate in tendering of different public foundations, foreign grat givers. In spite of the support given by international funds and chrity organization to mass media development in Kazakhstan we still observe the situation when state editions win these tendering procedures.

Its hard to creat something which could be not under state power. Anyway we think state editions will be privileged. May be we need to close them up. But everyone understands that this situation will never be true to life.

It's necessary to work with news papers when the value and the price is put into the contract and no need to interfere into the overall policy of the edition. It would be good if in edition which criticize city administration we will publish complimentary article from city administration even it's paid article. Readers could see different points of view and editions would be interested in publishing such materials. Editions would have no need to serach for advertesment givers as in their roles it would be state and state subsidies.

What do we need to develop media market in Kazakhstan?

- Honest competitive market
- lower taxes (release from VAT)
- To use economical types of motivation for printing houses or to decrease prices for printing news papers due to flexible tax system.
- To make cheap prices for news papers especially in local language whci is very actual for village populatin. Result is the increase of cultural level of population and social activity.
- To decrease subscription prices especially for village population (could be donations to "KAZpochta"
- To strengthen protection of journalistsand mass media before state power.
- State should give mass media the opportunity to develop as business.
- to strengthen technical equipment of the editors office to inable mass ,edia to work via Internet.
- price dampening impact recession,
- get rid of practice "undertable money" for advertisement budget responsible officilas.



- to focus on audience – readers.
- to develop skills of journalists.
- not to interfere into the processes of media market.
- to develop laws in regulation mass media by the state.
- To exclude unwilling subscription
- To motivate mass media through investments
- dotations for locals who lives far from the big cities to receive periodicals.



It's nessecary to build coptetitive market for mass media and take state money from uninteresting, unpopular editions which parasite on tax money proving that by explanatiions such as nessecity to invest more for building informational security, providing stability and other mythic dangers.

First of all its nessecary to make mass media market free from the state regulations. Besides as mentioned by my colleagues the main problem of mass media is unef-fective legal base. If media market in Kazakhstan could show for itselfnot due to the support from the state but in defiance of it.

Main priorities for mass media always were and are staff and ideas. If we have professional staff we will have new ideas. Thus the educational and development level of staff I put on the first place. In opposite case we will continue watching show and programmes copied from the wets and not of the good quality.

Staff issue is the mian issue. Young journalists who study in big cities never return back to regions. Tomorrow we will not have professional staff to deliver state policy to society. Regional mass media needs development meas-ures such as seminars, programmes, experience echange.

Liberty of speech we don't have to some reasons. We need to motivate editions which are ready to serach for the truth, ready to criticize power, Besides we need to reform legal base sos that journalist could write openly



without any fear. Today many journalists became defendants into law suits for photos and information. How can we work in such conditions if we are afraid of publishing photos. There are some facts when news papers are under pressure of state such news papers as Vzglyad, Respublika.

There is a need to take amendments to the law concerning honour protection, dignity and reputation. Journalists are often perform as defendants in such cases. There are some facts when someone files a lawsuit to journalist after 10-15 years of publishing. There is no period of limitation in such cases. There is a need to take amendments and establish 3 years period of limitation.





PUBLIC FOUNDATION "LEGAL MEDIA CENTER"
IS THANKFUL TO THE EXPERTS WHO
PARTICIPATED IN THE INTERVIEW:

Rauken Otyshin,
TV channel Director «Kazakhstan-Aktobe»

Ekaterina Nazarenko,
chief editor of weekly publication "Petropavlovsk. KZ",
Petropavlovsk.

Azamat Maitanov,
deputy of chief editor, news paper «AK Zhaiyk» Atyrau

Marina Limarenko,
chief editor of the news paper «Yuzhnyi Kazakhstan»
Shymkent

Valentina kulikova,
director LLP «Sobkor» (TV channel «Otrar», news paper «Rabat»)
Shymkent

Olga Kraus,
chief editor of the news paper «Novyi Vestnik» Karaganda

Vyacheslav Kohanov,
chief editor of the news paper «Nasha Yarmarka», Karaganda

Makhambet Auezov,
newspaper «Delovaya Nedelya» Almay

Eduard Poletayev ,
news paper «Izvestiya-Kazakshtan» Almaty

Askar Aktleuov,
journalist, Aktobe

Bolat Abuov,
chief editor of the news paper «Turan» Atyrau

Tamara Yeslyamova,

Chief editor of the news paper «Uralskaya nedalya» Uralsk

Fedor Popov,

chief editor «Puls goroda» Uralsk

Olga Kolokolova,

chief editor «Nasha gazeta» Kostanay

Sergey Miroljubov,

director LLP «Tvoy shans» Kostanay

Елена Васильченко,

газета «Наша жизнь» Павлодар

Galina Nikiforova,

director «Golos Ekibastuza»

Galina Vorobyeva,

chief editor «Vse budet horosho» Petropavlovsk

Larissa Safonova,

chief editor «Novyi region» Taraz

Igor nevolin,

chief editor «Znamya truda» Taraz

Natalya Denisova,

chief editor of the news paper «Komu? Chto?» Kzyl-Orda

Samat iskakov,

Journalist "Vechernya Astana"

Sergey Lisovsky,

chief editor "Info tsess"

This publication is published with the technical assistance of the British Embassy to Kazakhstan and Kyrgyzstan. It does not necessarily reflect the official views of the Embassy.