

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

«МАСС-МЕДИА КАЗАХСТАНА:
КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ, ВОЗМОЖНОСТИ,
ПОТРЕБНОСТИ И РИСКИ»

ЗЕРТТЕУ НӘТИЖЕЛЕРІ

«ҚАЗАҚСТАН МАСС-МЕДИАСЫ:
НЕГІЗГІ ОЙЫНШЫЛАР, МҮМКІНДІКТЕР,
ҚАЖЕТТІЛІКТЕР МЕН ҚАУІП-ҚАТЕРЛЕР»

RESULTS OF RESEARCH

«KAZAKHSTAN MASS MEDIA:
KEY PARTICIPANTS, POSSIBILITIES,
NEEDS AND RISKS»

УДК 070
ББК 76.0

Р34 Руководитель проекта, редактор-составитель: Вячеслав Абрамов
Дизайн/верстка: Светлана Грудницкая

Р34 Результаты исследования «Масс-медиа Казахстана: ключевые игроки, возможности, потребности и риски»/ сост. В. Абрамов – Алматы, 2009.

ISBN 9965-9860-9-6

Исследование «Масс-медиа Казахстана: ключевые игроки, возможности, потребности и риски» охватило 10 регионов Казахстана. Основными целями исследования было определение ключевых потребностей для развития масс-медиа в республике, основных рисков для СМИ, представление рекомендаций для медийного и донорского сообщества, государственных органов и медиа-структур. В исследовании приняло участие около 350 журналистов, редакторов, собственников СМИ, издателей, представителей государственных органов, неправительственных организаций, государственных и частных учебных заведений, готовящих журналистов.

Исследование «Масс-медиа Казахстана: ключевые игроки, возможности, потребности и риски» было проведено в 2009 году Международным центром журналистики MediaNet при поддержке Фонда Сорос-Казахстан. Результаты и выводы исследования не обязательно отражают точку зрения его авторов, а также Фонда Сорос-Казахстан, но являются результатом обзора мнений, собранных в ходе работы над проектом.

УДК 070
ББК 76.0

P 4501000000
00(05)-08

ISBN 9965-9860-9-6

© Международный центр журналистики MediaNet
© Фонд Сорос-Казахстан

СОДЕРЖАНИЕ / МАЗМҰНЫ / CONTENTS

04 Введение

- 06..... Медийный ландшафт Казахстана
- 11..... Развитие масс-медиа
- 13..... Свобода и независимость масс-медиа
- 16..... Влиятельность средств массовой информации
- 18..... Доступ к информации
- 20..... Подготовка журналистов
- 21..... Законодательство о СМИ
- 23..... Саморегулирование средств массовой информации
- 26..... Потребности масс-медиа
- 28..... Ключевые риски для масс-медиа
- 29..... Рекомендации

32 Кіріспе

- 34..... Қазақстанның медиа көрінісі
- 39..... Масс-медиаың дамуы
- 41..... Масс-медиаың еркіндігі мен тәуелсіздігі
- 44..... Бұқаралық ақпарат құралдарының ықпалдылығы
- 46..... Ақпарат алуға қол жеткізу жолдары
- 48..... Журналистерді дайындау
- 49..... БАҚ туралы заң
- 51..... Бұқаралық ақпарат құралдарының өзін-өзі қадағалауы
- 54..... Масс-медиа қажеттіліктері
- 56..... Масс-медиаың негізгі мәселелері мен қатерлері
- 57..... Ұсыныстар

60 Introduction

- 62..... The media landscape of Kazakhstan
- 67..... Development of mass media in Kazakhstan
- 69..... Freedom and independence of mass media
- 71..... Influence of mass media
- 73..... Access to information
- 75..... Preparation and additional training of journalists
- 76..... The legislation on mass-media
- 78..... Self-regulation of mass media
- 81..... Needs of mass media
- 83..... Key risks for mass media
- 84..... Recommendations

ВВЕДЕНИЕ

Исследование «Масс-медиа Казахстана: ключевые игроки, возможности, потребности и риски» было проведено в 2009 году Международным центром журналистики MediaNet при поддержке Фонда Сорос-Казахстан. Исследование охватило 10 регионов Казахстана (Алматы, Астана, Акмолинская, Актюбинская, Алматинская, Атырауская, Восточно-Казахстанская, Жамбылская, Карагандинская, Костанайская, Северо-Казахстанская, Южно-Казахстанская области).

Основными целями исследования было определение ключевых потребностей для развития масс-медиа в республике, основных рисков для СМИ, представление рекомендаций для медийного и донорского сообщества, государственных органов и медиа-структур.

В исследовании приняло участие около 350-ти журналистов, редакторов, собственников СМИ, издателей, представителей государственных органов, неправительственных организаций, государственных и частных учебных заведений, готовящих журналистов.

Исследование проходило в три этапа:

- в ходе первого этапа собиралась и обрабатывалась информация о ключевых игроках на рынке масс-медиа – печатных и электронных изданиях республиканского и регионального уровня;

- на втором этапе было проведено более 280-ти интервью с журналистами, редакторами, собственниками СМИ, издателями, представителями вузов, госорганов и НПО в 10-ти регионах Казахстана; было также получено по электронной почте и обратно около 70 кратких анкет от региональных журналистов;

- третий этап был посвящен обработке и анализу информации и подготовке рекомендаций.

В ходе исследования его авторы пользовались открытыми источниками информации, базами данных государственных органов, данными средств массовой информации. Все представленные в итоговом документе выдержки из интервью публикуются на анонимной основе.

Основными результатами исследования, которое стало одним из наиболее масштабных обзоров деятельности СМИ в республике за последние годы, можно назвать:

- исследование фактически представляет собой коллективный портрет масс-медиа республики – журналисты глазами журналистов; при этом репортеры и редакторы в рамках исследования представляют свой взгляд на существующие проблемы и решения, которые могут быть использованы для развития СМИ;

- исследование зафиксировало ключевые проблемы медиа-сообщества, существующие в настоящее время;

- определены также основные потребности масс-медиа, которые, прежде всего, сосредоточены в экономической и творческой областях;

- выявлены ключевые риски для масс-медиа.

Анализ проблем, потребностей, возможностей и рисков позволяет скорректировать направления поддержки СМИ и программ помощи им со стороны медийных организаций и донорского сообщества. Это также улучшит понимание ситуации в сфере масс-медиа у журналистов и редакторов и других заинтересованных сторон – государственных органов, НПО, вузов, международных и местных медийных структур.

Итоговый документ является обзором ключевых выводов исследования, разделенных по блокам, в соответствии с теми вопросами, которые были охвачены. В документе также представлены обзор медийного ландшафта страны и рекомендации, подготовленные по результатам исследования.

Результаты и выводы исследования не обязательно отражают точку зрения его авторов, а также Фонда Сорос-Казахстан, но являются результатом обзора мнений, собранных в ходе работы над проектом.

МЕДИЙНЫЙ ЛАНДШАФТ КАЗАХСТАНА

Масс-медиа в Казахстане

В Казахстане действует свыше 2970 зарегистрированных средств массовой информации, из которых более 200 – электронные¹. Масс-медиа сосредоточены преимущественно в крупных городах – столице, Алматы и областных центрах. При этом по-прежнему существует практика издания районных малотиражных газет.

Основная масса изданий (более 85-90%) в Казахстане являются негосударственными. Государственные издания действуют во всех регионах страны при поддержке местных акиматов (исполнительные органы власти) и маслихатов (представительные органы власти). В Астане и Алматы издается несколько государственных республиканских газет и журналов, ведут вещание республиканские государственные телевизионные и радиостанции.

При этом, несмотря на официальную статистику, демонстрирующую, что большинство изданий в Казахстане являются независимыми, основная масса СМИ является лояльной власти из-за близости к ней владельцев масс-медиа, получения изданиями государственных средств и других причин.

В последние годы также распространена практика размещения в СМИ, независимо от формы их собственности, государственного социального заказа – государственные органы, республиканские и местные, объявляют конкурсы на размещение социально значимой информации по различным темам в СМИ. Масс-медиа направляют заявки на конкурс, победителями которых, как правило, становятся лояльные власти издания. В 2009 году только по линии министерства культуры и информации Казахстана в рамках государственного соцзаказа СМИ получили порядка 1,1 млрд. тенге (7,3 млн. долларов США)². При этом одни и те же издания являются получателями заказа на проведения государственной информационной политики из года в год.

Собственниками средств массовой информации в Казахстане часто являются коммерческие корпорации, финансово-промышленные группы, в регионах чаще – крупные и средние бизнесмены. Как правило, собственники не раскрывают данных о том, что они являются владельцами СМИ: этом официальными собственниками являются частные компании, либо посредники.

В республике действует несколько крупных медиа-холдингов, владельцами которых являются финансово-промышленные группы, либо крупные бизнесмены. Объединены в холдинги также государственные средства массовой информации (холдинг «Арна медиа» - телеканалы «Хабар», «Ел Арна», «Казахстан», CaspioNet, радиостанции «Казахское радио», «Хабар», «Шалкар», газеты «Казахстанская правда», «Егемен Казакстан», информационное агентство «Казин-

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

2. Данные получены на сайте министерства культуры и информации Республики Казахстан.

форм» и другие), а также масс-медиа, которые владеет правящая партия «Нур Отан» (телеканал «Астан», радиостанции NS и РДВ, газеты «Литер», «Айкын», «Туркестан» и другие). Другие холдинги не являются формальными структурами.

В Казахстане широко распространено деление на провластные и оппозиционные средства массовой информации, при этом к последним относится не более 10 газет, которые издаются при поддержке оппозиционных партий и активистов. В стране практически отсутствуют нейтральные СМИ – характерна поддержка той или иной политической или финансовой группы, что прослеживается по публикациям и их тональности. Либо СМИ исповедуют аполитичный ракурс, стараясь дистанцироваться от опасных тем.

Несмотря на предпринимаемые усилия, не уменьшается разрыв между казахско- и русскоязычными масс-медиа республики, которые в последние годы существуют практически как в параллельных мирах. СМИ, выходящие на двух основных языках страны, не взаимодействуют и не сотрудничают, за исключением тех издательств, которые имеют газеты, либо журналы на казахском и русском языках. Но даже в этих редакциях сотрудничество между русско- и казахскоязычными журналистами минимально.

Это отражается и на содержании изданий, которое временами может быть противоположным – СМИ, издающиеся на казахском языке, не рассказывают о тех проблемах, о которых пишут русскоязычные издания, и наоборот. Это в последствии приводит к худшему или даже противоречивому информированию населения и возрастает непониманию языковых групп.

Кроме того, наблюдается диссонанс в тематических предпочтениях казахско- и русскоязычных СМИ, в ракурсах при освещении, в уровне профессионализма.

Республиканские масс-медиа

Не менее четверти всех издающихся в Казахстане средств массовой информации являются республиканскими. Печатные масс-медиа распространяются через государственные и частные сети распространения, электронные СМИ пользуются государственными эфирными сетями, в активную практику входит также распространение вещания через кабельные сети и спутник.

Менее 10 эфирных телеканалов в Казахстане охватывают вещание более половины жителей республики (государственные телеканалы «Хабар», «Казахстан» и «Ел Арна», частные КТК, НТК, «Рахат», «Седьмой канал», «Астана» и 31 канал). Примерно половина из них вещает из Астаны, остальные – из Алматы.

Большинство республиканских печатных СМИ имеют центральные офисы в Алматы и печатаются в крупных типографиях Алматы и регионов (преимущественно, Караганда, Актобе, Шымкент).

Подавляющее большинство республиканских средств массовой информации позиционируют себя как общественно-политические, то есть универсальные, освещающие практически все темы, в республике действует порядка 20 широко известных деловых изданий (газеты и журналы).

В Казахстане действует, по официальным данным, более 10 информационных агентств. При этом крупными является пять агентств, большинство из которых имеет центральные офисы в Алматы (за исключением государственного «Казинформ» и совместного российско-казахстанского агентства «Новости-Казахстан»).

Все республиканские печатные и электронные издания имеют крупные корпункты в Астаны и сеть стрингеров (внештатных корреспондентов) в большинстве регионов Казахстана, при этом лишь несколько изданий имеют корреспондентов за рубежом.

Региональные масс-медиа

Во всех регионах Казахстана действуют в общей сложности не менее 50 государственных и частных средств массовой информации. При этом в ряде регионов количество печатных и электронных СМИ значительно превышает существующее число СМИ в других регионах. Это во многом зависит от количества населения и сосредоточенности в регионе групп влияния (крупные финансовые группы, предприятия, бизнес), которые, как правило, являются владельцами местных СМИ.

Так, регионами-лидерами по числу СМИ в Казахстане являются Карагандинская, Павлодарская, Актюбинская, Южно-Казахстанская, Восточно-Казахстанская и Атырауская области¹, где сосредоточены многие издания, известные своим профессионализмом и влиятельностью не только в этих регионах, но и за их пределами.

Аутсайдерами по числу СМИ являются Кызылординская и Северо-Казахстанская области, где масс-медиа значительно меньше, чем в других регионах, что объясняется, в том числе, и меньшим числом жителей по сравнению с другими областями.

В республике в последние годы очевидно разделение регионов и масс-медиа, в них издающихся, по языковому принципу. В южных и западных регионах страны значительно больше газет, выходящих на казахском языке, в северных, центральных и восточных – на русском языке. При этом в ряде регионов (например, Кызылординская область) телевизионное вещание также ведется преимущественно

1. Анализ открытых источников – базы данных, информация государственных органов и НПО.

на государственном языке, поскольку это является потребностью жителей, в основном, этнических казахов.

На республиканском уровне среди печатных изданий пока сохраняется лидерство русскоязычных изданий, число которых превышает количество газет и журналов, выходящих на казахском языке. Однако с середины 2000-х годов отмечается тенденция к росту изданий на казахском языке и сокращению – на русском, что вызвано увеличением числа граждан, говорящих на государственном языке.

Интернет-медиа

В республике, по данным на 2008 год, порядка 14% населения являются пользователями Интернета¹. С ростом числа интернет-пользователей отмечается также увеличение количества интернет-изданий. При этом большинство из них позиционирует себя как информационно-развлекательные, нежели как общественно-политические.

Популярными также являются интернет-версии печатных изданий (например, газеты «Время», «Литер»). Газеты, как правило, не готовят специальных материалов для онлайн-версии, ограничиваясь размещением тех же материалов, что были опубликованы в печатной версии. Читателей при этом привлекает возможность комментирования статей.

Значительно возросла популярность интернет-ресурсов, которые действуют на протяжении 5 и более лет, и занимаются сбором и распространением новостей и аналитических материалов о ситуации в Казахстане и за его пределами.

В течение двух последних лет увеличивается также число блоггеров – авторов сетевых дневников. Новые блоги открываются в настоящее время как на ранее известных ресурсах, таких как LiveJournal.com (его популярность падает в связи с постоянной блокировкой в Казахстане с октября 2008 года) или LiveInternet, но и на местных ресурсах, открытых относительно недавно. Большинство сетевых изданий посвящено житейским проблемам и событиям, реже авторы дневников высказываются о политике и экономике.

Крен в сторону развлекательного содержания отмечается у большинства интернет-ресурсов в Казахстане, что можно объяснить запросом со стороны пользователей, основную массу которых составляет молодежь, а также популярностью уже действующих общественно-политических ресурсов, конкурировать с которыми, вероятно, представляется достаточно сложной задачей.

После принятия в Казахстане в августе 2009 года после бурных дебатов вокруг поправок в законодательство об информационно-

1. Данные агентства по информатизации и связи Республики Казахстан.

коммуникативных сетях (закон об интернете) сильны опасения о возможном введении цензуры в Интернете, что косвенно подтверждается введением на многих ресурсах премодерации, увеличением числа модераторов и строгостью регистрации и отправки сообщений и комментариев на сайтах. Вместе с тем пока невозможно судить о том, насколько принятие нового закона отрицательно скажется на активности блогеров – гражданских журналистов, - которые и до введения поправок были достаточно сдержанны в описании политических событий в стране.

Медийные организации

В Казахстане действует более 15 активных республиканских и региональных неправительственных организаций, которые провозглашают своей миссией содействие развитию свободы слова и средств массовой информации.

Медийные организации оказывают юридическую помощь журналистам (Международный фонд защиты свободы слова «Адил соз», фонд MEDIALIFE в Караганде и другие), реализуют тренинговые программы, направленные на повышение квалификации журналистов (Международный центр журналистики MediaNet, «Интерньюс-Казахстан», Северо-Казахстанский правовой медиа-центр и другие). Как правило, организации реализуют сразу несколько проектов по различным направлениям.

В Казахстане нет профессионального союза журналистов, который бы был сосредоточен на отстаивании трудовых прав журналистов. В республике действует профессиональная ассоциация работников масс-медиа – Союз журналистов Казахстана, а также организация, объединяющая электронные СМИ – Национальная ассоциация телерадиовещателей. В Казахстане также работает ряд международных неправительственных медийных организаций – представительства Internews Network, Institute for War and Peace Reporting (IWPR) и другие.

Большинство НПО действует на средства грантов местных и международных донорских организаций, таких как Фонд Сорос-Казахстан, Центр ОБСЕ в Астане, Фонд имени Фридриха Эберта, посольства Великобритании, США, Нидерландов, ЮСАИД и другие. Медийные организации в регионах также участвуют в конкурсах на получение государственного социального заказа, что реже практикуют республиканские организации.

РАЗВИТИЕ МАСС-МЕДИА В КАЗАХСТАНЕ

Масс-медиа Казахстана бурно прогрессировали в начале 1990-х годов, после обретения страной независимости. Ежегодно открывались новые издания, которые старались завоевать читателя яркими материалами и новыми формами журналистики. До нынешнего момента большинство тех изданий уже закрылось, при этом осталось несколько наиболее ярких, которые в свое время олицетворяли независимую журналистику Казахстана, например, газета «Караван», которая претерпела множество изменений и смен владельцев с 1991 года, когда она начала издаваться.

В конце 1990-х закрылось множество независимых телевизионных и радиостанций, которые были популярны и являлись независимыми критиками правительства. С этого момента, когда на их месте либо появились новые электронные СМИ, либо старые были изменены кардинальным образом, телевидение и радио Казахстана практически перестало считаться независимым и критичным.

В ходе исследования выяснялось, как менялись, по мнению работников СМИ, представителей госорганов и неправительственных организаций, преподавателей вузов, масс-медиа в последние три-пять лет. Большинство опрошенных сошлись во мнениях, что значительных изменений в СМИ не происходило.

Более половины опрошенных (53%) указали, что они не наблюдали развития средств массовой информации в Казахстане. Среди основных причин называется отсутствие достаточного финансирования, а также достаточно жесткие рамки, в которые поставлены журналисты.

«СМИ слабо развиваются. Явно виден недостаток качественных СМИ. Нет условий, чтобы развитие было сильным. На телевидении и радио наблюдается регресс»¹.

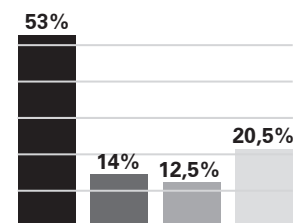
«СМИ находятся продолжительное время на одном уровне. Где-то наблюдается регресс, потому что общество становится все более и более закрытым».

«Государственные СМИ находятся на одном уровне развития, потому что там идет координация».

«Журналистам государственных СМИ не нужно заниматься своими профессиональными обязанностями, то есть искать правду и давать объективные материалы. Нужно только выполнять указания руководства и давать положительные материалы о государстве, власти, чиновниках. Поэтому и журналисты деградируют в профессиональном плане».

При этом опрошенные разделились примерно поровну в оценке того, как будут развиваться СМИ в ближайшие годы. Так, чуть более половины считает, что масс-медиа будут развиваться, демонстрировать

Развитие СМИ



- СМИ не развивались
- Развитие СМИ было незначительным
- СМИ развивались
- В СМИ происходил регресс

1. Здесь и далее – цитаты из индивидуальных интервью и фокус-групп, проведенных в ходе исследования.

новые интересные подходы к подаче материала, чуть менее половины не ожидают значительного прогресса в СМИ. И те и другие сходятся во мнениях, что на развитие СМИ будут влиять два фактора: финансовый и политический.

Так, многие редакторы и собственники СМИ указывали, что были вынуждены свернуть новые проекты, отказаться от планов по развитию своих масс-медиа в связи с серьезным сокращением объема рекламы и финансирования по сравнению с предыдущими годами. Часть редакторов и собственников отметила, что готовы внедрять новые идеи после того, как будут уверены в возвращении прежних объемов рекламы.

Журналисты и редакторы также подчеркивали, что развитие масс-медиа серьезно зависит от политической ситуации в стране и готовности государственных органов предоставлять СМИ больше свободы.

Редакторы называли тревожной тенденцию к большему контролю масс-медиа со стороны государства, особенно в отношении электронных СМИ. При этом многие сходились во мнении, что в случае ослабления контроля со стороны государственных органов, многие масс-медиа смогли бы стать более востребованными для аудитории и готовить значительно более интересные и содержательные материалы.

Большинство опрошенных сошлись во мнениях, что в ближайшие годы, вне зависимости от влияния кризиса, будет продолжаться техническое развитие СМИ, которое было заметно и в предыдущие годы. Представители печатных изданий ожидают улучшения дизайна и верстки СМИ, журналисты электронных СМИ – качества вещания, а также развития спутникового и кабельного вещания, которое является серьезным конкурентом эфирным телеканалам и радиостанциям.

Журналисты отмечали также, что ожидают роста интернет-проектов, которые будут отвечать потребностям общества и не будут иметь исключительно развлекательный характер.

В то же время большинство экспертов считает, что аудитория СМИ будет оставаться в ближайшие годы достаточно пассивной и не будет делать запрос на улучшение качества аналитической информации, ограничиваясь интересом к текущим событиям.

СВОБОДА И НЕЗАВИСИМОСТЬ МАСС-МЕДИА

Казахстан традиционно относят к числу стран, где пресса несвободна. Республика стабильно занимает последние места в индексах правозащитных организаций Freedom House и «Репортеры без границ», многие международные организации указывают на то, что СМИ в стране работают в условиях контроля со стороны властей, а журналисты не могут свободно описывать политические, экономические и общественные события и явления. При этом ситуация со свободой прессы в Казахстане стабильно ухудшается на протяжении последних пяти лет.

Исследование показало, что казахстанские журналисты и эксперты в медиа-сфере придерживаются примерно такого же мнения, как и международные исследователи и организации. Репортеры и редакторы, вне зависимости от формы собственности изданий, в которых они работают, отмечали, что СМИ в их регионах и в республике в целом нельзя назвать свободными.

«Возможно, по определенным темам журналисты и пишут независимо, но в общем - нет. Потому что СМИ не рассматриваются как бизнес-проекты».

«Нет, не считаю СМИ свободными. Причем не потому, что власти дают или запугивают, а потому что сами журналисты, сами редакции боятся выходить за какую-то канву, ими же установленную. У журналистов многих нет такой культуры – задавать вопросы, они пишут только то, что говорят спикеры».

«СМИ свободны в пределах заказа и воли от властей, учредителей. Но, есть более объективные, их очень мало».

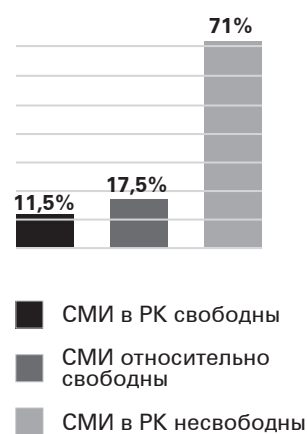
«Любое СМИ – чья-то собственность, выполняет какую-то определенную политику».

Многие опрошенные редакторы и журналисты отмечали, что понятие независимости СМИ является относительным, часть говорила, что свободы СМИ не существует вовсе, но абсолютное большинство сошлось на том, что казахстанская пресса – и республиканская и региональная – несвободна.

Цензура и самоцензура

Подавляющее большинство казахстанских медиа-специалистов (более 65%) уверены, что цензура в Казахстане существует в той или иной степени. При этом практически все репортеры, редакторы и собственники указывают на то, что основной проблемой в данной

Свобода СМИ



сфере в республике становится не цензура в ее классическом понимании, а самоцензура журналистов.

Журналисты указывают, что властям уже давно не нужно вычитывать все материалы, которые выпускаются в различных изданиях, поскольку сами репортеры и редакторы твердо знают те рамки, которые существуют в редакциях. Корреспонденты нескольких государственных изданий и телевизионных каналов указали на то, что у них существует список персон и тем, которые не могут появляться на страницах издания, либо в телеэфире. Кроме того, часть редакторов сообщила, что находится на постоянной связи с представителями тех или иных госорганов (их уровень зависит от масштаба издания) для корректировки материалов.

Самоцензуру назвали одной из главных проблем журналистов почти половина опрошенных. Редакторы также отмечали, что у репортеров есть страх подготовки статей и репортажей, повествующих о социальных и политических проблемах, поскольку это может привести к судебным искам, претензиям со стороны чиновников и потере работы.

Кроме того, собственники и редакторы указывали, что не готовы рисковать и публиковать проблемные материалы из-за опасности потери финансирования по линии государственного социального заказа, что подтверждает существовавшие и высказываемые опасения, что его внедрение стало своего рода тормозом к развитию независимой прессы.

«Прямой цензуры нет. Цензура существует в такой форме, когда собственники, редакторы, издатели, журналисты – все прекрасно понимают к чему может привести публикация того или иного материала. Из-за этого возникает самоцензура».

Влияние на СМИ

Мнения опрошенных в рамках исследования представители СМИ примерно поровну разделились в оценках влияния на СМИ различных сил. Около трети отметило, что на масс-медиа в большей степени влияет собственник, порядка 40% указало, что наибольшее влияние оказывают власти.

Характеризуя такое влияние, журналисты отмечали его скорее как негативное, поскольку, как правило, власти и собственники ограничивают журналистов и редакторов в выборе тем и свободе описания событий.

Редакторы также указывали, что увеличивается влияние на СМИ бизнеса как основного рекламодателя, который диктует свои усло-

вия, в связи с чем масс-медиа вынуждены также ограничивать круг публикаций из-за опасений потери поступлений от рекламы.

При этом самым низким опрошенные назвали влияние на СМИ его редактора, который крайне редко, по мнению опрошенных, определяет политику издания.

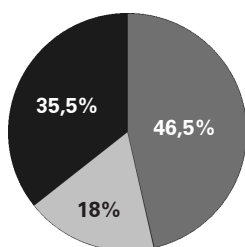
Часть опрошенных, указывая, что влияние на СМИ оказывает, прежде всего, его собственник, отмечали это как положительный фактор, поскольку именно на нем лежит функция по налаживанию и поддержанию связей с властями и бизнесом, и он выступает в роли своего рода буфера, ограждающего редакцию от попыток внешнего давления.

ВЛИЯТЕЛЬНОСТЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Масс-медиа в разных странах играют роль либо наблюдателя, либо активного игрока на политическом и общественном поле, контролируя политиков и общественных деятелей и комментируя их действия. Не только в Казахстане, но и в Центральной Азии, роль СМИ, скорее сводится к информированию населения о событиях и явлениях, журналисты крайне редко выступают в роли аналитиков и экспертов, прогнозирующих развитие событий.

Большинство опрошенных в ходе исследования отмечали, что СМИ в казахстанском обществе не играют той роли, которую могли бы исполнять.

Роль СМИ в обществе



- СМИ не играют никакой роли
- Роль СМИ незначительная
- СМИ играют серьезную роль в обществе

«Мелкие проблемы СМИ могут решить, помочь людям. Главное – держаться в стороне от политики, от большой политики. Большая политика начинается уже с акима области».

«Власти прислушиваются к СМИ, местная власть считает помощником, подсказчиком, реагируют на публикации».

«СМИ ограничены только констатацией событий, нет углубленного анализа и путей решения проблем, нет экспертных мнений на площадке СМИ».

«У СМИ уже нет той роли в обществе, что раньше. Многие люди уже представляют себе, кому принадлежит конкретное СМИ. Если раньше люди не понимали до конца, кто чьи интересы лоббирует, то сейчас многие читатели, зрители уже понимают, что одна газета отстаивает интересы оппозиции, другая – государства, поэтому доверие к СМИ пошатнулось».

«СМИ уже давно не авторитет среди людей. Порой аудитория знает больше чем ты».

При этом часть опрошенных представителей медиа-сферы считает, что той роли, которую играют в настоящее время СМИ республики, достаточно для того, чтобы они могли оказывать влияние на решение проблем. Большинство репортеров и редакторов также отмечали, что пресса по-прежнему влияет на формирование общественно-го мнения: граждане прислушиваются к журналистам.

Доверие к СМИ

В ходе исследования опрошенные также отвечали на вопрос о том, насколько, по их мнению, аудитория доверяет казахстанской прессе. Более 60% работников медиа-сферы твердо уверены, что читатели и зрители доверяют масс-медиа, еще примерно 20% полагает, что СМИ доверяют, но не всегда, остальные убеждены, что в обществе уже давно не существует доверия к журналистам.

Таким образом, большинство опрошенных все же склоняется к мысли, что к СМИ в обществе относятся скорее с доверием, чем с недоверием.

В то же время, оценивая уровень влияния СМИ на людей, принимающих решения, большинство журналистов отметило, что такого влияния пресса практически не оказывает. Чиновники реже воспринимают масс-медиа как союзников, либо противников и чаще предпочитают не замечать работу журналистов, либо относятся к деятельности СМИ скептически. Этому способствует и ограничение деятельности многих изданий информационной функцией и значительное сокращение объемов и уровня аналитики в масс-медиа.

«Есть некоторые СМИ, к которым прислушиваются и власть и общество. Но вопрос доверия к СМИ ставлю под сомнение».

«Средствам массовой информации доверяют простые читатели. Активно обращаются со своими проблемами, вопросами. Есть взаимная поддержка между нами и населением».

«СМИ влиятельны только если речь идет об отдельных проблемах, серьезные проблемы – не решаются».

«Доверие к СМИ во многом зависит от образования, места работы, уровня жизни аудитории – того конкретного читателя, который понимается как объект влияния. В городе люди более критичны, в регионах по традиции СМИ доверяют».

Вместе с тем опрошенные отмечали, что в каждом регионе и на республиканском уровне есть ряд изданий, которые можно назвать влиятельными, после публикации материалов в которых могут быть решены проблемы, либо может последовать реакция чиновников на существующую ситуацию.

Практически в каждом регионе журналисты указывали на такие СМИ, при этом, как правило, назывались частные издания – газеты и телеканалы, имеющие большой тираж, либо географический охват аудитории. Реже назывались государственные издания, к которым, по мнению опрошенных, население относится скорее с недоверием, нежели доверяет им.

Одновременно многие региональные журналисты, редакторы и собственники отмечали, что республиканские масс-медиа все же существенно более влиятельны и могут поднимать и обсуждать те проблемы, о которых не могут говорить региональные СМИ. Часто репортеры указывали, что влиятельными становятся те масс-медиа, которые поднимают наиболее острые проблемы, проводят журналистские расследования и публикуют критические материалы. Такие издания чаще вызывают интерес и у простых людей и у чиновников.

ДОСТУП К ИНФОРМАЦИИ

Доступ к информации остается одной из самых значительных проблем для масс-медиа Казахстана. Журналистам по-прежнему крайне сложно получить информацию от государственных органов.

Опрошенные журналисты и редакторы указывают, что законы о СМИ и о государственной службе в части предоставления репортерам необходимой и запрашиваемой информации фактически не работают. Госорганы не выдерживают установленных законом сроков, нередко – вовсе игнорируют запросы от редакций, либо ограничиваются отписками, которые невозможно использовать при подготовке материала.

Проблемой остается получение у чиновников комментария в устной форме по телефону, большинство крупных государственных служащих просит направлять им письменные запросы, ответы на которые приходят крайне неоперативно, в связи с чем материалы теряют свою актуальность.

Другой проблемой остается нежелание госорганов работать с критично настроенными и оппозиционными изданиями, а также с журналистами, которые готовят проблемные материалы. Лишь сотрудники государственных изданий отмечали, что редко испытывают проблемы с доступом к информации – госорганы, как правило, охотно отвечают на их запросы, не опасаясь негативного или критического ракурса. Такое избирательное отношение к СМИ создает неравные условия для работы журналистов.

«Несмотря на то, что мы сотрудничаем с акиматами, пресс-службами, иногда сложно получить информацию, это не потому, что у власти какое-то плохое отношение к СМИ, а потому, что они не могут выполнить свою работу нормально. В некоторых структурах нет отлаженной работы с прессой».

«У нас очень трудно получить информацию от госорганов. Чтобы достучаться до министра сначала нужно добратсья до помощника его помощника».

«С особыми трудностями в доступе к информации не сталкиваемся, кроме случаев, когда человек, который должен это знать, этого не знает и начинает просто посылать из кабинета в кабинет. Просто теряешь время, чтобы узнать, что этот специалист на самом деле ничего не знает. Госорганы дадут информацию, если это им выгодно. Если материал проблемный, то только по запросам, отвечают на которые зачастую отписками».

«Основная трудность – бюрократизм и иной раз нежелание идти на контакт. Госорганы не хотят давать информацию, которая их не красит».

«Делать письменный запрос госорганам – это проигрышное дело, или ответят запоздало, или неполно. Хотя, смотря какой вопрос: восхваление можно получить тут же, даже позвонят на персональное интервью, а вот проблемный запрос вызовет подозрение и страх».

Еще одной проблемой в области доступа к информации журналисты называют узость круга экспертов по тем или иным темам, которые доступны им для комментариев. При этом опрошенные отмечают, что им крайне сложно самим расширять такой список контактов, особенно в регионах: работающие здесь журналисты вынуждены обращаться за комментариями к специалистам в других городах, в частности, в Алматы и Астане.

ПОДГОТОВКА И ПЕРЕПОДГОТОВКА ЖУРНАЛИСТОВ

Представители медиа-сферы Казахстана называют проблему дефицита кадров и непрофессионализм журналистов одной из главных в области масс-медиа. При этом, по их мнению, ежегодно данная проблема нарастает.

Одними из основных причин непрофессионализма журналистского сообщества сами его представители считают низкий уровень образования, ограниченность профессиональной деятельности журналистов в республике преимущественно информационной работой и недостаточность программ переподготовки репортеров и редакторов.

Журналисты указывают на то, что в вузах студенты получают недостаточные знания о современных требованиях и реалиях журналистики, и выпускники учебных заведений фактически проходят переобучение, приходя в редакции. В этой связи редакторы отмечали необходимость более тесной работы с вузами и необходимость корректировки их программ от теоретической подготовки журналистов к более акцентированной на практическую подготовку.

Менее 65% опрошенных в ходе исследования знакомы с деятельностью действующих в различных регионах страны медийных организаций. Примерно половина из всех участников исследования участвовала в различных тренинговых программах.

Репортеры и редакторы, отмечая востребованность переподготовки и повышения квалификации, отмечали недостаточность того уровня, который предлагают им неправительственные организации.

«Зачастую тренинги, которые проводят НПО, подходят скорее для выпускников вузов, чем для профессиональных журналистов, получается, что, если у тебя есть опыт, ты приходишь на них только для того, чтобы им обменяться, дать какие-то свои знания, но практически ничего не получаешь».

Медиа-специалисты также отмечали необходимость более сфокусированной работы как вузов, так и медийных организаций по конкретным направлениям журналистики, преимущественно в области деловой журналистики, а также по правовому направлению. Несмотря на обилие программ в данной сфере, во многих редакциях по-прежнему существует запрос на повышение уровня знаний в области права. Журналисты отмечают, что они не обладают достаточной информацией о том, как они могут защитить себя в случае, если против них подали в суд или их обвиняют в клевете.

Многие редакторы и журналисты подчеркивают, что они готовы выступать в роли преподавателей вузов и ведущих тренингов, поскольку в большинстве редакций существует запрос на новые компетентные кадры и, соответственно, в настоящее время существует проблема с их поиском и подготовкой.

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО О СМИ

Законодательство о средствах массовой информации Казахстана включает большой блок законов, которые регулируют вопросы деятельности журналистов и редакций, устанавливают ответственность за правонарушения. В республике действует уголовная ответственность за клевету, в настоящее время один журналист по обвинению в клевете отбывает наказание в местах лишения свободы¹.

Подавляющее большинство участвовавших в исследовании медиа-специалистов отмечали, что знакомы с законодательством о СМИ и видят необходимость внесения в него целого ряда изменений.

Закон назвали несовершенным более 70% опрошенных. Многие отмечали, что закон о СМИ не нужен вовсе, либо, вне зависимости от того, каким он будет, подчеркивали, что документ работать не будет.

«Слишком много запретов и ограничивающих вещей, которые не позволяют стать журналистике на высокую степень».

«В законе очень много недоработок. Есть пункты, которые на деле практически не работают».

«Законодательство Казахстана о СМИ трудно назвать либеральным, скорее это такой ограничитель для журналистов. Есть много норм, которые запрещают и очень мало, которые дают права».

«Закон о СМИ фактически не работает в той части, которая обязывает государственных чиновников предоставлять СМИ информацию. Этот блок уже очень давно нуждается в доработке, либо нужно принимать новый закон».

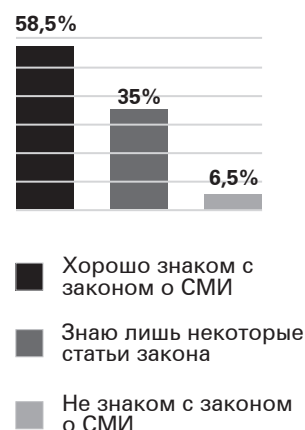
Журналисты критикуют казахстанское законодательство о СМИ за неконкретность и жесткость, а также за отсутствием в нем норм, которые бы действовали в поддержку СМИ в случае, например, поиска информации или доступа к ней.

Медийное сообщество также отмечает неадекватность наказания, предусмотренного законодательством, за клевету, а также отсутствие ограничений – по сумме компенсаций и срокам исковой давности – в исках о защите чести и достоинства.

В этой связи опрошенные журналисты и редакторы указывали на доработку двух блоков законодательства Казахстана о средствах массовой информации.

Первое – принятие специализированного закона о доступе к информации, который бы обязывал чиновников (часть журналистов указала также на бизнес структуры) оперативно отвечать на запросы журналистов и предоставлять требуемую, общественно значимую

Насколько вы знаете закон о СМИ



1. Журналист из Северного Казахстана Вадим Курамшин осужден за клевету на 3 года 10 месяцев.

информацию. При этом опрошенные указывали на необходимость предусмотреть санкции к нарушителям данного принципа.

Второе – декриминализировать наказания за клевету, а также лимитировать суммы штрафов за нанесение ущерба чести, достоинству и деловой репутации и установить сроки исковой давности по таким делам.

Кроме того, журналисты предлагали уточнить законы о государственной тайне и банковской тайне, которые серьезно ограничивают работу репортеров и ставят под угрозу выполнение ими своих профессиональных обязанности. В частности, опрошенные считают, что журналисты не могут привлекаться к ответственности за разглашение секретов, поскольку они получают информацию от источника¹.

Журналисты также предлагают отказаться от «лишних ограничений» для регистрации и деятельности новых масс-медиа, которые существуют, по их мнению, в настоящее время. В частности, законодательство предусматривает ограничение для иностранцев права владения долей в казахстанских СМИ на уровне 20%, иностранные граждане не могут быть редакторами казахстанских изданий и т.д.

Опрошенные также критически относятся к недавно принятому закону об Интернете и предлагают, либо изменить его, исключив блоги и другие интернет-ресурсы из числа СМИ, либо отменить закон, поскольку он не привнес никаких положительных изменений, а лишь ввел новые дополнительные ограничения, не только для интернет-сообщества, но и для масс-медиа.

1. В 2009 году главный редактор газеты «Алма-Ата инфо» Рамазан Есергепов был осужден на три года лишения свободы за разглашение государственных секретов, выразившееся в публикации письма директора департамента Комитета нацбезопасности Жамбылской области руководителю КНБ республики. Это стало первым случаем в истории казахстанской журналистики, когда журналист был осужден по такой статье.

САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

В Казахстане в последние десять лет предпринималось несколько попыток создания этического кодекса журналистов, ни одна из которых не заканчивалась успехом. Лишь в некоторых редакциях СМИ в республике есть собственные этические правила, либо кодексы.

Казахстанские журналисты нередко становятся объектами критики со стороны общественных организаций, властей и простых граждан за нарушение элементарных этических норм, выражающееся в публикации кричащих заголовков, оскорбительных или аморальных фотографий, либо материалов, которые порочат честь и достоинство. Редакции считают большинство подобных претензий необоснованными.

Между тем ежегодно возрастает объем требований к СМИ компенсации морального вреда за публикации. Часто подобные иски используются как способ разорить неудобные СМИ, но нередко поводом для них становятся неэтичные публикации в масс-медиа.

Журналисты республики скептически относятся к идее разработки единого профессионального Кодекса этики, считая, что такой документ вряд ли будет работающим, а некоторые редакции продолжают нарушать этические нормы в угоду конъюнктуре.

«Кодекс этики журналиста – это утопия».

«Каждая редакция просто должна иметь свой собственный свод правил, которые бы позволяли новым, приходящим в редакции журналистам, ориентироваться в том, как нужно писать в рамках этой конкретной редакции».

«Было бы неплохо иметь такой этический кодекс, но трудно представить как его сделать работающим».

Сотрудники многих редакций отмечают, что они справляются с решением проблем без этического кодекса, руководствуясь при написании материалов элементарными нормами морали.

Часть журналистов считает, что Кодекс этики может стать еще одним ограничителем для СМИ и в последствии использоваться властями для того, чтобы мешать профессиональной деятельности журналистов и редакций. В этой связи журналисты рекомендуют, в случае принятия такого документа, провести его тщательное обсуждение, чтобы его нормы в будущем помогали журналистам, а не мешали им.

Отношение к органам саморегулирования СМИ

Органы саморегулирования СМИ в последние годы создаются и работают преимущественно в странах Европы, имеющих достаточно

большие демократические традиции. Как правило, в этих странах иски к масс-медиа с требованием компенсации морального вреда являются исключительным случаем, а суммы штрафов либо являются небольшими, либо вовсе отсутствуют.

Органы саморегулирования, в которые поступают жалобы граждан и организаций на публикации в масс-медиа, рассматривают их и налагают на СМИ штрафы, либо отказывают обращающимся, таким образом, регулируя возникающие споры.

Исследование показало, что казахстанское медиа-сообщество практически ничего не знает о том, что такое органы саморегулирования и лишь слышало о том, что подобные организации существуют за рубежом.

Об органах саморегулирования хорошо информированы журналисты только одного региона Казахстана – Карагандинской области, - где в настоящее время работает первый в республике общественный совет по рассмотрению претензий к СМИ¹.

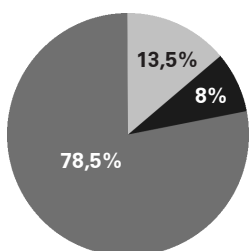
Журналисты в целом достаточно критично относятся к идее создания органов самоуправления СМИ, которые бы занимались рассмотрением споров между редакциями и гражданами, либо юридическими лицами.

Опрошенные отмечали, что они не представляют, в какой форме будут создаваться такие органы. Одним из главных вопросов для журналистов остается, кто будет входить в состав такого органа, на какой основе будут избираться его члены, будут ли решения совета обязательными для исполнения.

Репортеры и редакторы сомневаются в компетентности советов и в его объективности, поскольку не видят в своих регионах и на республиканском уровне большого числа компромиссных и компетентных фигур, которые бы устраивали все СМИ.

Менее трети опрошенных указали, что они готовы доверять решениям таких советов и следовать им. Многие редакции отметили, что лишь после того, как будут обладать полной картиной создания и функционирования подобных советов, они смогут принять решение о том, будут ли участвовать в такой работе.

Знаете ли вы, что такое органы саморегулирования СМИ



- Знаю хорошо
- Не знаю
- Знаю, но немного

1. Совет создан общественным фондом MediaLife, www.medialife.kz

Создание профсоюза журналистов

Подавляющее большинство редакций СМИ в Казахстане не имеет профсоюзов. В республике действует только одна профессиональная ассоциация сотрудников масс-медиа – Союз журналистов Казахстана, который не является классическим профсоюзом.

Между тем представители медиа-сферы в подавляющем большинстве не видят необходимости в создании казахстанского профсоюза журналистов, поскольку считают, что ему не удастся, во-первых, объединить всех работников сферы и, во-вторых, стать по-настоящему работающей структурой.

«Журналистика - не та профессия, чтобы у всех появился достойный профсоюз. Мы пытались что-то подобное создать, но не получили отклика от руководства и даже не все наши сотрудники пошли на это».

«Только молодым журналистам нужен профсоюз».

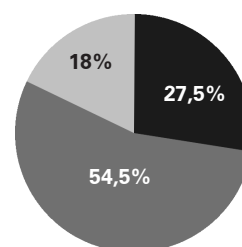
«Подобные организации создаются время от времени, но потом куда исчезают. По-моему, специфика творческой профессии не позволяет создать устойчивый и стабильный профсоюз».

«Какой-то общий отраслевой профсоюз пригодился бы. Вопрос в том, что у нас профсоюзы в целом играют незначительную роль по причине, что во главе стоят инертные люди. Можно бы сделать профсоюз, но вопрос - нужно ли».

В целом опрошенные отмечают, что не представляют себе единого республиканского профсоюза журналистов, который, в случае его создания, скорее всего, не будет хорошо работающей структурой.

Одновременно журналисты отмечают, что это не отменяет того, что необходимо защищать трудовые права журналистов, особенно в регионах республики, где они нарушаются особенно часто. В этой связи, возможно, необходимо обсуждать создание локальных профсоюзных организаций, которые бы работали с небольшой группой журналистов.

Необходимо ли создать в Казахстане профсоюз журналистов.



■ Да
 ■ Нет
 ■ Затрудняюсь ответить

ПОТРЕБНОСТИ МАСС-МЕДИА

Практически все казахстанские журналисты считают, что средства массовой информации нуждаются в улучшении их качества. Этого можно достичь, прежде всего, через повышение профессионализма журналистов и редакторов.

Абсолютное большинство (свыше 90%) опрошенных в рамках исследования специалистов медиа-сферы отметили, что они заинтересованы в прохождении тренингов и семинаров по различным направлениям. При этом обозначенный круг таких тренинговых программ оказался достаточно широк.

Большую часть журналистской аудитории интересует деловая журналистика. Репортеры и редакторы отмечают, что имеют серьезные пробелы в знаниях о финансовом секторе, работе банков, функционировании финансовых институтов, слабо владеют информацией о макроэкономике и некоторая часть – об экономических процессах в целом.

Большая группа журналистов заинтересована в расширении своих знаний в правовой сфере – в вопросах регулирования деятельности масс-медиа, способах правовой защиты журналистов, вопросах работы судов, вопросах юридической техники.

Помимо этого, журналисты и редакторы в качестве тем, которые интересны им для знакомства называли международные стандарты журналистики, модели работы западных изданий, международную журналистику, экологическую журналистику, политическое обозрение, освещение конфликтов, освещение социальных вопросов.

Примерно 60% редакторов и собственников СМИ отметили, что готовы расширять свои знания в области менеджмента масс-медиа, поскольку видят пробелы в своих знаниях в этой сфере.

Редакторы также отмечали, что готовы способствовать повышению уровня образования в вузах, поскольку они заинтересованы в поступлении к ним на работу новых профессиональных кадров – выпускников учебных заведений.

Медиа-специалисты наравне с творческими потребностями на первое-второе места поставили также экономические потребности редакций. Журналисты и редакторы отмечали, что видят необходимость в расширении числа рекламодателей, улучшении отношений с бизнесом, создании условий для долгосрочных отношений между редакциями и бизнес-структурами.

В этой связи отмечалась необходимость улучшения работы коммерческих и рекламных служб изданий и повышения уровня их профессионализма в рамках новых тренинговых программ. В настоящее время только ограниченное число изданий имеет возможность посещать подобные мастер-классы ввиду их высокой стоимости и малого числа программ.

Помимо этого, редакторы высказывались также в пользу учреждения, либо развития специальных советов, в которые бы входили представители изданий и бизнес-структур, в рамках которых они могли бы налаживать и обсуждать сотрудничество.

Лишь небольшое число редакций отмечало, что имеет острые технические потребности, такие как улучшение материальной базы, покупка нового оборудования. Подобные потребности испытывают, как правило, региональные и небольшие издания, которые отмечали необходимость обновления оборудования, на котором они работают и в качестве одной из целей – приобретение собственной типографии ввиду дороговизны услуг тех, где они печатают свои издания.

В Казахстане практически нет редакций, которые бы самостоятельно участвовали в грантовых программах международных донорских организаций и предлагали бы свои проекты, направленные на развитие того или иного направления журналистики. При этом свыше 70% изданий заинтересованы в участии в таких программах и заявили о готовности направлять донорам заявки с проектными предложениями, поскольку редакции постоянно генерируют и обсуждают новые идеи.

КЛЮЧЕВЫЕ РИСКИ ДЛЯ МАСС-МЕДИА

Риски для средств массовой информации в Казахстане сосредоточены в двух плоскостях: политической и экономической. При этом, именно экономические риски журналисты и редакторы считают ключевыми для изданий.

Так, более 60% опрошенных в ходе исследования, отметили, что основными рисками для их редакций является потеря рекламы, либо финансирования. Это может привести либо к закрытию изданий, либо к существенному сокращению их штата. При этом редакторы и собственники отмечали, что влияние именно экономических рисков значительно возросло в последние полтора-два года. Только 20% опрошенных назвали стабильным финансовое положение в их редакциях, остальные отмечали, что знают о существовании проблем из-за сокращения объема рекламы и ухода рекламодателей, в частности, строительных компаний и банков.

Казахстанское медиа-сообщество, отмечая положительную сторону нынешней ситуации, отмечает, что на рынке после кризиса останутся только сильные игроки, которые смогут удержать читателя и рекламодателя за счет использования новых интересных подходов и форм подачи информации.

Вместе с тем многие издания отмечают, что нуждаются в улучшении качества менеджмента на фоне экономических рисков, что усилило бы стабильность редакций и помогло легче справляться с кризисными ситуациями, подобными настоящей.

Среди политических рисков медиа-специалисты указывали на увеличение давления со стороны властей, либо попыток взятия под тотальный контроль медиа-сферы. Такую тенденцию видят некоторые журналисты во всех регионах страны.

Именно в рамках этой тенденции журналисты отмечали происходящее в последние годы усиление государственного социального заказа, который используется как элемент контроля со стороны властей за деятельностью СМИ. Схожей проблемой названо и приобретение правящей партией «Нур Отан» целого ряда изданий в конце 2008 года, в чем некоторые опрошенные видят скорее негативный факт, поскольку отмечают, что СМИ, входящие в партийный холдинг, более не могут считаться объективными в освещении ситуации в стране.

Журналисты региональных СМИ также считают, что в ближайшие годы будет возрастать риск передела собственности в медиа-сфере в регионах Казахстана. Влиятельные группы будут стараться взять под контроль наиболее независимые и яркие издания, которые в результате могут потерять свою остроту.

РЕКОМЕНДАЦИИ

По изменению законодательства

- Привести законодательство в соответствии с европейскими и международными стандартами в области свободы выражения мнения.
- Декриминализировать наказание за клевету и оскорбление.
- Ужесточить наказание за нападения, покушения и убийства журналистов и сотрудников средств массовой информации.
- Ввести государственную пошлину к суммам исков к СМИ по возмещению морального ущерба.
- Ограничить суммы штрафов, взимаемых со средств массовой информации за нанесение ущерба чести, достоинству и деловой репутации, для этого расширить рекомендации Верховного суда в части взысканий со СМИ.
- Ограничить сроки исковой давности по искам к средствам массовой информации по взысканию компенсации морального вреда и ущерба до одного года.
- Принять закон о доступе к информации журналистов и граждан, предварительно проведя его широкое обсуждение и приняв во внимание рекомендации общественных организаций.
- Ужесточить наказание за воспрепятствование профессиональной деятельности журналистов.
- Ужесточить наказание за непредоставление государственными служащими запрашиваемой журналистами информации.
- Пересмотреть либо отменить закон об информационно-коммуникативных сетях, отказавшись от признания всех интернет-ресурсов средствами массовой информации.
- Принять поправки в законодательство о СМИ, запрещающие монополизацию масс-медиа.
- Рассмотреть возможность снятия, либо изменения ограничений на владение иностранными гражданами и компаниями доли в казахстанских СМИ.

Государственным органам

- Ввести институт общественного контроля за распределением государственного заказа в области проведения информационной политики. Сделать процедуру распределения средств в рамках госзаказа более прозрачной. Создать общественный совет по контролю за распространением госзаказа.
- Ввести институт общественного контроля за деятельностью государственных СМИ, создать соответствующие общественные совет(ы).
- Расширить диалог с гражданским обществом и медийными организациями по реформированию казахстанского законодательства в области СМИ.
- Отказаться от принятия поправок в законодательство в области СМИ без широкого обсуждения с медийным сообществом на примере последних поправок в закон о СМИ и непринятия мнения гражданского общества при обсуждении закона об интернете.

Проект исследования

«Масс-медиа Казахстана:
ключевые игроки, возможности, потребности и риски»
поддержан Фондом Сорос-Казахстан

Руководитель проекта и составитель итогового документа:

Вячеслав Абрамов

Исследования в регионах:

Василина Воркова (Алматы, Петропавловск, Усть-Каменогорск),

Динмухамед Зиядин (Алматы, Атырау, Шымкент),

Адиль Джалилов (Актобе, Тараз),

Зауре Жұмалиева (Петропавловск),

Бұлат Мұстафин (Астана),

Виктория Волкова (Караганда),

Светлана Ким (Атырау),

Юлия Кузнецова (Алматы),

Вячеслав Абрамов (Астана, Павлодар)

Сбор информации и обработка данных:

Евгения Савин

Верстка:

Светлана Грудницкая

Международный центр журналистики MediaNet выражает благодарность всем, кто откликнулся и принял участие в исследовании.



«Қазақстан масс-медиасы: негізгі ойыншылар, мүмкіндіктер, қажеттіліктер және қауіп-қатерлер» жоба зерттеуі Сорос-Қазақстан Қорының қолдауына ие

Жоба жетекшісі және қорытынды құжатты құрастырушы:

Вячеслав Абрамов

Аймақтардағы зерттеу:

Василина Воркова (Алматы, Петропавл, Өскемен),

Дінмұхамед Зиядин (Алматы, Атырау, Шымкент),

Әділ Жәлелов (Ақтөбе, Тараз),

Зәуре Жұмалиева (Петропавл),

Болат Мұстафин (Астана),

Виктория Волкова (Қарағанды),

Светлана Ким (Атырау),

Юлия Кузнецова (Алматы),

Вячеслав Абрамов (Астана, Павлодар).

Ақпаратты жинақтаған және мәліметтерді өңдеген:

Евгений Саввин

Беттеген:

Светлана Грудницкая

MediaNet Халықаралық журналистика орталығы зерттеуге үн қосқан және оған қатысқан адамдарға алғыс білдіреді.