



ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ МЕДИАСООБЩЕСТВА КАЗАХСТАНА

Данное исследование стало возможным благодаря помощи американского народа, оказанной через Агентство США по международному развитию (USAID). Internews несет ответственность за содержание публикации, которое не обязательно отражает позицию USAID или Правительства США.

Оглавление

1. ВВЕДЕНИЕ	3
2. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ	4
3. КОЛИЧЕСТВО СМИ, ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫХ В КАЗАХСТАНЕ	5
4. ДЕТАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ	5
5. АНАЛИЗ И ОБОБЩЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ ОБ АНАЛОГИЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ	64
6. РЕКОМЕНДАЦИИ	85

1. ВВЕДЕНИЕ

Казахстанская журналистика в кризисе. Пожалуй, ни в профессиональной среде, ни в обществе не найдется тех, кто оспорил бы это утверждение. Журналистов всё чаще обвиняют в продажности, неспособности транслировать настоящие проблемы общества, в замалчивании острых социальных тем, в непрофессионализме.

Разочарованные отсутствием интересного, современного контента казахстанцы отдают предпочтение иностранным медиа, черпают информацию в социальных сетях и публикациях лидеров блогосферы.

Потеряв доверие к журналистике, к информации, подаваемой казахстанскими медиа, читатели и зрители так и не приобрели иммунитета к фейкам и стали легко поддаваться провокационным рассылкам в мессенджерах и слухам.

Так, один из лидеров казахстанской банковской сферы — Kaspi bank — дважды подвергался атакам через WhatsApp. В 2014 и 2018 годах в рассылке, распространённой через мессенджер, сообщалось о серьёзных проблемах и о том, что нужно срочно изымать деньги с депозитов и текущих счетов. Тогда эти сообщения вызвали панику среди вкладчиков. Люди выстроились в очереди возле отделений, и наибольший ажиотаж наблюдался возле Kaspi bank¹.

Почему мессенджер для частного общения стал источником информации, которому безоговорочно доверяют? Потому что здесь можно узнать о событиях, которые отрицаются на официальном уровне, распространение которых запрещено. Это слухи о закулисных играх казахстанской элиты, активях чиновников внутри страны и за рубежом, семейных скандалах.

В противовес «новым медиа» СМИ Казахстана перестали быть источником интересной и востребованной информации. Да, «жёлтых» новостей о звёздах эстрады, пикантных, скандальных подробностях личной жизни людей стало больше, но постепенно не стало качественной аналитики, взвешенной критики, интересных расследований. Профессия журналиста перестала быть престижной и уважаемой. Журналистов преследуют, сажают в тюрьмы, СМИ закрывают по надуманным причинам.

Так, по данным Международного фонда защиты свободы слова «Әділ сөз», с января по июнь 2019 года зафиксировано 25 фактов задержания журналистов при освещении событий, в которых пострадали 27 человек. Семь фактов угроз, восемь — нападения на журналистов².

Где находятся главные болевые точки казахстанских медиа? В данном исследовании сделана попытка разобрать кризис на составные части, чтобы понять, где искать решение

¹ <https://rus.azattyq.org/a/panika-bank-tenge/25267851.html>
https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/rasprostranitel-lojnoj-rassyilki-o-Kaspi-Bank-nayden-357409/

² <http://www.adilsoz.kz/politcor/show/id/262>

проблем. Его актуальность состоит в том, что за последние 10 лет ни государственными органами, ни неправительственными организациями подобная работа не проводилась.

Последнее актуальное исследование потребностей казахстанских СМИ проводилось в 2009 году Международным центром журналистики MediaNet в работе «Масс-медиа Казахстана: ключевые игроки, возможности и риски». Также в данной работе мы проведём анализ ряда исследований, касающихся законодательства, регулирующего деятельность масс-медиа, госзакупок, а также условий и методов выживания СМИ постсоветских государств.

Возможно, существуют отчёты закрытых исследований, результаты которых не публиковались в открытых источниках. Данная работа — это попытка восполнить пробел и понять, в чём остро нуждаются казахстанские медиа.

2. МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования — оценить потребности профессионального медиасообщества Казахстана.

Задачей исследования являлась оценка следующих факторов:

- законодательные основы работы СМИ;
- уровень развития каждого вида журналистской деятельности;
- барьеры развития журналистской деятельности;
- источники финансирования и финансовая устойчивость СМИ;
- факторы, влияющие на медиарынок Казахстана;
- материально-техническое оснащение / условия труда;
- уровень профессиональной подготовки кадров, финансовой и творческой удовлетворённости.

Объект исследования: профессионально занятые на медиарынке Казахстана.

Метод сбора данных: Для достижения цели и задачи исследования применялся количественный метод — стандартизированный опрос, в форме онлайн-опроса, в форме личного опроса и самозаполнения на бумажных анкетах. Стандартизированный опрос — это интервью, при котором используется опросный лист с чётко определённым порядком и формулировками вопросов, с целью получения максимальной сопоставимости данных. Количественный метод исследования использует математические и статистические модели, что позволяет в результате иметь количественные значения изучаемых показателей, что позволяет оценить распространённость и величину изучаемых параметров.

Выборочная совокупность: общий объём опрошенных представителей медиасообщества Казахстана составил 136 респондентов.

Исследовательский инструмент: анкета, разработанная экспертами проекта, содержит 33 вопроса различного типа (закрытые и открытые).

Также в рамках исследования было проведено три фокус-группы с участием руководителей СМИ, журналистов, подготовлено 10 глубинных интервью с руководителями СМИ.

География исследования: все регионы Казахстана (14 областей, города Нур-Султан, Алматы и Шымкент).

Сроки проведения полевого этапа исследования: опрос целевых групп исследования проходил в период с 19 июня по 18 сентября 2019 года.

3. КОЛИЧЕСТВО СМИ, ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫХ В КАЗАХСТАНЕ³

По состоянию на 15 января 2019 г. в Казахстане зарегистрировано **3328 СМИ**, из которых 2790 составляют периодические печатные издания, 128 — телеканалы, 70 — радио, 340 — информационные агентства и сетевые издания.

Наиболее многочисленной группой остаются печатные — 2790 (или 83,8 %) от общего количества зарегистрированных СМИ, из них газет — 1800 и журналов — 990.

Иностранные СМИ

По состоянию на 15 января 2019 года в реестре СМИ зафиксировано 225 иностранных теле- и радиоканалов.

По страновой принадлежности 161 составляют российские телеканалы, 15 принадлежат США, 16 — Эстонии, 20 — Великобритании, 6 — Франции, 1 — Кипру.

4. ДЕТАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

РЕЗУЛЬТАТЫ АНОНИМНОГО ОНЛАЙН-АНКЕТИРОВАНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ / РУКОВОДИТЕЛЕЙ СМИ

Опросом охвачены представители СМИ всех форм собственности (государственные, частные), также в выборку исследования включены журналисты, работающие по договору на различные СМИ. В целом характеристики выборки представлены в таблице 1.

В разрезе занимаемой позиции это собственники медиаорганизаций, руководители, журналисты, а также в целом сотрудники, причастные к созданию контента.

Исследование показало, что большинство представителей медиасообщества (59,6 %) не имеют профессионального журналистского образования.

Участники исследования имеют различный стаж работы в СМИ — от нескольких месяцев до 40 лет, в среднем стаж работы в СМИ составляет 15 лет. Анализ показателя стажа

³ Информация опубликована на официальной странице Министерства информации и коммуникаций РК — <http://mic.gov.kz/ru/pages/kolichestvo-zaregistrovannyh-smi-v-kazahstane>

работы свидетельствует, что более опытные сотрудники чаще работают в частных СМИ, чем в государственных.

Таблица 1. Характеристики выборочной совокупности исследования

Характеристики		n	%
Всего		136	100 %
В СМИ какой формы собственности вы работаете?	Государственное	17	12,5 %
	Частное	99	72,8 %
	Другое	20	14,7 %
Какую позицию вы занимаете в СМИ?	Руководитель	33	24,3 %
	Собственник	7	5,1 %
	Журналист / работник, причастный к созданию контента	96	70,6 %
Есть ли у вас профессиональное журналистское образование?	Да	55	40,4 %
	Нет	81	59,6 %
Опыт работы в СМИ	до 5 лет	17	12,5 %
	5-9 лет	27	19,9 %
	10-19 лет	49	36,0 %
	20 лет и более	43	31,6 %

В целом большинство опрошенных представителей СМИ (72 %) являются штатными сотрудниками, работают по трудовому договору, с оплатой отпускных и больничных. Остальные (около 27 %) являются внештатными сотрудниками, работающими на основании договора ГПХ или договора с ИП.

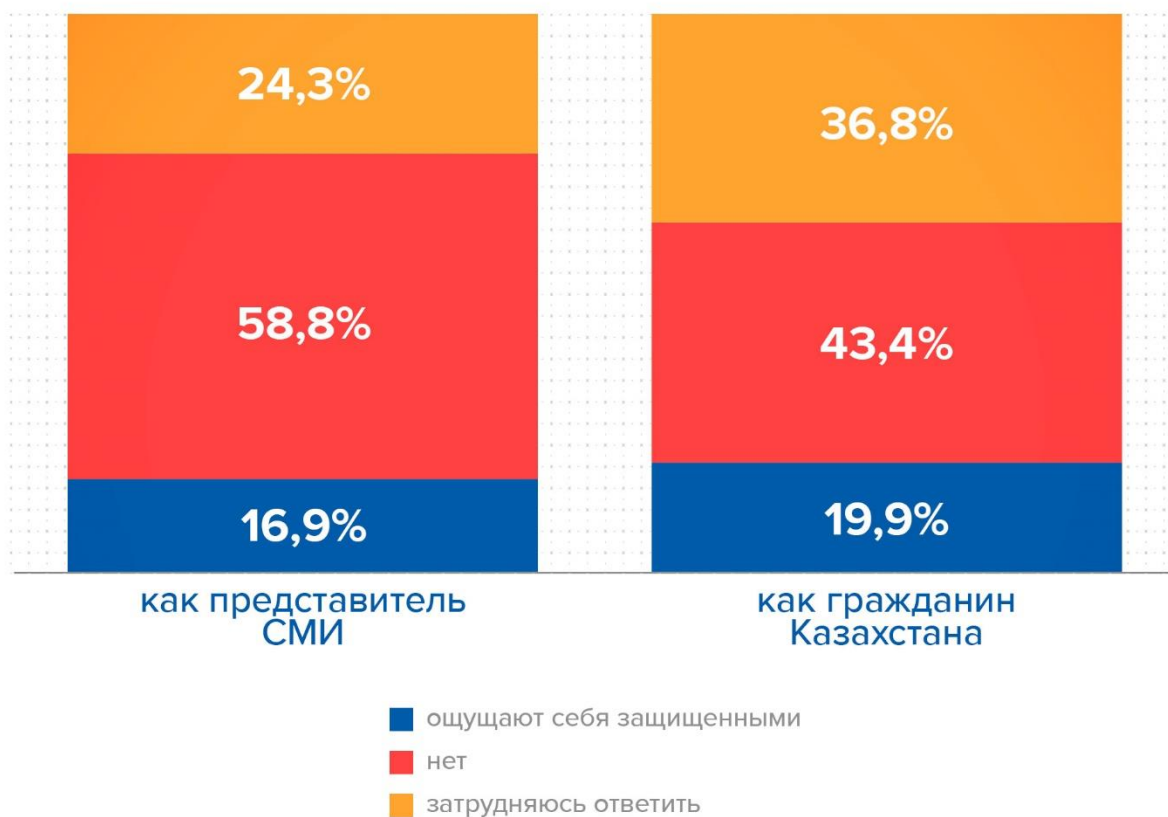
ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РАБОТЫ СМИ

В рамках изучения законодательных основ работы представителей СМИ респондентам задавались вопросы о социальном самочувствии в плане защищённости на законодательном уровне, насколько защищёнными ощущают себя представители медиарынка. Ответы показали, что большинство работников СМИ (58,8 %) не чувствуют защищённости как представители СМИ на законодательном уровне, ещё 24,3 % затруднились ответить на этот вопрос.

При ответе на вопрос «Чувствуете ли вы себя защищённым на законодательном уровне как гражданин Казахстана?» ещё большая доля респондентов (36,8 %) затруднилась ответить, 43,4 % ответили отрицательно, т. е. не чувствуют себя защищёнными.

Рисунок 1. Самооценка уровня защищённости на законодательном уровне

САМООЦЕНКА УРОВНЯ ЗАЩИЩЁННОСТИ НА ЗАКОНОДАТЕЛЬНОМ УРОВНЕ



Чувство защищённости значительно чаще распространено среди сотрудников государственных СМИ (ощущают себя защищёнными 35,3 %), чем среди сотрудников частных СМИ (ощущают себя защищёнными 14 %). Ещё один заметный факт: чем больше опыт работы в СМИ (более опытные сотрудники), тем чаще отмечают, что не чувствуют себя защищёнными на законодательном уровне, причём и как представители СМИ, и как граждане Казахстана.

Практически все участники опроса отметили, что руководствуются в своей работе законом «О средствах массовой информации». Следующими по распространённости были названы: Конституция Республики Казахстан, гражданский, административный и

уголовный кодексы.

Отдельные респонденты отметили, что руководствуются в своей работе всеми законами, которые требуются для написания текста, либо всеми законодательными актами, действующими в стране; законами, которые непосредственно касаются их работы в СМИ. Кто-то больше ориентируется на личную этику либо руководствуется этическим кодексом журналиста, прописанным заранее, согласно редакционной политике.

В целом были также отмечены следующие законы, которыми представители СМИ руководствуются в своей работе:

- ✓ **«О рекламе»;**
- ✓ **«О государственной службе»;**
- ✓ **«О доступе к информации»;**
- ✓ **Законы о невмешательстве в частную жизнь, ограничивающие формат публикаций (социальная рознь, клевета и т. д.);**
- ✓ **«Об образовании»;**
- ✓ **«О здравоохранении»;**
- ✓ **«О защите персональных данных»;**
- ✓ **«О нормативных правовых актах»;**
- ✓ **«Об авторском праве и смежных правах»;**
- ✓ **Кодекс госслужащего;**
- ✓ **«О защите государственных секретов»;**
- ✓ **Международное гражданское право.**

На вопрос «Какие законы / нормативно-правовые акты осложнили вашу профессиональную деятельность?» лишь около 10 % участников опроса ответили, что таких законов нет, т. е. абсолютное большинство разделяют мнение, что некоторые законы или поправки в них осложнили профессиональную деятельность работников СМИ. Из них около 60 % считают, что виной тому — все последние изменения в законе о СМИ. В частности, были отмечены следующие осложнения:

- *увеличение времени ответа на запросы до семи дней;*
- *закон «О СМИ» в части предоставления ответов ведомств на запросы журналистов — ст. 18, ч. 3;*
- *запрет на фото- и видеосъемку;*
- *запрет телефонов в госучреждениях;*
- *затянутые сроки для ответа на запрос от государственных органов, при этом фактическое право давать формальные ответы госорганами на запросы;*
- *новая редакция закона «О СМИ», запрет проноса мобильных телефонов и других гаджетов, перевод сведений в документы для внутреннего пользования;*
- *об аккредитации и поправки в закон «О СМИ» 2017 года;*
- *практика применения обвинений в клевете и оскорблении чести и достоинства;*
- *поправки в закон «О СМИ» о распространении заведомо ложных и персональных данных;*
- *поправки в закон «О СМИ», ряд статей УК, в частности — 256 и 174;*

- попытки скрывать информацию о бюджетных средствах как «информацию для служебного пользования». Слишком вольная трактовка закона;
- последние поправки в закон «О СМИ» — в частности, норма увеличения срока ответа госоргана на запрос с трёх до семи дней. Откровенно говоря, чиновники и раньше вовремя ответы не давали, а теперь ситуация ещё хуже стала;
- правила аккредитации журналистов, статья о клевете;
- правила аккредитации, закон «О семейной тайне госслужащих», статья 274 УК РК;
- правила доступа в суды;
- законы, по которым нельзя комментировать решения и приговоры суда, не дожидаясь апелляции, законы, по которым следственные органы, полиция не могут комментировать ход дела без разрешения прокуратуры;
- закон «Об авторском праве и смежных правах»;
- пункт о запрете публикации фото детей, тем более что запретили всё: даже хорошие поводы. Отсутствие комментариев на материалы, запрет на изображение, если человек не хочет;
- путаница с официальными сообщениями — что это, как отличить характер запроса? Увеличение сроков ответа ничего не дало: как отвечали не в срок, так и продолжают. Сложно с детскими темами;
- срок исковой давности на материалы;
- ограниченное право на публикацию изображений из соцсетей, потому что это стало «личным» даже у госслужащих;
- возможность у госорганов законно затягивать сроки ответов на официальный запрос или избегать прямых ответов, ссылаясь на тайну личной жизни, даже если дело касается госслужбы.

Изучая в целом комментарии участников исследования, следует отметить, что, по мнению представителей медиарынка, в закон «О СМИ» регулярно вносятся изменения, ослабляющие позицию журналистики, законодательство постепенно всё больше и больше осложняет работу СМИ в Казахстане. Также отдельными представителями СМИ было отмечено, что закон РК «О доступе к информации» не соответствует международным стандартам свободы слова.

Вместе с тем было отмечено, что работу СМИ осложняют не законы, которые, при всём их несовершенстве, терпимы, а трактовка этих законов прокурорами, судьями, представителями исполнительной власти. Журналисты обеспокоены, что нет возможности участия в открытых судебных процессах.

В ходе опроса были конкретно обозначены статьи, осложняющие профессиональную деятельность журналистов:

- ✓ **статья 130 УК РК «Клевета», статья 274 УК РК «Распространение заведомо ложной информации»;**
- ✓ **статьи 274, 129, 174 УК РК, закон «О СМИ» в действующей редакции;**
- ✓ **статьи 1, 7, 7, 23, 5 закона «О СМИ» и закона «О доступе к информации», в частности — статьи о языке средств массовой информации;**

- ✓ по мнению отдельных участников исследования, статья 274 УК РК «Распространение заведомо ложной информации» потенциально угрожает любому журналисту.

На вопрос «Какие законы/НПА облегчили вашу профессиональную деятельность?» абсолютное большинство представителей СМИ либо ответили, что таких законов нет, либо затруднились ответить. В целом были отмечены следующие комментарии:

- Закон «О доступе к информации», закон «О потребителях», по которому можно производить видеосъёмку при покупке товаров (спасибо Романовской).
- Закон «О СМИ» в принципе не нужен, всё, что нужно, прописано в Конституции.
- Исключить из УК статью за клевету, и в идеале у нас не должно быть закона «О лидере нации», где прописывается, что мы несём уголовную ответственность за дискредитацию членов этой семьи.
- Получать и распространять информацию любым не запрещённым способом.
- Практически все законы/НПА, принимаемые государством, направлены на ужесточение контроля за СМИ, различные ограничения их деятельности, усиления ответственности и т. п. Не могу вспомнить ни одного закона/НПА, облегчающего профессиональную деятельность.
- Разрешение снимать на фото/видео сотрудников правоохранительных органов при исполнении.

Какие изменения в законодательство, по вашему мнению, необходимо внести для обеспечения условий для беспристрастной и профессиональной работы журналистов и СМИ? Изучая и обобщая ответы респондентов, можно сделать основной вывод, что законодательство должно соответствовать следующему тезису: больше свободы журналистам для объективного освещения информации, выражении своего независимого мнения, в то же время меньше контроля и давления со стороны представителей государственных органов, они должны не препятствовать, а наоборот — способствовать работе журналистов и своевременно предоставлять ответы на запросы. Также многие участники исследования разделяют мнение, что необходимо пересмотреть статьи 130 и 274 УК РК, это статьи о клевете и подаче заведомо ложной информации.

- Отсутствие информации порождает слухи, сокрытие информации от СМИ порождает фейки. До тех пор, пока обладающие информацией будут прятаться от журналистов, последние вынужденно будут пристрастными.
- Административное наказание/взыскание за нарушение сроков и полный игнор на запросы. А можно объяснить госаппарату, что журналист имеет право делать запрос устно, по телефону, чтобы закон работал?!
- Без запроса общества никто ничего менять не будет. Пока казахстанцы не поймут, чем СМИ отличаются от блогерской болтовни.
- Введение понятия диффамации, обеспечение соблюдения прав журналистов, ужесточение мер в отношении сотрудников полиции за воспрепятствование работе журналистов.
- Ввести ограниченный срок на возможность подавать иск на материал. Позволить брать информацию и фотографии из аккаунтов людей, потому что

соцсети — это общественная площадка. Сократить срок ответа на официальный запрос до двух дней и баста — шаг вправо-шаг влево — увольнение, и привлечь за сокрытие информации от СМИ.

➤ Госзаказ должен разъяснять практические вещи для людей, а не славить акимов и других начальников. Государство не должно вмешиваться в деятельность СМИ. Декриминализация клеветы, закон «О доступе к информации». Установить сроки давности по гражданским искам к СМИ.

➤ Декриминализовать уголовные статьи 130 и 244, отменить тендеры, перестать оказывать давление на СМИ. Урегулировать права и обязанности журналистов. Должна быть неприкосновенность журналистов при выполнении ими служебных обязанностей.

➤ Доступ (реальный, а не номинальный) к информации, в т. ч. суды, финансы. Возможность публикаций независимых расследований. Упростить аккредитацию, снятие множества запретов, диффамация, декриминализация.

➤ Журналистердің еркін ақпарат таратуы үшін алыдмен қолданыстағы заңның орындалуын қамтамасыз ету керек. Журналистке ақпарат алуға шектеу болмаса.

➤ Законы, способствующие минимальному вмешательству государства в СМИ. Запрет на влияние через госзаказ на СМИ, ответственность исполнителя запроса от СМИ, увеличение статуса пресс-секретаря до первого зама руководителя и др.

➤ Запрет на использование неавторизованных материалов, запретить вмешиваться в работу СМИ кому бы то ни было. Запретить госзаказ. Убрать нелепые запреты и законы об ответственности (за клевету, моральный вред и пр.).

➤ Защитить журналистов при исполнении их обязанностей. Изменение закона «О СМИ», декриминализация статьи о клевете, запрет на вмешательство в деятельность журналистов государственных органов.

➤ Изменения с предоставлением большего количества прав журналисту, либерализация закона «О СМИ».

➤ Не вижу пользы ни от какой нормы. Закон «О СМИ» никто, кроме журналистов, всё равно не знает и не соблюдает. Пример: нет ответов на журналистские вопросы. Ведь ответственности за не вовремя предоставленного ответа для госорганов нет. А жаловаться и судиться с ними журналистам некогда.

➤ Не допускать вмешательства государства в дела СМИ. Внести запрет на «рекомендательные» звонки чиновников к редакторам. Госорганам научиться адекватно реагировать на запросы, комментировать возникающие инфоповоды, не пряча голову в песок. Причём делать это в кратчайшие сроки, а не семь дней. Привести в порядок сайты госструктур, чтобы упростить поиск информации. Сделать данные доступными, то есть использовать «человеческий» язык. В частности, статистика у многих ведомств не обновляется годами.

➤ Не препятствовать работе журналистов, предоставлять как можно оперативнее запрашиваемую информацию; развивать сферу повышения квалификации, обучающих семинаров и тренингов среди представителей СМИ.

➤ Необходимо внести изменения в законодательство, которые бы обеспечили свободу слова, отменить статью 274 УК РК.

➤ Необходимо декриминализировать статью о клевете, отменить поправку, позволяющую чиновникам прикрываться статьёй «О вторжении или нарушении

частной жизни». Предоставить гарантии безопасности журналистам и повышать их профессионализм. Необходимо принять закон «О свободе слова».

- Нужно облегчить доступ к информации, нужно просто соблюдать существующие законы. Ну и сделать декларации о доходах открытыми. Не только госслужащих, но и их родни.
- Нужны не столько даже изменения в закон, сколько правильное его применение, честный суд.
- Нужны профсоюзы, чтобы защищать трудовые права работников СМИ, в частности, нормированный рабочий день.
- Обязательную защиту как журналиста, так и СМИ, от преследования; невозможность в судебном порядке закрыть издание (кроме каких-то сверхслучаев); реальную, а не формальную обязанность государственных органов отвечать на журналистские запросы в установленный срок; ответственность судебных и правоохранительных органов за притеснение и преследование журналистов и т. д.
- Обязать госорганы и прочие источники информации обеспечить доступ к ней для работников СМИ. Ввести санкции для нарушений в части срывов сроков предоставления ответов на журналистские запросы и/или предоставления ответов, которые не дают полного ответа на поставленные вопросы. Обеспечить НЕОТВРАТИМОСТЬ наказания за препятствование журналистской деятельности (мало только одного наличия статьи о том, что есть наказание за это). Исключить все нормы, которые в той или иной мере ограничивают доступ журналистов на мероприятия, встречи, отчёты, которые проводят госорганы вне зависимости от места их проведения.
- Обязать госчиновников всех уровней в тридцатидневный срок сообщать СМИ о принятых мерах после критических публикаций.
- Отмена всех норм, ограничивающих профессиональную деятельность. Введение уголовной статьи за давление на журналистов/издание. Здесь вообще монографию писать надо.
- Отмена уголовного преследования за клевету, введение конкретного наказания за нарушение закона «О доступе к информации» и закона «О СМИ», особенно в части ответов на запросы.
- Отменить госзаказ, перевести всех в один конкурентный рынок, чтобы каждый боролся за своего зрителя и читателя. Отменить закон «О СМИ» 2018 года.
- Отменить закон «О СМИ» и ликвидировать профильное министерство.
- Отменить закон «О СМИ», журналисту достаточно руководствоваться основным законом — Конституцией. Отменить запреты, защитить журналистов, определить понятие журналистского запроса. Отменить позорную практику тендеров.
- Отменить статью 130 УК РК, закон «О СМИ» не нужен в принципе. Отменить уголовную ответственность для журналистов при исполнении профессиональных обязанностей. Полная свобода СМИ и никаких гвоздей.
- Полностью изменить закон «О СМИ», полностью изменить законы о создании политических партий, о выборах всех уровней, чтобы в парламент могли попадать реальные представители народа, в том числе журналисты, которые могли бы инициировать необходимые изменения в законы по мере необходимости.

- *Просто закон работать должен, в т. ч. законотворчество с учётом всех предложений.*
- *Публикация изображений и данных о гражданах Казахстана без их персонального согласия.*
- *Реальный, а не номинальный доступ к информации, декриминализация клеветы.*
- *Разрешить съёмку скрытой камерой, доработать закон о персональных данных.*
- *Сейчас затрудняюсь ответить. Но считаю, что нужно дать больше свободы действий и обязать жёстче госорганы и компании сотрудничать с журналистами.*
- *Снятие ограничений всех видов, обеспечение доступа к информации, привлечение к суду нерадивых чиновников, не отвечающих на запросы СМИ и мешающих журналистам исполнять их обязанности.*
- *Убрать из Уголовного кодекса статью о клевете совсем, ввести запрет на влияние госорганов на политику СМИ, отменить госзаказ, вместо этого продумать другую поддержку СМИ.*
- *Уменьшить исковую давность о защите чести и достоинства до трёх лет!!!!*
- *Упразднить Министерство информации. Отменить закон «О СМИ».*
Декриминализовать наказание за журналистские ошибки. Регулировать споры исключительно в рамках Гражданского кодекса.
- *Упразднить ограничивающие законы. Упростить доступ к информации журналистам, повысить качество образования СМИ.*
- *Целиком и полностью запретить государству, государственным и выборным органам тратить деньги народа на СМИ в любой форме. Жёстко преследовать по любому и каждому факту воспрепятствования деятельности, непредоставления информации, предоставления недостоверной информации.*

УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ КАЖДОГО ВИДА ЖУРНАЛИСТКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Результаты опроса показали, что абсолютное большинство (87,5 %) участников исследования считают, что казахстанская журналистская деятельность не развивается — это ответы на вопрос «Считаете ли вы, что все виды журналистской деятельности в одинаковой степени развиваются?». Причём мнения не разделяются в разрезе представителей государственных и частных СМИ, также нет различий в разрезе опыта работы, единственное различие — работники с опытом работы до пяти лет затруднились ответить на данный вопрос.

Далее респондентов попросили оценить уровень развития каждого вида журналистики. В результате оценки определилось, что из всех видов журналистики наиболее развивается информационная журналистика (это мнение разделяют 75 % респондентов), и не развивается расследовательская журналистика (это позиция 79 % респондентов). Также большинство опрошенных представителей СМИ (69 %) считают, что в Казахстане не развивается аналитическая журналистика. Неоднозначны мнения в отношении развития художественно-публицистической журналистики: 47 % считают, что этот вид журналистики не развивается, 37 % считают, что развивается, и 15 % затруднились ответить (это наибольшая доля затруднившихся ответить среди всех оценок по видам журналистики).

Рисунок 2. Оценка уровня развития каждого вида журналистики

КАКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА НЕ РАЗВИВАЕТСЯ В КАЗАХСТАНЕ?



БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Каковы причины низкого уровня развития журналистики в Казахстане? Отвечая на этот вопрос, все участники опроса выразили различные мнения, но все они сводятся к следующим причинам: контроль и цензура со стороны государства, зависимость журналистов от руководства, представителей властей различного уровня и госзаказа; низкий уровень оплаты журналистского труда и низкий уровень профессиональной подготовки журналистов в соответствии с современными требованиями. Представители СМИ также обозначили, что профессия журналиста потеряла престиж, уважительное отношение, и, как следствие, многие работники медиарынка заинтересованы лишь в материальной составляющей, а не самосовершенствовании и профессиональном развитии.

В целом наиболее часто были обозначены следующие мнения:

- *Отсутствие хороших зарплат в регионах и низкие зарплаты соборов и, следовательно, специалистов. Ориентироваться только на работу медиа в столицах бессмысленно, поскольку журналисты, делающие заметки, редко могут учесть все нюансы региона. Все соборы, впрочем, и многие журналисты крупных медиа в столицах, как правило, работают на два-три издания, и заниматься аналитикой, расследованиями и т. д. просто нет времени. Низкий уровень развития*

журналистики из-за отсутствия свободы выражения мнений, жесткой цензуры, телефонного права и низкого качества подготовки кадров в вузах.

- Слабый уровень подготовки журналистов, помехи со стороны властей, сложность добычи информации в госорганах, самые трудные из которых — это полиция, Департамент по борьбе с коррупцией и органы СЭС.
- Касаемо профессионализма СМИ и журналиста. Квалифицированный специалист всё может делать, развивается. Самое большое препятствие — цензура. Многим СМИ не даётся свободы.
- Барьеры со стороны госорганов; нехватка времени представителей СМИ сделать работу качественнее, проверить данные, изучить тему глубже; непрофессионализм / нехватка кадров, безграмотность.
- Высокий уровень контроля со стороны государства, огромное количество так называемых флажков и неприкасаемых, которых с каждым годом становится всё больше. Цензура и, как следствие, самоцензура — она вредит профессии и всё больше влияет на работу журналистов, вынужденных всё время думать «как бы чего не вышло».
- Сокращение количества независимых СМИ, которые могли бы писать если не обо всём, то хотя бы о многом. В итоге мы имеем ситуацию, когда практически все рассказывают об одном и том же, порой даже практически теми же словами, и это у нас называется журналистикой.
- Госзаказ убивает журналистику, но без него 90 % региональных изданий загнуты.
- Если СМИ получают деньги от государства, они будут писать любой бред, который им говорят, качество падает, т. к. потребителем их работы является не читатель, а чиновник. Удовлетворение интересов чиновников, а не страны ведёт к тому, что читатель узнаёт о событиях в стране из слухов.
- Госпропаганда. Зачем журналисту вникать и развиваться, когда ему и так заплатят на «господсоте»? А государству правда не нужна.
- Журналистика в нашей стране ни на что не влияет, поэтому не развивается. Мозги утекают в другие страны, это ещё одна причина застоя.
- Главная причина — государству не нужна развитая журналистика, поэтому её нет. Большинство СМИ в стране — на господдержке или финансируется крупными структурами, поэтому не зависит от доходов с рекламы, а значит, нет потребности работать над качеством. Отсюда нет конкуренции в журналистской среде — отсюда и нет никакого качества.
- Журналисты зависят от редакционной политики, которая зачастую стремится сделать быстрее, к основным новостям. У журналиста редко когда есть время на полноценную деятельность.
- Журналисты и госслужащие работают каждый по своим законам — это причина плохого диалога, негативного отношения. Аналитика выборочная зачастую, потому что, к примеру, государственные СМИ предпочитают замалчивать неудобные власти факты, а частные, которые такие факты обнажают и расследуют, притесняются/закрываются. Вообще важно обеим сторонам понять, что нет задачи клеймить власть, есть задача указывать на недостатки и их устранять, то есть жить мирно и хорошо.

- Закон «О СМИ», давление региональных акиматов и, увы, экспансия российских СМИ на территории Казахстана.
- Законы, которые абсолютно не защищают журналиста, отсутствие вузов и специалистов, которые бы обучали профессии на современном уровне.
- Зарегулированность законодательными нормами, «телефонное право», некомпетентность кадров: достаточно много журналистов не владеют профильными познаниями, знанием законов и не умеет писать грамотные и глубокие тексты. Поверхностность, в общем.
- Качество обучения журналистов, частое ограничение доступа в интернет, ограничение свободы слова.
- Невостребованная правдивая информация. Алматы — это не весь Казахстан. В провинции практически никому говорить правду. Есть только служба отделов акимата.
- Нежелание работать качественно, хайпозорство, низкая оплата, отсутствие образования профильного в целом.
- Непрофессионализм, случайные люди в руководстве медиа (назначенцы по политическим либо коррупционным мотивам), отсутствие желания у журналистов обучаться (использовать опыт зарубежных коллег), шаблонность мышления, жёсткие цензурные рамки госСМИ, отсутствие независимых, коммерческих СМИ.
- Нет подготовки, нет стимула, опасность, ограничения, госзаказ, двуличность самих журналистов.
- Нет творчества в работе журналиста, в основном работают на количество и скорость.
- Образование журналистов, последние резонансные дела по закрытию СМИ (Ratel.kz, «Радиоточка»).
- Отсутствие подлинной свободы слова. Расширение зон вне критики и расширяющийся ареал «красных флажков». Отсутствие реальной политической жизни.
- Погоня за хайповыми темами, акцент на просмотрах, но не на качестве.
- Проблемы с доступом к статистическим данным, к информации в целом. Цензура, запрет на освещение некоторых тем, давление со стороны некоторых государственных органов.
- Расследовательская журналистика сама по себе очень сложна, занимает много времени и ресурсов. Не в каждой редакции есть журналист, который потянет такой жанр.

Источники финансирования и финансовая устойчивость СМИ

По данным опроса, каждое СМИ имеет несколько различных источников финансирования с различной долей. Ниже представлены средние значения обозначенных источников финансирования в целом. Как показывают данные, значительную долю из них составляют личные средства собственников СМИ и реклама — подобное финансирование широко распространено среди частных СМИ. Среди государственных СМИ основную долю финансирования занимают государственные информационные заказы различного уровня (республиканский, областной, городской) и государственное задание. Отдельные

участники исследования прокомментировали ответы об источниках финансирования:

- 50 % инвестор.
- В основном деньги идут из собственного бюджета (реклама, госзаказ и публикации частных материалов).
- Вопрос некорректен, при соблюдении определённых условий можно жить за счёт рекламы и PR-статей. Однако если СМИ будет действительно свободно, и будет давать контент, востребованный определённой группой целевой аудитории.
- Грантовые средства от международных доноров.
- До 20 % классифайд, до 20 % бумага (подписка и розница газетная).
- Иностранное СМИ.
- Международные гранты, диверсификация в сторону образования.
- Международные доноры.
- Кто что подаст...
- Не могу подробно отвечать на вопросы о коммерческой составляющей проекта. Единственное, что могу сказать, что доходы от рекламы и PR-материалов составляют большую часть бюджета медиа, в котором работаю.
- Основной объём — PR субъектов квазигосударственного сектора.
- Продажа прав на использование добытой информации.
- У нас абсолютно нет госзаказа, мы сами формируем редакционную политику.

При ответе на вопросы об источниках финансирования значительная часть или большинство участников исследования (45-65 %, в зависимости от вопроса) отметили, что не владеют информацией об источниках финансирования СМИ, в которых они работают. Они так и комментировали:

- Честно сказать, я не вполне владею этой информацией, поэтому могу лишь предположить, как сейчас обстоит дело.
- Пояснение: мой ответ по рекламе и PR-материалам — это навскидку, очень примерно и только на мой взгляд — практически со стороны.
- Я простой журналист, как я могу знать, сколько денег и откуда поступает?

Рисунок 3. Средние значения источников финансирования СМИ

СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ СМИ

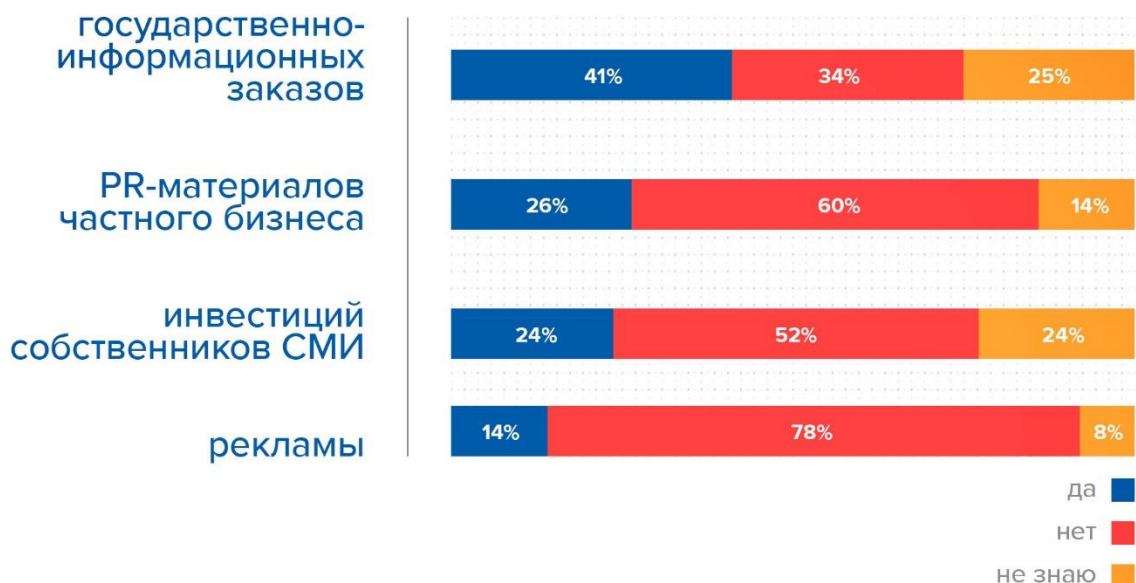


С целью услышать мнение представителей СМИ о том, что формирует основу финансовой устойчивости казахстанских СМИ, участникам опроса задавались вопросы: «По вашему мнению, может ли быть финансово устойчивым СМИ, если у него не будет...» — далее перечислялись финансовые факторы. Большинство опрошенных (77,9 %) разделяет мнение, что основную финансовую устойчивость СМИ формирует реклама, без неё СМИ не могут быть устойчивыми. Также значительную долю вносят PR-материалы частного бизнеса и инвестиции собственников СМИ.

В отношении государственного информационного заказа мнения неоднозначны: значительная часть (41,2 %) считает, что без него СМИ может быть устойчивым, 33,8 % считает, что нет, в основном это представители государственных СМИ, немалая часть (25 %) затруднилась ответить на этот вопрос.

Рисунок 4. Распределение ответов на вопрос «По вашему мнению, может ли быть финансово устойчивым СМИ, если у него не будет...»

МОЖЕТ ЛИ МЕДИА В КАЗАХСТАНЕ БЫТЬ ФИНАНСОВО УСТОЙЧИВЫМ БЕЗ...



На финансовую устойчивость СМИ влияют в первую очередь реклама (36 % считают, что полностью влияет) и инвестиции собственников СМИ (35 %). Государственный информационный заказ не менее важен для финансовой устойчивости СМИ — 33 % считают, что он полностью влияет, но в сумме с ответами «скорее влияет» таких ответов большинство (69 %).

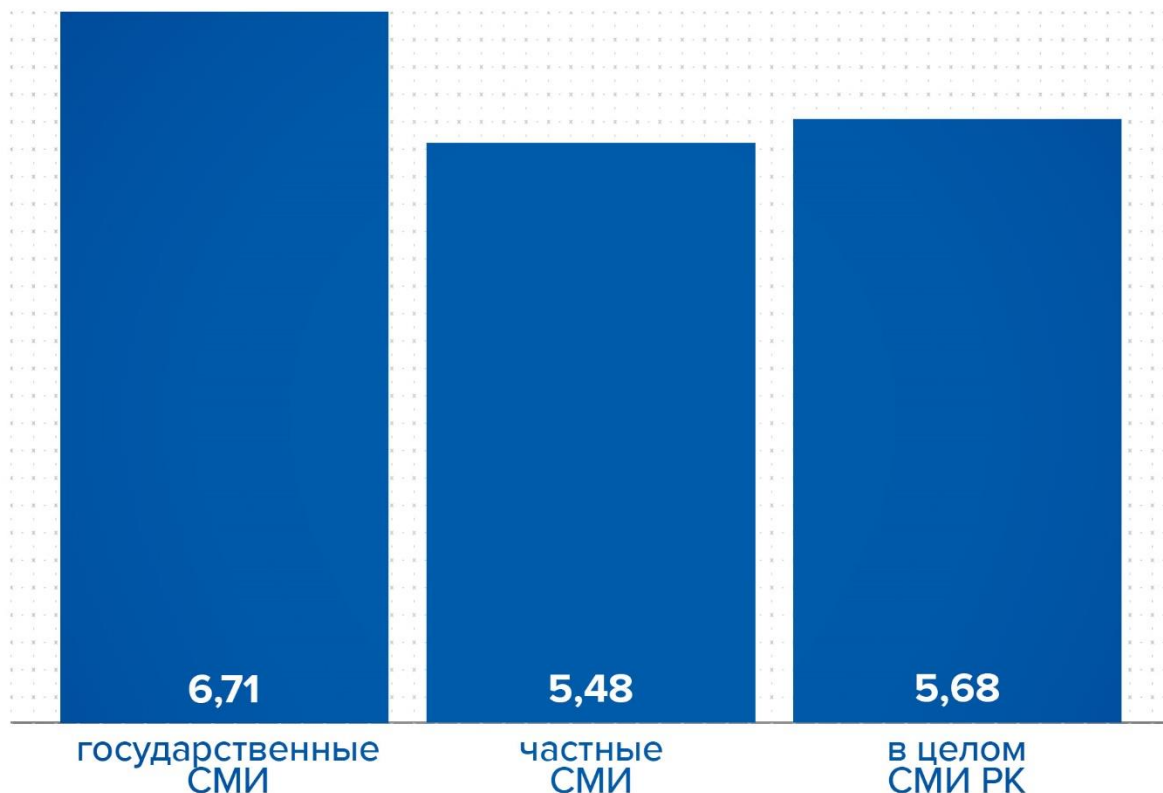
Ответы в отношении PR-материалов частного бизнеса неоднозначны — значительная часть (45 %) считает, что данный фактор влияет на финансовую устойчивость СМИ, 31 % разделяют мнение о среднем влиянии и 24 % считают, что этот фактор не влияет на СМИ.

Мнения различаются в зависимости от представителей СМИ: работающие в государственных СМИ чаще, чем другие коллеги, отмечают влияние государственного информационного заказа на финансовую устойчивость СМИ.

В ходе опроса всем респондентам было предложено оценить уровень финансовой устойчивости СМИ, в которых они работают. Оценка по 10-балльной шкале, где 1 — низкая финансовая устойчивость, а 10 — высокая финансовая устойчивость. В целом по всем СМИ финансовая устойчивость на уровне 5,7 балла, представители государственных СМИ (6,7 балла) оценили финансовую устойчивость своих организаций выше, чем представители частных СМИ (5,5 балла).

Рисунок 5. Средние баллы оценки финансовой устойчивости СМИ РК

СРЕДНИЕ БАЛЛЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СМИ РК



При ответе на вопрос, что может способствовать развитию финансовой устойчивости СМИ, мнения разделились: представители государственных СМИ чаще отмечали необходимость поддержки со стороны государства, постоянное наличие государственного заказа. По их мнению, необходима грантовая поддержка государства в регионах, чтобы было справедливое, не лоббированное распределение средств заказа между СМИ.

Представители частных СМИ высказались, что финансовой устойчивости СМИ могут способствовать многие факторы, но основным, по мнению многих респондентов, является развитие свободного рынка СМИ, основанного на конкуренции, также развитие рекламного рынка и более сбалансированное распределение рекламных бюджетов между ТВ и другими СМИ. Для этого необходимо повышение качества контента, переход на электронную версию издания, поиск новых возможностей в интернете, постоянная профессиональная подготовка журналистов и сотрудников рекламных отделов СМИ. По их мнению, необходимо упразднение госзаказа, уход с рынка СМИ, ориентированных на госзаказ, — эти меры сразу «смоют» с рынка нечитаемые СМИ, и СМИ будут бороться за настоящего рекламодателя, а значит, делать честное и читаемое СМИ. Требуется

улучшение ситуации со свободой слова в стране.

В целом большинство отмечало значительную роль рекламы для финансовой устойчивости СМИ. Отдельные респонденты отметили необходимость разрешения рекламы алкогольной, табачной продукции и лекарственных средств. Также необходимо развитие новых форматов рекламы. Все эти меры будут способствовать финансовой устойчивости казахстанских СМИ.

По мнению участников исследования, развитие СМИ должно соответствовать требованию аудитории, телевидение не должно оставаться только в телевизоре, оно должно присутствовать в интернете. В результате стабильная аудитория обеспечит рейтинги, а это, в свою очередь, — рекламодателей. Необходимо чёткое определение потребителя, современные методы подачи материала, отсутствие давления государственных органов на политику СМИ.

- *СМИ должны в полной мере освоить интернет. Вся реклама ушла в интернет, и рекламодатели перестали работать с ТВ и газетами. Надо отменить тендеры.*
- *Стабильная работа по всем вышеперечисленным источникам финансирования. СМИ, которые полностью зависят от одного источника, в данном случае госзаказ и личные средства собственника, легко попадают под давление и вынуждены заниматься однобокой журналистикой, такой, какой угодно диктатуре источника финансов. Наличие нескольких источников позволяет соблюсти баланс интересов и сохранить свободу выражения.*

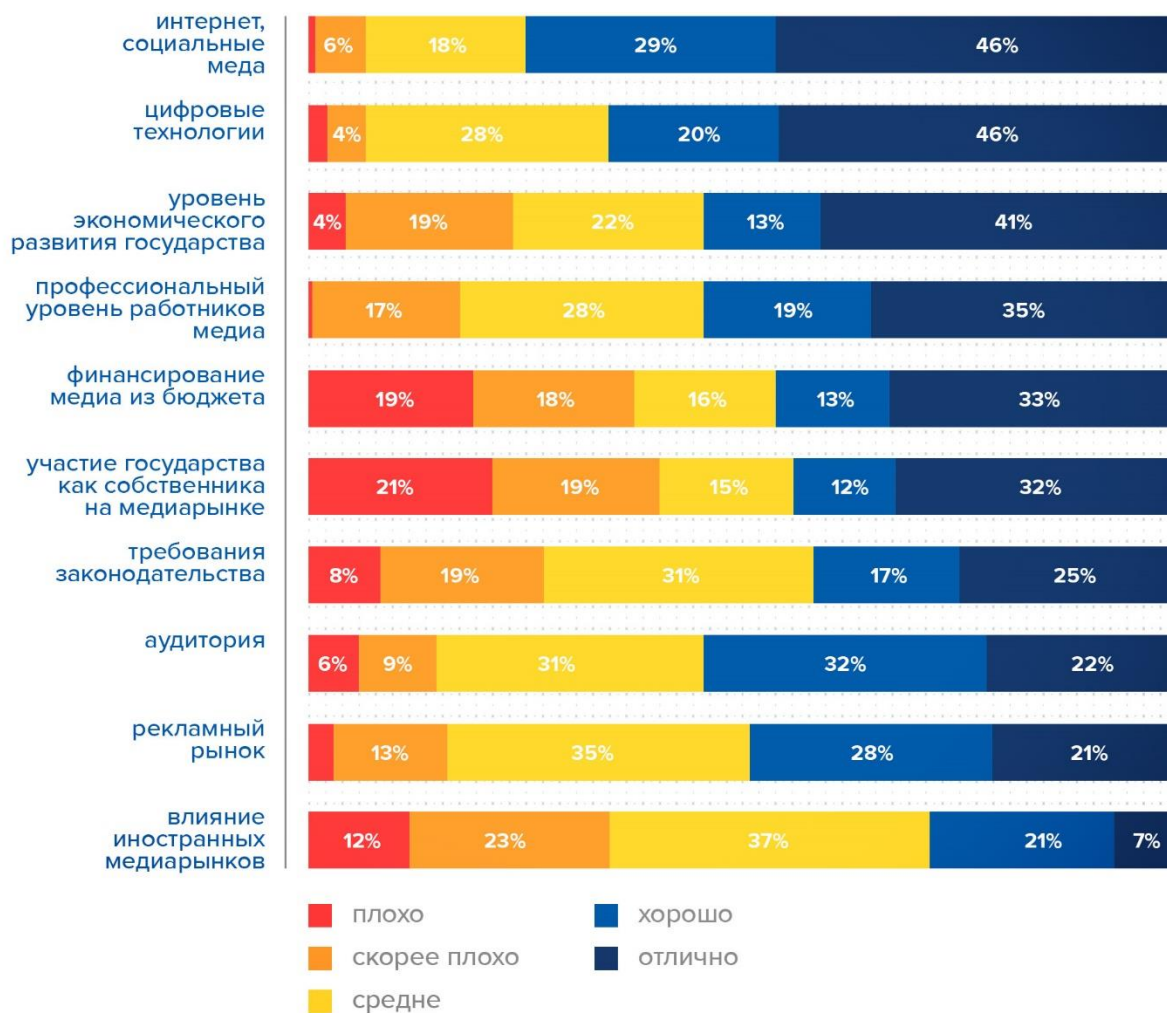
ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА МЕДИАРЫНОК КАЗАХСТАНА

Какие факторы влияют на развитие медиарынка в Казахстане? Участникам опроса было предложено оценить, как каждый из факторов влияет на медиарынок в Казахстане в диапазоне от 1 до 5 баллов. Наибольшее положительное влияние, по мнению большинства представителей СМИ, оказывают интернет, социальные медиа и цифровые технологии.

Отрицательное влияние на медиарынок РК оказывают такие факторы, как финансирование медиа из бюджета, участие государства как собственника на медиарынке, также отрицательное влияние оказывают иностранные медиарынки.

Рисунок 6. Оценка представителями СМИ влияния факторов на медиарынок РК

ОЦЕНКА ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ СМИ ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ НА МЕДИАРЫНОК РК



Большинство представителей СМИ разделяют мнение, что инвесторы, рекламодатели, госорганы, финансирующие СМИ, влияют на редакционную политику, как отметил один из участников опроса:

«Кто платит, тот и заказывает музыку — такое мнение у власти и деньги имущих. Это компромисс с честностью и совестью. Здорово, если у кого-то совпадает личное мнение и мнение редакции».

Некоторые из представителей государственных СМИ считают такое влияние оправданным. Представители частных СМИ чаще считают, что это неоправданное влияние, и зачастую оно носит отрицательный характер. Также мнения разделились в отношении степени влияния: часть представителей СМИ считает, что госорганы оказывают сильное влияние на редакционную политику, и у них нет выбора, кто-то

считает, что влияние среднее, и есть респонденты, отметившие незначительное влияние на СМИ. Представляется, что это зависит от типа поселения, в котором работает СМИ: сильное влияние на редакционную политику наблюдается в региональных и центральных СМИ. Согласно мнению опрошенных, в Алматы и Нур-Султане есть СМИ, на которые либо совсем не оказывается влияние, либо оно незначительное.

Также опрос показал, что есть независимые СМИ, в которых, по мнению небольшого числа респондентов, нет влияния со стороны инвесторов, рекламодателей или госорганов: **«В нашем случае не влияют никак. Мы сами отбираем рекламу. Берём не всех»; «В нашем случае практически не влияют»; «В разных СМИ по-разному. В одних влияние очень сильно, в других — нет».**

- *Всё зависит от конкретных СМИ, но, как правило, влияние крайне высоко. Этот уровень влияния на редакционную политику не оправдан, поскольку у казахстанских журналистов и так зашкаливает уровень самоцензуры.*
- *Всё зависит от того, насколько СМИ зависит от источника финансирования. Если это газета, портал или телеканал, который принадлежит акимату, естественно, это влияние будет определяющим, и никто не будет рассуждать, что оно неоправданное. Редакция изначально понимает условия и соглашается с ними. Другое дело, когда на политику медиа пытаются влиять, не делая «финансовой погоды». Условно говоря, рекламодателя или госорган, который заказал одну статью, а потом, как бы по старой дружбе, пытается диктовать тебе условия, можно спокойно и даже с удовольствием посылать подальше. Но, на мой взгляд, умный заказчик, кем бы он ни был, должен понимать, что в СМИ должна быть свобода (хотя бы до определенной степени) — только тогда оно будет интересным и востребованным. Иначе это будет никому не нужная агитка. Но у нас, к сожалению, этого не происходит.*
- *Все имеют разное влияние. Абсолютно неоправданным считаю влияние госорганов. Все пытаются повлиять, могу оправдать только собственника.*
- *Всякий источник финансирования в той или иной мере влияет на редполитику. Особенно в Казахстане. В меньшей степени это касается рекламодателей.*
- *Госорганы сильно влияют. Это неоправданно. Госорганы в лице Управления внутренней политики диктуют, какие темы не выдавать, и навязывают дежурные съёмки и таких же спикеров.*
- *Госорганы в регионах диктуют из-за госзаказа. Госорганы имеют достаточно рычагов влияния, чтобы заставить СМИ подавать материалы в нужном ключе.*
- *Госорганы полностью влияют на все 100 % и даже 1000 %!!! Частные компании, с которыми есть сотрудничество, также запрещают публиковать о себе негатив.*
- *Влияние инвестора неизбежно, вопрос лишь в том, чтобы предоставить СМИ свободу выбора инвестора и представления его интересов.*
- *Рекламодатели и госорганы влияют на редакционную политику только когда материалы касаются их.*
- *Влияние незначительное. Каждый случай неоднозначный и рассматривается детально. В последнее время госорганы стали более сговорчивыми, и отношения по госзаказам строже по принципам рыночных условий.*

- *Влияют, но не сильно, так как политика издания остаётся на усмотрение редактора. Вместе с тем, окончательное решение по принципиальным вопросам остаётся за учредителем.*
- *Достаточно сильно влияют. В конечном итоге всё зависит непосредственно от человека, владеющего медиа и распределяющего его доходы. В моём случае влияние чаще оправданно.*
- *Влияют достаточно сильно. Оправданным не считаю: умный инвестор должен понимать, что его инвестиции должны приносить деньги. Некачественное СМИ прибыли не принесёт.*
- *Если материал проплачен, влияние сильное, если не выполнишь условия, больше денег не дадут. Оправданно. Медиа — это бизнес.*
- *Никакое влияние на СМИ не оправданно, СМИ должны быть независимы.*
- *Нормальные инвесторы влияют очень аккуратно, взвешенно и только в случае крайней необходимости. Рекламодатели идут лесом, и ни одно нормальное СМИ не должно под них прогибаться. А госорганы просто диктуют и указывают в режиме 24/7 что писать, а о чём молчать.*
- *Практически не влияют. Есть определённый круг лиц в стране, про которых не пишет никто. Все знают эти имена, и ни одно СМИ негласные правила не нарушает. С остальными вопросами можно решить без проблем.*
- *С влиянием можно бороться и договариваться.*
- *Сильно влияют на любое СМИ, зарегистрированное в Казахстане. С точки зрения достоверной и полной информации абсолютно не оправданно. С точки зрения манипулирования мнением общественности вполне оправданно.*
- *Это влияние тотальное. Оно понятно с точки зрения владельца бизнеса — он вынужден лавировать в имеющихся условиях. Но все ограничения привели к деградации СМИ.*

Кто из источников финансирования СМИ оказывает наиболее сильное влияние на редакционную политику и работу журналистов? Анализ ответов на этот вопрос показал, что чаще всего были отмечены госинформзаказ, власти, госорганы, учредители, собственники.

- *Государство в лице МИОР, собственник и его родственники и друзья, бизнес-интересы, потребитель и кликабельность.*
- *Любой источник, который обеспечивает журналистов, оказывает на них своё влияние, не даёт себя игнорировать.*
- *МИОР. Госзаказ — самый сильный инструмент влияния. Причём зачастую редакторы и собственники СМИ даже не пытаются договориться или найти компромисс, просто исполняют то, что от них просят.*
- *На некоторые СМИ — госорганы, другие — инвесторы, третьи — реклама и PR.*
- *Опять же, смотря какое СМИ. Но, если говорить в целом, сейчас, наверное, государство, довольно часто оно же — собственник.*
- *При чём здесь источники финансирования? На редакционную политику любого СМИ наиболее сильное влияние оказывает владелец СМИ.*

По вашему мнению, какие ещё факторы и как влияют на развитие СМИ в Казахстане? При ответе на этот вопрос респонденты выразили различные мнения, не отражающие прямого ответа на поставленный вопрос. Но, изучая ответы, можно заметить, что, по мнению участников исследования, на развитие СМИ влияет всё происходящее в стране, в том числе проводимая государством политика:

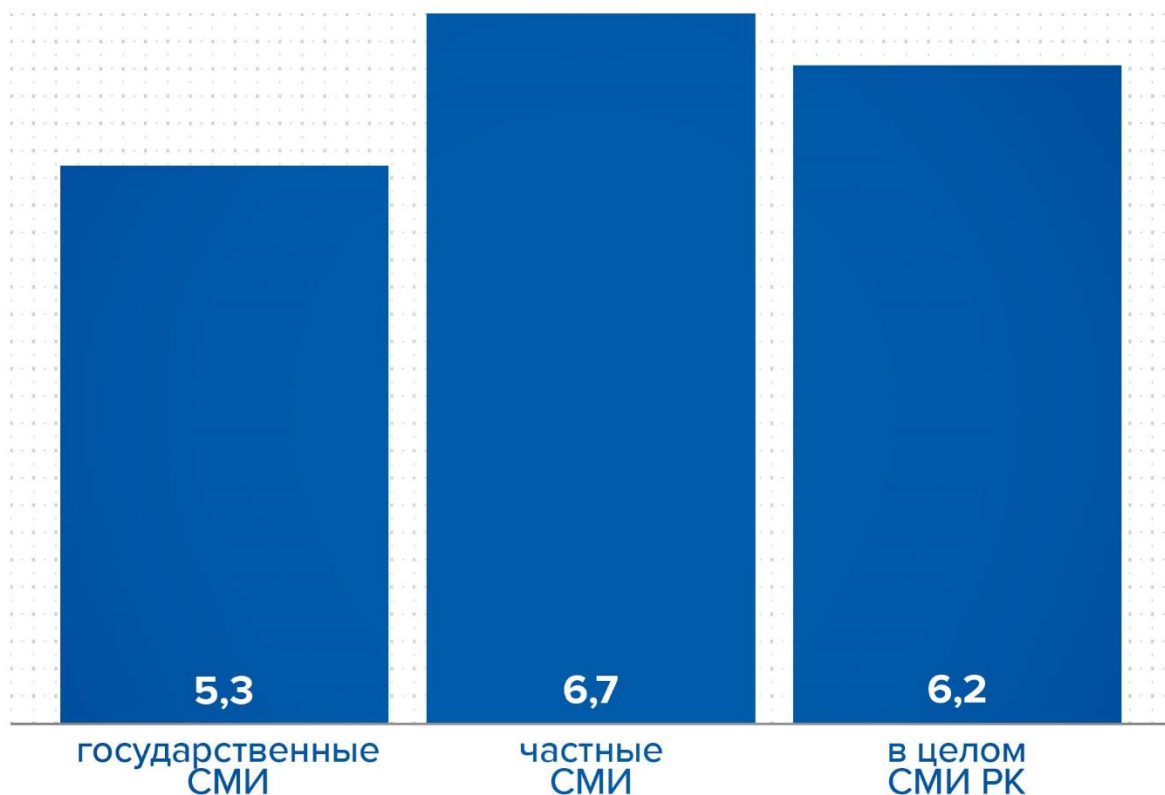
- *В настоящий момент СМИ перемещаются в соцсети, где не работают привычные правила. Государство финансирует отделы контрпропаганды, которые смешивают факты и ложь. Аудитория отходит от объективной информации в сторону того, что ей больше понятно и нравится.*
- *Вкусы аудитории (желтуха, криминал), фейк-ньюс, погоня за трафиком.*
- *Всё влияет, даже погода.*
- *Депопуляция русскоязычной аудитории.*
- *Закрытость госорганов.*
- *Застой в политике.*
- *Низкая покупательская активность населения.*
- *Открытость информации со стороны госорганов, качественное информирование СМИ.*
- *Отсутствие культуры подписки. Это не позволяет особо развиваться небольшим профессиональным медиа.*
- *Отсутствие общественного объединения, которое представляло бы интересы СМИ на правительственном уровне.*
- *Позитивно — семинары, пресс-туры и тренинги, организуемые международными организациями и их представительствами, компаниями.*
- *Политическая ситуация в стране, скрытое навязывание повестки дня государством.*
- *Постсоветский «синдром товарища майора». Страх мести. Ни одного случая наказания за препятствование работнику СМИ и множество случаев наказания журналистов.*
- *Самоцензура.*
- *Свобода слова и мысли.*
- *События, вызывающие общественный резонанс.*
- *Степень открытости/закрытости источников позитивно и негативно соответственно. Несвоевременность ответов госорганов на запросы журналистов — негативно, перенасыщение рынка «похожими СМИ», большая конкуренция — негативно.*
- *Суды над журналистами, запреты на профессию.*
- *Общий уровень образования и культуры в стране.*
- *Участие Казахстана в определённых международных организациях. Его обязательства по отношению к конкретным странам мира. Качество проводимых для журналистов тренингов и обучающих семинаров.*
- *Языковое деление.*

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОСНАЩЕНИЕ / УСЛОВИЯ ТРУДА

В ходе опроса респонденты оценивали уровень комфортности офиса и здания, в котором располагается их СМИ, оценка была по 10-балльной шкале, где 1 — наименьший уровень комфорта и 10 — максимальный уровень комфорта. Насколько комфортны для работы офис и здание, в которых работают сотрудники? В среднем оценка составила 6,2 балла из 10. Наблюдаются различия в оценках в разрезе форм собственности, представители государственных СМИ оценивают комфорт своего места работы ниже, чем представители частных СМИ.

Рисунок 7. Средний балл оценки уровня комфортности офиса СМИ

СРЕДНИЙ БАЛЛ ОЦЕНКИ УРОВНЯ КОМФОРТНОСТИ ОФИСА СМИ



Аналогична оценка здания в целом, в котором расположено СМИ, в среднем по всем СМИ оценка равна 6,2 балла, представители государственных СМИ также оценили здания своих СМИ ниже (5,3), чем представители частных СМИ (6,6).

Опрос показал, что материально-техническое оснащение сотрудников СМИ для осуществления своей профессиональной деятельности хорошее. Для данной оценки участникам опроса задавался вопрос: «Насколько полно материально-техническое

оснащение всех сотрудников СМИ для осуществления их профессиональной деятельности?».

Большинство сотрудников обеспечены всем необходимым для работы: есть организованное рабочее место (93 %), в большинстве офисов СМИ есть компьютеры для всех сотрудников (74 %), бесперебойный доступ к интернету (73 %), наличие техники для работы согласно специфике СМИ (61 %).

Хуже обстоят дела с наличием необходимых технических помещений (студии для записи видеопрограмм, для записи звука, помещения для монтажа и т. п.) — обеспечены около половины СМИ (49 %).

И совсем плохо с наличием комнат отдыха/кухни для сотрудников — большинство офисов СМИ (58 %) не имеют подобных помещений.

Большинство сотрудников СМИ отметили, что им не оплачиваются расходы на связь (65,4 %) и использование личного транспорта (68,4 %). Эти расходы оплачиваются частично почти каждому пятому представителю СМИ: расходы на связь (19,9 %) и использование личного транспорта (18,4 %). Полностью оплачиваются расходы у 13-15 % сотрудников СМИ.

Анализ в разрезе форм собственности СМИ показал, что чаще расходы оплачиваются в частных СМИ, чем в государственных.

УРОВЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ, ФИНАНСОВОЙ И ТВОРЧЕСКОЙ УДОВЛЕТВОРЁННОСТИ

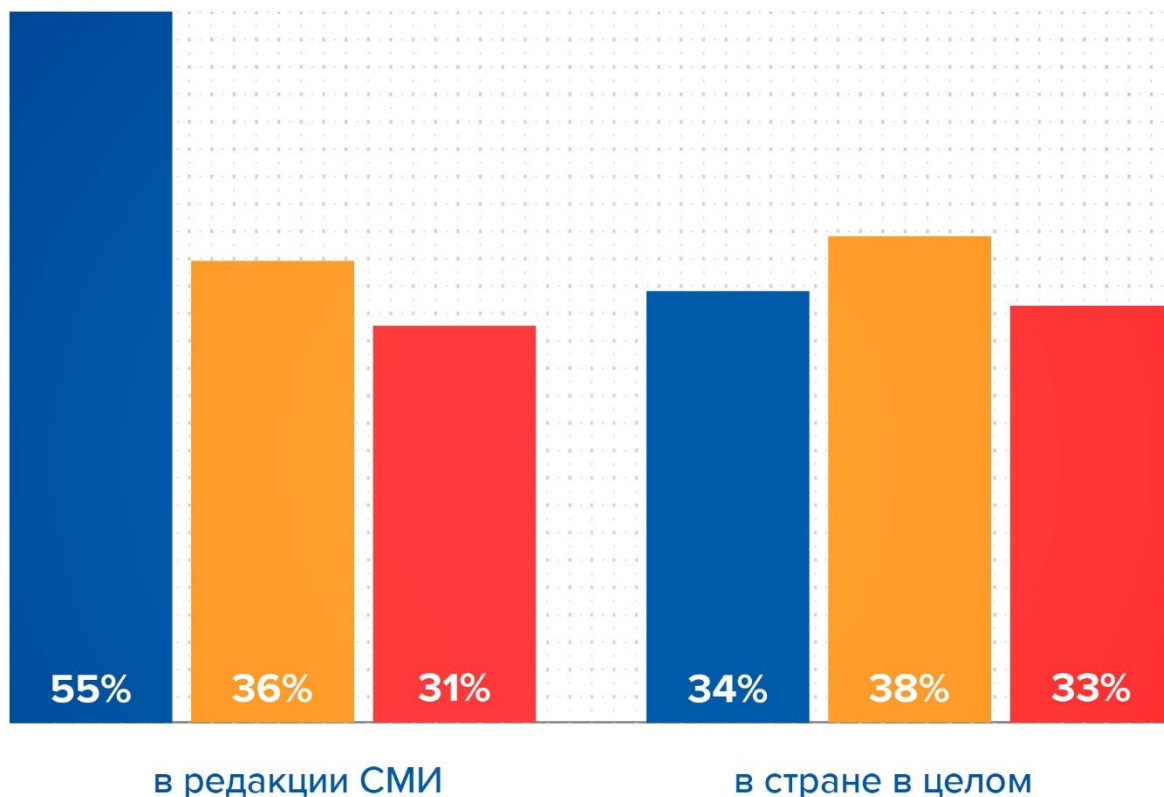
В этом отчёте уже обозначалось, что большинство сотрудников СМИ (59,6 %) не имеет профессионального журналистского образования. Какова в целом доля профессиональных журналистов в редакциях СМИ и в стране? На этот вопрос невозможно получить точный ответ. Тем не менее, в ходе исследования респондентов попросили дать субъективную оценку доли профессиональных журналистов в их редакциях и в стране в целом.

Назывались различные проценты — от 1 до 100 — профессиональных и непрофессиональных журналистов. Оценивая средние значения, следует отметить, что коллег, работающих в одной редакции, респонденты оценили выше, т. е. чаще отмечали высокие доли профессиональных журналистов в своей редакции, тогда как в целом по стране ставили процент таких журналистов ниже. В отношении журналистов среднего уровня и ниже (непрофессиональные журналисты) оценки совпали.

В целом по стране, согласно полученным оценкам, значительную долю (38 %) составляют журналисты среднего уровня, профессиональных журналистов около трети (34 %), остальную треть составляют непрофессиональные журналисты.

Рисунок 8. Средние значения доли профессиональных и непрофессиональных журналистов в редакциях СМИ и в стране в целом (по оценке участников опроса)

ПРОФЕССИОНАЛИЗМ ЖУРНАЛИСТОВ В СМИ И СТРАНЕ В ЦЕЛОМ



- доля профессиональных журналистов в редакции
- доля журналистов среднего уровня
- доля непрофессиональных журналистов в редакции

Уровень удовлетворённости сотрудников финансовым вознаграждением за работу в СМИ на среднем уровне — 3,2 балла из 5. Оценка проходила по 5-балльной шкале, где 1 — низкий уровень удовлетворённости, а 5 — высокий уровень удовлетворённости.

Наиболее часто называемое значение — 3 балла (43,4 %), низкие оценки уровня удовлетворённости (1-2 балла) поставили 23,5 % респондентов, удовлетворены финансовым вознаграждением за работу в СМИ около трети сотрудников медиарынка (33,1 %).

Далее представителям СМИ был задан вопрос: «Какой уровень оплаты труда вы считаете адекватным в профессии журналиста? Напишите, пожалуйста, сумму в тенге».

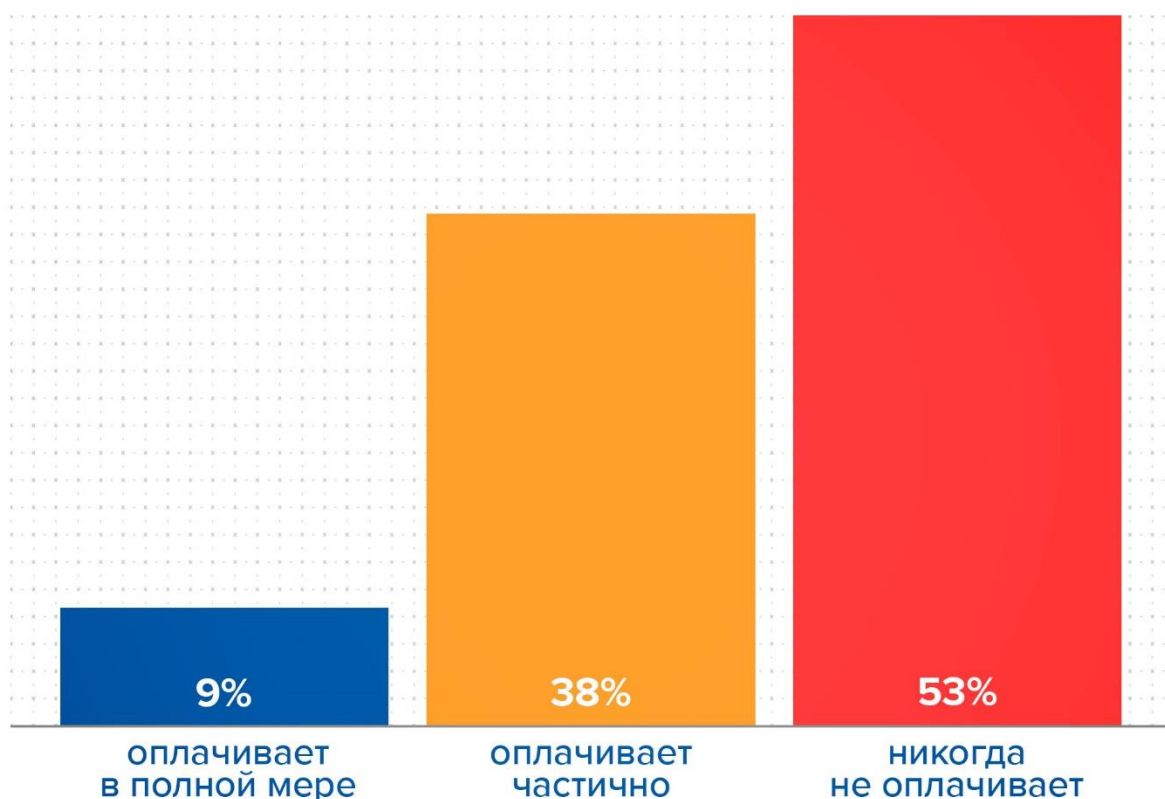
Обозначены разные суммы, минимум 150 000 тенге, максимум 1 млн тенге. Чаще всего были отмечены суммы в 300 тысяч и 500 тысяч. В целом исследование показало, что среднее значение уровня оплаты труда журналистов — 400 тысяч тенге в месяц.

Около половины представителей СМИ (53 %) отметили, что им никогда не оплачивают сверхурочную работу. Значительной части (38 %) сверхурочная работа оплачивается частично, и лишь почти каждому десятому (9 %) полностью оплачивают сверхурочную работу.

Ответы о полной оплате сверхурочной работы сотрудников чаще распространены среди представителей частных СМИ, чем среди представителей государственных СМИ.

Рисунок 9. Оплачивает ли ваш работодатель сверхурочную работу?

ОПЛАЧИВАЕТ ЛИ ВАШ РАБОТОДАТЕЛЬ СВЕРХУРОЧНУЮ РАБОТУ?



Участники опроса выразили мнения, свои пожелания об изменениях в организации работы, а также системе оплаты труда работников СМИ. Абсолютное большинство разделяет мнение, что необходимо повышение уровня оплаты труда и справедливая нагрузка. Здесь мнения разделились, часть представителей СМИ — за гонорарную систему оплаты, основанную на количественных показателях, другая часть — за то, чтобы уйти от гонорарной системы и платить хорошие оклады в зависимости от эффективности

каждого. Что, в принципе, одинаково, основное — это оплата по показателям эффективности труда. Многие респонденты говорили об отсутствии мотивации работать в СМИ либо о необходимости работать над повышением мотивации сотрудников. Отдельные респонденты отметили проблему несвоевременной оплаты труда и частичную оплату.

В отношении организации труда отмечены необходимость тренингов, более свободного графика работы. Также были отмечены пожелания официально оформлять журналистов на работе, со всеми положенными отчислениями. Также были обозначены и другие мнения:

- *Ввести аттестацию ежегодную, но для этого нужны и адекватные оценочные критерии, не только количество просмотров материалов.*
- *Ввести систему опционов. Журналисты должны знать состояние финансовых дел издания, в котором они работают, и получать стимулирование через получение части прибыли издания. Это будет мотивировать их работать лучше, с полным пониманием своей ответственности.*
- *Вообще непонятно, как платят. Всем одинаково плохо, нет стремления работать лучше и больше, чтобы было больше просмотров на сайте.*
- *Здесь не учитываются интересы представителей других профессий, таких как фотографы и операторы, а без них нельзя сделать хороший материал. Таким сотрудникам мало платят и считают их неважными в работе, только журналистов.*
- *Когда стоит вопрос выживания СМИ, когда стоит вопрос, а можно про это или про то писать, говорить об организации работы — такой себе приоритет. Тут выбираешь, подходит ли тебе СМИ с точки зрения общих ценностей, остальное вторично.*
- *Хотелось бы, чтобы при оплате труда журналиста учитывалась инфляция.*
- *Нам нужен профессиональный, работающий Союз.*
- *Не считаю необходимым менять систему. Каждый вправе работать так, как ему комфортно, и зарабатывать столько, сколько ему необходимо.*
- *Необходима плата за работу в выходные и праздничные дни, но в частном СМИ это сложно.*
- *Низкая зарплата заставляет журналистов уходить из профессии, поэтому так мало профессионалов в регионах, более-менее в республиканских СМИ платят, но и там тоже мало.*
- *Чтобы оплата больше зависела от количества читателей и их оценки работы журналиста.*
- *Я считаю, что журналисты зачастую уходят из СМИ именно из-за низкой оплаты труда, нужно повышать оклады в связи с тем, что работа творческая, эмоционально сложная, много ответственности берёшь на себя. Нужно давать больше свободы для творчества, не загоняя в рамки.*
- *Ставки в целом в системе СМИ должны быть выше, чем сейчас для всех категорий. С ростом профессионализма должна расти и зарплата.*
- *Хотелось бы, чтобы профессия была более высокооплачиваемой. Например, за счёт коллег, которые используют твои материалы на своих платформах. Они в лучшем случае дают ссылку. Мне кажется, было бы справедливо, если бы автору*

статьи, которая появляется в других СМИ, платили за использование его материалов не только в его родной редакции.

Что бы вы хотели изменить для того, чтобы ваша профессия соответствовала вашим ожиданиям? В ответ на этот вопрос участники опроса выразили различные ответы-пожелания. Все пожелания сводятся к четырём основным:

- отменить ограничивающие законы и госзаказ, всё остальное отрегулирует рынок. Рынок естественным образом избавится от балласта в виде нежизнеспособных СМИ, журналистов и блогеров, начнёт возрождаться конкуренция, стартует борьба за читателя-зрителя, пойдёт повышение качества и оперативности контента, редакции станут гибче в применении инструментов привлечения аудитории, повысится престиж профессии и появится самоуважение;
- больше возможностей для профессионального роста, больше интересных событий, мероприятий, встреч, тренингов. Обучаться и развиваться. Возможность частых выездов в командировку;
- свобода слова. Дать больше свободы журналистам, возможность для СМИ публиковать более широкую палитру публикуемых данных. Больше открытости государственных органов, т. к. очень тяжело стало получать комментарии. Меньше цензуры;
- повышение уровня оплаты труда, своевременные выплаты. Хотели бы, чтобы СМИ были независимы от государства, но очень хорошо зарабатывали на рекламе, при этом рекламодателей было бы так много, чтобы никто из них не смог бы диктовать СМИ редакционную политику.

Комментарии и пожелания представителей СМИ

В конце опроса представителей СМИ попросили поделиться своими комментариями или предложениями по теме опроса. Большинство отметило необходимость и важность подобных исследований, а также поблагодарило за его организацию. Участники опроса выразили надежду на ознакомление с результатами этого исследования, но не все верят, что оно будет способствовать изменениям в сфере СМИ.

Отдельные представители СМИ выразили недовольство длительностью опроса, отметили, что заполнение анкеты опроса занимает много времени, также были обозначены ограничения данного исследования:

- *Всё зависит от цели данного опроса. В очередной раз заявить, что в Казахстане нет свободной прессы — в самый раз. Если это действительно попытка понять потребности медиарынка, то данный опросник не даст желаемого результата. Слишком узко. Например, вопрос по з/п. Что для Семипалатинска будет считаться нормальными деньгами, то для Алматы очень мало.*
- *Всё учтено, всё нормально. Разве что по жилищному вопросу для работников СМИ если ввело бы государство какие-то вещи, было бы интересно.*

- *Не на каждый вопрос можно дать однозначный, короткий ответ, из-за этого опрос отнимает больше времени, чем мне хотелось бы на него потратить.*
- *На мой взгляд, не учтён такой важный фактор, как политический режим в стране, что напрямую влияет на развитие СМИ и свободу слова.*
- *На некоторые поставленные вопросы нет ответа, так как не владею информацией. Также интересует, где будут использованы результаты этого опроса.*
- *Не на все вопросы может дать ответы простой журналист, это больше для руководителей. Непонятно предназначение самого опроса. Вы собираетесь как-то решить финансовые вопросы СМИ?*
- *Не раскрыт аспект цензуры, как государственной, так и самоцензуры журналиста. К примеру, госзаказ для медиа за несколько лет формирует у журналистов определённые «границы». Мне было бы интересно узнать, насколько это тяготит моих коллег, и хотели бы они изменить эту ситуацию?*
- *Не раскрыт вопрос повышения квалификации журналистов — достаточно ли учебных материалов, тренингов, семинаров для получения новых навыков. Главное — хотят ли журналисты расти профессионально, особенно остро это касается тех, кто более 10-15 лет в профессии.*
- *Некоторые вопросы лишние, я не владею информацией про финансирование и не хочу оценивать коллег по уровню профессионализма.*
- *Хотелось бы более измеримых параметров для ответов на вопросы.*

Любое проведённое исследование — это своего рода канал обратной связи, позволяющий измерить отношение общества в целом или какого-либо профессионального сообщества к качеству проведения и исполнения политики в определённой сфере. Участие в исследовании заставляет задуматься, отрефлексировать свои взгляды по изучаемым вопросам. Данное исследование — не исключение, некоторые представители СМИ отметили это, порассуждали о предмете опроса:

- *Опрос выявил то, что на самом деле я плохо знаю законодательство. И, пожалуй, это проблема не только нашей профессиональной среды.*
- *Хорошую работу делаете, изучаете, что не то в журналистике. Лично знаю, что не все хорошо, а по делу не могу даже объяснить. Поэтому такие, как я, люди начинают задумываться, что не так и что надо делать. Поэтому спасибо!*
- *Очень надеюсь, что смогу принять участие в ваших мероприятиях, которые вы анонсируете на своем сайте. Я дважды подавала заявки, один раз не прошла, может быть, вторая «сработает».*
- *Тема хорошая и правильная, только, наверное, нужно отвечать спокойно и вдумчиво, а не «бегом-бегом».*
- *У нас есть государственные СМИ и независимые СМИ, от которых ничего не зависит. На сегодняшний день заниматься по-настоящему журналистикой могут себе позволить только журналисты иностранных СМИ.*
- *Мне кажется, все наши болячки и проблемы возникают по нашей вине. Надо организоваться и быть активным в отстаивании своих интересов. Журналистам и хорошим людям надо объединяться.*

- *Это исследование важно для понимания спроса/предложения, а также анализа свободы слова и определения зависимости зрителя/читателя от формата потребляемой информации.*
- *Хотелось бы, чтобы медиасообщество стало более объединённым, и здесь важны мероприятия и работа, проводимая союзами, объединениями, в т. ч. «Әділ сөз», Internews и др. Важно, чтобы изменения в законы вносились, исходя из предложений медиасообщества, а не абстрактно или в угоду госаппарату.*
- *Я считаю, что в Казахстане настоящий, не джинсовый журналист — это явление вымирающее. Таких людей немного, и это нужно исправлять. Как минимум — защитить свободу слова СМИ. (Опять-таки не доводя до абсурда и не позволяя нести отсебятину). Обеспечить правовую безопасность журналиста. Обеспечить беспрепятственный доступ к информации. Проводить школы и медиатренинги для тех, кто видит себя только в этой профессии и нигде больше.*

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ВЫВОДЫ: 10 ГЛАВНЫХ ПРОБЛЕМ СМИ

Выборка исследования репрезентирует представителей СМИ различных форм собственности (государственные, частные), также опросом охвачены журналисты, работающие по договору на различные СМИ. В опросе приняли участие представители казахоязычных и русскоязычных СМИ. По занимаемой позиции — это собственники медиаорганизаций, руководители, журналисты, сотрудники, причастные к созданию контента. Участники опроса имеют различный стаж работы в СМИ — от нескольких месяцев до 40 лет, в среднем стаж работы в СМИ составляет 15 лет. Большинство респондентов (59,6 %) не имеет профессионального журналистского образования. Таким образом, результаты, представленные в настоящем отчёте, отражают мнения различных представителей казахстанских СМИ.

Результаты исследования показали, что большинство представителей СМИ (77-82 %) в различной степени удовлетворено своей творческой, профессиональной и гражданской сторонами жизни. Но в то же время были обозначены проблемы казахстанского медиарынка: недостаточное развитие свободы слова, препятствия со стороны представителей государственных органов, недостаточный профессиональный уровень значительной части журналистов.

Исследование показало, что основными потребностями представителей СМИ являются:

- **Защищённость на законодательном уровне.** Результаты опроса свидетельствуют, что большинство работников СМИ (59 %) не чувствует себя защищённым на законодательном уровне, около четверти (24 %) затруднились ответить на поставленный вопрос. Абсолютное большинство разделяет мнение, что некоторые законы или поправки в них осложнили профессиональную деятельность работников СМИ. В целом 60 % считают, что виной тому — все последние изменения в законе о СМИ. В частности, были отмечены различные осложнения, все они отражены в настоящем отчёте. По мнению представителей медиарынка, в закон «О СМИ» регулярно вносятся изменения, ослабляющие позицию журналистики, законодательство постепенно всё больше и

больше осложняет работу СМИ в Казахстане. Также отдельными представителями СМИ было отмечено, что закон РК «О доступе к информации» не соответствует международным стандартам свободы слова. Вместе с тем было отмечено, что работу СМИ осложняют не законы, которые при всём их несовершенстве терпимы, а трактовка этих законов прокурорами, судьями, представителями исполнительной власти.

- **Давление на редакционную политику СМИ.** Высокий уровень контроля со стороны государства, цензура и самоцензура были названы причинами, ограничивающими развитие СМИ. Отмечалось также, что попытки диктовать условия предпринимают также рекламодатели и бизнес-компании, размещающие в СМИ PR-материалы.
- **Развитие всех видов журналистики, не только информационной.** В целом 88 % представителей СМИ считают, что казахстанская журналистская деятельность не развивается. Из всех видов журналистики наиболее развивается информационная журналистика (данное мнение разделяют 75 % респондентов). Не развивается расследовательская журналистика (79 %), также не развивается аналитическая журналистика (69 %). Основными барьерами на пути развития журналистики в Казахстане являются: контроль и цензура со стороны государства, зависимость журналистов от руководства, представителей властей различного уровня и госзаказа; низкий уровень оплаты журналистского труда и низкий уровень профессиональной подготовки журналистов в соответствии с современными требованиями.
- **Повышение престижа профессии журналиста.** Представители СМИ также обозначили, что профессия журналиста потеряла престиж, уважительное отношение, и, как следствие, многие работники медиарынка заинтересованы лишь в материальной составляющей, а не в самосовершенствовании и профессиональном развитии.
- **Неоднозначна ситуация с развитием финансовой устойчивости СМИ.** Представители государственных СМИ чаще отмечали необходимость поддержки со стороны государства, постоянное наличие государственного заказа. По их мнению, необходима грантовая поддержка государства в регионах, чтобы было справедливое, не лоббированное распределение средств заказа между СМИ. Представители частных СМИ считают, что финансовой устойчивости СМИ могут способствовать многие факторы, но основным является развитие свободного рынка СМИ, основанного на конкуренции, развитие рекламного рынка и более сбалансированное распределение рекламных бюджетов между ТВ и другими СМИ. Для этого необходимо повышение качества контента, переход на электронную версию издания, поиск новых возможностей в интернете, постоянная профессиональная подготовка журналистов и сотрудников рекламных отделов СМИ.
- **Государственный информационный заказ как негативный фактор, влияющий на СМИ.** По мнению журналистов, необходимо упразднение госзаказа, уход с рынка СМИ, ориентированных на госзаказ, — эти меры уберут с медиарынка нечитаемые СМИ,

начнётся борьба за настоящего рекламодателя, что будет стимулировать делать честное и читаемое СМИ. В настоящее время финансовая устойчивость СМИ на уровне 5,7 балла из 10. Представители государственных СМИ (6,7 балла) оценили финансовую устойчивость своих организаций выше, чем представители частных СМИ (5,5 балла).

- **Баланс труда и отдыха.** Опрос показал, что материально-техническое оснащение сотрудников СМИ для осуществления своей профессиональной деятельности хорошее. Большинство сотрудников обеспечены всем необходимым для работы: есть организованное рабочее место (93 %), в большинстве офисов СМИ есть компьютеры для всех сотрудников (74 %), бесперебойный доступ к интернету (73 %), наличие техники для работы согласно специфике работы СМИ (61 %). Хуже обстоят дела с наличием необходимых технических помещений (студии для записи видеопрограмм, для записи звука, помещения для монтажа и т. п.) — ими обеспечены около половины СМИ (49 %). Плохо с наличием комнат отдыха/кухни для сотрудников — большинство офисов СМИ (58 %) не имеет подобных помещений. 53 % представителей СМИ отметили, что им никогда не оплачивают сверхурочную работу. Значительной части (38 %) сверхурочная работа оплачивается частично и лишь почти каждому десятому (9 %) полностью оплачивают сверхурочную работу. Ответы о полной оплате сверхурочной работы сотрудников чаще распространены среди представителей частных СМИ, чем среди представителей государственных СМИ.
- **Повышение уровня оплаты труда и справедливая нагрузка.** Уровень удовлетворённости сотрудников финансовым вознаграждением за работу в СМИ на среднем уровне — 3,2 балла из 5. Абсолютное большинство разделяет мнение, что необходимо повышение уровня оплаты труда. Многие респонденты говорили об отсутствии мотивации работать в СМИ либо о необходимости работать над повышением мотивации сотрудников. По результатам опроса среднее значение адекватного уровня оплаты труда журналистов — 400 тысяч тенге в месяц. Отдельные респонденты отметили проблему несвоевременной оплаты труда и частичной оплаты. Большинство сотрудников СМИ отметили, что им не оплачиваются дополнительные расходы на связь (65 %) и использование личного транспорта (68 %). Анализ в разрезе форм собственности СМИ показал, что чаще расходы оплачиваются в частных СМИ, чем в государственных.
- **Справедливая нагрузка, соблюдение трудовых прав.** Справедливая нагрузка многими журналистами называлась одной из важных мотивирующих составляющих. Ненормированный рабочий день, несоблюдение трудовых прав, высокая нагрузка — причины, по которым опытные журналисты уходят из СМИ в другие профессии.
- **Профессиональная подготовка журналистов.** В целом по стране, согласно полученным оценкам самих представителей СМИ, значительную долю (около 40 %) составляют журналисты среднего уровня, профессиональных журналистов около трети (30 %), остальную треть составляют непрофессиональные журналисты. Исследование показало, что есть потребность в постоянном повышении квалификации журналистов. Участники опроса выразили пожелание обучаться и развиваться: больше возможностей

для профессионального роста, больше интересных событий, мероприятий, встреч, тренингов.

Представители СМИ, участвовавшие в данном опросе, отметили необходимость и важность подобных исследований, а также поблагодарили за его организацию. Они выразили надежду на ознакомление с результатами этого исследования, но не все верят, что оно будет способствовать изменениям в сфере СМИ Казахстана. Также были обозначены ограничения данного исследования, что может способствовать формированию целей последующих опросов, поскольку одним исследованием невозможно получить ответы на все вопросы.

Результаты фокус-групп с руководителями СМИ, а также журналистами

В рамках исследования было проведено три фокус-группы с участием руководителей СМИ и журналистов. Для обсуждения наиболее важных проблем современных СМИ и журналистского сообщества был предложен список основных вопросов:

1. Законодательство — насколько оно отвечает современным реалиям, защищает или, наоборот, осложняет работу журналистов?
2. Финансовая устойчивость — созданы ли условия для устойчивой работы СМИ в Казахстане? Что помогает развиваться, а что тормозит развитие медиа? Нужно ли что-то менять, чтобы можно было говорить о медиа как о бизнесе?
3. Профессиональная подготовка кадров для медиа — здесь мы можем обсудить не только подготовку студентов в наших вузах, но и дополнительную профессиональную подготовку. Нужны ли различные семинары, курсы для работников медиа? Платные и бесплатные.
4. Мотивация — это и зарплата, и творческая удовлетворенность, возможность показать свою гражданскую позицию и влиять на политическую и экономическую повестку дня в стране.
5. Условия труда. Удовлетворены ли журналисты отношениями с работодателем? Оплачиваются ли переработки, возмещаются ли расходы на связь и личный транспорт, нужно ли это включать в трудовой договор?

Нужно отметить, что выбор главных вопросов для обсуждения зависел от состава фокус-групп. Региональных журналистов и руководителей СМИ волнуют вопросы низкой оплаты труда, непрозрачное распределение государственного информационного заказа (госинформзаказ, госзаказ — прим.), давление со стороны местных государственных органов, способность или неспособность с ними договориться и отстаивать свою позицию. Журналистов, а также руководителей медиа, работающих в Нур-Султане и Алматы, где уровень заработных плат выше, больше волнуют вопросы законодательства, политических свобод, цензуры, необходимости отстаивать интересы профессионального сообщества на государственном уровне.

Фокус-группа 1

Главными темами обсуждения в первой фокус-группе стали низкие зарплаты и, как следствие, неконкурентоспособность профессии журналиста на рынке труда, особенно в регионах, низкий уровень профессионализма, а также подготовки журналистов вузами Казахстана, существующая форма госзаказа, которая не отвечает потребностям потребителей информации, негативно сказывается на СМИ. Также главными проблемами участники данной фокус-группы назвали низкую мотивацию и необходимость создания благоприятных условий труда. В составе фокус-группы были три руководителя региональных изданий, журналист и продюсер крупных республиканских сетевых изданий.

Ниже приводятся основные выводы и высказывания участников фокус-группы:

1. Низкие зарплаты делают профессию журналиста и работу в СМИ в целом неконкурентоспособной на рынке труда. Это становится причиной того, что журналисты уходят из профессии.

Эксперт 1: Здесь плавно вытекает и тема финансов. Знаю несколько случаев, когда очень хорошие журналисты уходили из профессии из-за низкой или недостаточной оплаты труда. В особенности это касается мужчин. Некоторые смежники работают в нескольких местах и тем самым зарабатывают, другие просто уходят в бизнес и другие профессии, хотя признают, что с журналистикой сложно расстаться. У нас есть пример того, как сразу пять журналистов покинули редакцию (не нашей газеты) и перешли в пресс-службу промышленного предприятия. Они совмещают написание текстов, PR и организацию различных мероприятий компании. Им просто за это хорошо платят. Платить больше в СМИ не получится. Многие издания, особенно печатные, переживают не лучшие времена.

Эксперт 2: По моим личным наблюдениям, нехватка именно русскоязычных журналистов, готовых сразу приступить к работе. Возможно, сказывается низкая зарплата, поскольку знаю коллег, которые ушли в другую сферу. Молодых выпускников действительно приходится обучать с нуля.

Модератор: В казахоязычных СМИ нет кадрового голода, по твоим наблюдениям?

Эксперт 2: Абсолютно верно, даже переизбыток.

Эксперт 1: Хотя уже очередь не стоит, у нас переманивают друг у друга редакции, профессионалов мало осталось, уходят из СМИ.

Эксперт 2: Я про других коллег, которым приходится держаться за ту работу, которая есть, потому что рынок очень жёсткий.

Участники группы отметили, что, несмотря на нехватку профессиональных журналистов, остаётся большая конкуренция среди начинающих журналистов, а также журналистов среднего и низкого профессионального уровня. Всем платят

одинаково, у опытных профессионалов нет стимула работать, у остальных нет стимулов и возможностей повысить свой профессиональный уровень.

Модератор: Получается парадокс — профессионалов мало, но конкуренция большая между журналистами, которые мало проявили себя как профессионалы?

Эксперт 2: Не мало, но недостаточно, конкуренция большая между начинающими.

2. Профильные вузы некачественно готовят выпускников. На выходе выпускник факультета журналистики должен с нуля учиться работать, и учить его приходится редакциям. Часто, набравшись опыта, такой журналист уходит или туда, где больше платят, или вообще в смежные профессии.

Эксперт 1: По степени важности не могу пока определиться. Могу сказать, что конкретно меня волнует. Это то, что выпускники вузов плохо подготовлены к предстоящей работе. Многие не умеют писать, приходится обучать студентов с нуля. Мы делаем эту работу, и хорошо, если журналист остаётся в нашей редакции, но ведь бывают случаи, когда он находит себе другое место работы. У нас в ВКО создался некий кадровый голод. Редакции переманивают друг у друга журналистов. Хотелось бы, чтобы в вузах лучше готовили журналистов. Безусловно, необходимы курсы платные и бесплатные для повышения уровня мастерства уже состоявшихся журналистов и для молодых кадров, где учат азам журналистики. Мне как редактору иногда очень сложно выкроить столько времени, сколько требуется, чтобы обучить журналиста.

Сюда же относятся вопросы дополнительной профессиональной подготовки и повышения квалификации.

Модератор: Может, нужно больше возможностей для повышения профессионализма? Курсы, семинары. Платные, бесплатные. Имеет ли это смысл? Может ли окупиться профессиональная подготовка дополнительная? Может ли журналист рассчитывать на большую зарплату, повышение?

Эксперт 2: Можно, но не каждый работодатель сможет себе позволить тратить время, силы и средства. Да и обучит он кадр, а тот возьмёт и уйдёт к другому в поисках лучших условий. Вопрос — зачем работодателю вкладываться в неизвестность? Дешевле переманить.

Есть смысл повышать за свой счёт, если между сторонами будет долгосрочный контракт, который вправе расторгнуть не только работодатель. Но при этом должна быть достойная оплата труда, чтобы работник выкладывался без сожалений, а не тупо отработывал часы.

Модератор: А какой должна быть зарплата сейчас у опытного журналиста? В тенге.

Эксперт 2: Не менее 300 тысяч у журналиста. Оплата, либо возмещение переработанных часов отгулами и т. д.

3. Госзаказ, как он сейчас существует, не отвечает ни потребностям общества, ни потенциалу медиасообщества. Без него выжить СМИ трудно или невозможно, нужно менять подходы. Было предложено пересмотреть подходы к финансированию СМИ. К примеру, оказывать поддержку напрямую изданиям для небольших этнических групп, которые ввиду маленькой аудитории не могут показать количество просмотров и подписчиков, как СМИ, чья языковая аудитория доминирует в регионе.

Эксперт 1: Наверное, нужно, но кто это будет делать? Отписать госзаказ скучно, как он есть, этим грешат некоторые, ленятся, так сказать, чтобы не тратить время, но иногда госзаказ можно сделать так, что он и читателя привлечёт, и понравится заказчику. Иногда приходится разговаривать, убеждать заказчика, что материал, поданный журналистом с особого ракурса, будет более интересен, найдёт больше отклика у читателей. Поэтому иногда добываем дополнительную инфу, чтобы раскрыть тему немного с другой стороны.

Модератор: Ирина, совершенно с вами согласна. А насколько вам сложно или просто согласовывать эти материалы? Или у вас полная свобода творчества?

Эксперт 1: Свободы полной нет, иногда сложно, здесь чисто опыт уже, как нельзя и как можно, в каких рамках двигаться.

Эксперт 3: Тема достаточно деликатная, но думаю, что стоит её обозначить. Русскоязычная журналистика в регионах. Нам госзаказ дают, как и всем, — за количество подписчиков. Но их число с каждым годом снижается. Мне кажется, честней для государства давать деньги напрямую.

Модератор: Индира, а что значит «напрямую»? Я тут не очень понимаю. Не за число подписчиков, а исходя из чего?

Надо отметить, что Индира Боташева работает в г. Таразе, где количество русскоязычного населения снижается.

Эксперт 3: Напрямую — значит напрямую. Сейчас мы работаем как ТОО. Участвуем в конкурсах на услуги. Но языковая среда теряется. Соответственно, мы не можем конкурировать с казахским языком, изданиями государственными, имею в виду. И тогда нас нужно либо закрыть, либо финансировать без этих маскировочных конкурсов. Я была как-то в командировке в районе, там от русской речи молодёжь сильно напрягается. Я бы так напряглась, если бы со мной на английском заговорили: понимаю одно слово из десяти. И на английское издание я бы тоже не подписалась.

4. Мотивация.

Различные конкурсы для журналистов, которые проводят местные исполнительные органы, а также бизнес-компании, журналистские организации могли бы стать мотивирующим фактором для журналистов. Однако здесь нужен честный, беспристрастный подход.

Эксперт 1: Конкурс для СМИ, который проводят акиматы города и области. Непонятно, кто выбирает номинантов. Несколько лет у нас получали премии одни и те же, в основном журналисты из государственных СМИ и собкоры, с которым чиновникам выгодно дружить. Этак задобрить, чтобы много негатива на всю страну не выдавали. А есть те журналисты, которые по 10 лет работают, не относятся к числу вышеперечисленных и, соответственно, не получали никогда никаких премий, да что там — даже грамот. Хотя материалов написали много достойных. Нет такого жюри из числа журналистов, писателей, общественников, которые бы адекватно оценивали.

5. Условия труда.

Для многих СМИ актуально создание комфортной рабочей среды. Это одно из важнейших условий при принятии решения о сотрудничестве со СМИ.

Журналисты охотней идут работать туда, где созданы лучшие условия, чем у конкурентов.

Эксперт 2: Условия труда — просторный офис, удобное личное пространство, комфортные удобства. В целом забота о коллективе.

Эксперт 1: Знаю, что у нас самые лучшие условия среди всех, у остальных коллег в кабинетах отваливаются обои, растёт плесень на стенах, на областном телеканале, например, куда приходят разные гости, просто ужасный туалет с отколовшейся плиткой, а некоторые работодатели так и говорят: будьте рады, что здесь работаете, таких, как вы, очередь стоит.

Эксперт 2: У нас тоже, поэтому я там, где сейчас есть. Нет вакансий.

Фокус-группа 2

Самой обсуждаемой темой стал госзаказ для СМИ. Может ли ресурс выжить без государственной поддержки, нужно ли его отменить или видоизменить? Как следствие — влияние на политику редакции государственных органов. Главным законодательным риском назван риск уголовного преследования. В группе высказано мнение, что нет необходимости ни в законе «О СМИ», ни в профильном министерстве. Также обсуждалась проблема низких зарплат, отсутствие перспектив роста, ненормированный рабочий день и отсутствие понятий сдельной и почасовой оплаты труда. Участники сошлись во мнении, что регулировать вопросы соблюдения трудовых прав, оплаты труда должны профсоюзы.

1. Госзаказ в том виде, в каком существует сейчас, негативно сказывается на развитии СМИ. Его нужно поначалу видоизменить, а потом и вовсе отменить, но при этом создав условия для медиа, в которых можно зарабатывать и развиваться. Госзаказ не должен быть поводом для давления на СМИ и вмешательства в информационную политику. Непрозрачность в распределении и расходовании средств госзаказа для СМИ — коррупционный инструмент.

Во время обсуждения в группу были дополнительно приглашены руководители региональных СМИ – они обозначены как Эксперт 1 и Эксперт 5. На примере своих медиа они рассказали, как складываются отношения с местными властями, могут ли региональные СМИ не просто выживать, но и развиваться без государственных контрактов. И что важнее: свобода выражения мнений или финансовая стабильность?

Эксперт 4: Отменить госзаказ, одновременно устранив ограничения на рекламу — например, алкоголя и табака. Но главное — обеспечить политическую конкуренцию в стране.

Мне кажется, даже и отмена госзаказа должна быть плановой и обсуждена публично. Открыты данные по бюджету информзаказа, составлен план его поэтапного сокращения, объявлены меры для оживления рынка рекламы. Осуждена практика давления на потенциальных рекламодателей неугодных властям СМИ с жёсткими санкциями против уличённых в этом. Планируя отмену заказа, мы не можем забывать о коллегах, работающих в не самых конкурентных изданиях, но конец этому должен быть положен.

Эксперт 5: У нас в регионе, чтобы задуть наш практически единственный сайт, дали госзаказ левым людям, чтобы они создали нам конкуренцию: у них люди, техника, ресурсы, а у нас только энтузиазм и аудитория. Я считаю, госзаказ должен быть, — например, как рекламные материалы, то есть власти дают отдельные задания-материалы, темы, мы выбираем, готовим их, делаем интересными, публикуем и получаем деньги как по обычному тарифу с клиентов. Заключение договора и оговорить объём, цены. Но при этом они не вмешиваются в остальную политику редакции, но они так, кажется, не умеют.

Эксперт 6: Я всегда был против госзаказа. Государство имеет право держать свои СМИ. Для этого достаточно разработать и утвердить штатные расписания и бюджеты таких редакций, чтобы они не зависимо от госзаказа работали.

А весь госзаказ отменить. Госзаказ — это коррупционный инструмент.

Сейчас в стране тысячи СМИ, многие из которых изначально создавались исключительно для освоения госзаказа.

Эксперт 4: Работа в рамках госзаказа бывает интересной. Об этом уже писали коллеги выше, когда есть тема, и редакция сама выбирает ракурс. В таких случаях госорганы вмешиваются минимально. Увы, все мы понимаем масштабы злоупотреблений этим инструментом. Но при текущей политической реальности он удобен для чиновников полной субъективностью оценок и бесконтрольностью бюджета. По-хорошему, он должен быть запрещён.

Из обсуждения госинформзаказа вытекает ещё один важный для медиа вопрос — влияние на политику СМИ. Не во всех регионах не всем удаётся ограничивать

влияние госорганов на информполитику изданий. Важно, чтобы этого добивался собственник, а местные власти хотели идти на контакт.

Эксперт 1: Мы в Восточно-Казахстанской области именно так и работаем, по договору. Отрабатываем отдельные материалы и в газету, и на сайт. При этом стараемся подать их так, чтобы было интересно читателю, в своём стиле. На политику издания они не влияют.

Смотря как разговаривать. Пусть попробуют вмешаться! И пробовали, мы говорим: «Вы платите за конкретный материал, мы его ставим, остальное — вы не платили, с чего мы вас должны слушать?»

Модератор: В разных регионах и отношения разные, судя по отзывам коллег.

Эксперт 1: От собственника тоже многое зависит.

Однако чаще всего заказчик в лице государства пытается влиять даже на те материалы и дополнительные ресурсы, которые не получают финансирование из бюджета.

Эксперт 5: У нас был госзаказ на газету, на сайт не брали, но они начали вмешиваться в контент сайта, и мы перестали брать его... Если взять на сайт — убьём сайт и растеряем аудиторию, конечно.

Осторожность и взвешенный подход — основные правила успешной работы с госорганами. Умение договориться и не занимать жесткую позицию.

Эксперт 1: Да, безусловно. Есть издания, в том числе сетевые, у нас здесь, которые кусают власть почем зря. Но что это даёт? Тявканье из-за кустов. Они держатся такой оппозицией, позиционируя себя правдорубами. Но правда, как известно, у всех своя. Мы предпочитаем разобраться, дать высказаться всем, и если пишем, то уверены, что власти тут виноваты. Но не просто виноваты, а что сделают, чтобы решить проблему. Поэтому отношение к нам иное. Нам доверяют, знают, что мы пишем по делу, а не так себе, лишь бы покудахтать.

2. Главный законодательный риск — риск уголовного преследования.

Эксперт 7: Риск уголовного преследования за критические материалы.

В группе высказано мнение, что нет необходимости ни в законе «О СМИ», ни в профильном министерстве.

Эксперт 4: Я вообще против закона «О СМИ», особенно в части ограничений наших возможностей. Всё есть в гражданском и уголовном (к сожалению, как это ни нелепо) кодексах. Закон «О СМИ» я бы отменил. Вместо него необходимо принять Кодекс свободы слова для чиновников, обязывающий их сотрудничать со средствами массовой информации.

Модератор: Сейчас чиновников обязывает сотрудничать с журналистами закон «О доступе к информации». Там спорно, конечно, но оговорены сроки ответов на запросы. Но они и это обходят. Полагаете, кодекс — более прогрессивная идея? Тогда и профильное министерство не нужно.

Эксперт 4: Роль министерства очевидна — контроль над информационной политикой. Прямой подкуп СМИ через инструмент госзаказа. Удушение конкурентной среды, полное безволие СМИ, уничтожение независимости в позиции. Так что да — министерство не нужно.

3. Финансовая и творческая удовлетворенность и взаимоотношения с работодателем — ещё один из важнейших вопросов. Низкие зарплаты, системы оплаты труда, при которых нет стимула работать лучше, уравниловка.

Эксперт 8: В 2019 году зарплата главного редактора в пересчёте на доллары ниже зарплаты простого журналиста в 2009 году процентов на 20 %. То есть ты сделал карьеру, но обеднел.

Эксперт 4: Чувствую ли я, что занят престижной профессией? Только когда вижу фильм типа «Вся президентская рать». Уровень зарплат, отсутствие здоровой конкуренции между изданиями действуют угнетающе. Я наблюдаю исход из редакций хороших, опытных журналистов, которые предпочитают нестабильность фриланса давлению и формализму редакций изданий. Потолок роста крайне низкий, перспектив нет. Удивительно получать одинаковую зарплату с автором, чьи статьи перед публикацией три дня редактируют.

Эксперт 8: Ещё есть нарушение, на мой взгляд. Многие работодатели совмещают сдельную и почасовую оплату труда. То есть обязывают журналистов сидеть с 9 до 6 в офисе, но при этом их зарплата зависит от KPI (ключевые показатели эффективности – прим.). Или от количества написанных статей, или от просмотров. Ну, то есть, в принципе ЗП или сдельная должна быть, или почасовая.

Эксперт 4: Практикуемые системы оплаты труда в профессии все от лукавого. В оценке нашей работы вообще трудно быть объективным, но последнее время редакции фиксируются на количестве статей в неделю и их объёме. Очевидно, количество негативно отражается на качестве.

4. Для решения этого вопроса было предложено создать профсоюз.

Эксперт 4: Вопросы внутриредакционных отношений должны быть сбалансированы внешней силой — отраслевым профсоюзом, к примеру. Профсоюз мог бы и должен бы внести ясность в процесс формирования фонда оплаты труда. Определить ставку журналистского труда, исходя из реальной картины рентабельности бизнеса, а не желания владельца экономить на каждой позиции.

Это долгий путь, который надо пройти. Сейчас журналисты не видят друг в друге коллег по цеху, предпочитая отстаивать не интересы профессии, а интересы изданий. Нужен

профсоюз, который для начала продемонстрировал бы серьёзную заинтересованность в отстаивании прав журналистов, которые нарушаются часто и стали привычными. Со временем и ростом авторитета такой профсоюз мог бы стать площадкой для обсуждения и других вопросов, включая и этические аспекты профессии.

5. Проблемы роста зарплат затрагивают ещё один аспект — необходимость профессионального обучения, которое теряет смысл, когда нет перспектив роста, а также нет возможности самостоятельно выбирать и оплачивать курсы повышения квалификации.

Эксперт 5: Сейчас есть бесплатные тренинги, и то не все ездят, хотя как работодатель могу сказать, что поднимать уровень журналистов надо, осваивать новые форматы, я платить за это не готова, потому что не с чего. Журналисты тоже, потому что к повышению зарплаты это приведёт, только если медиа станет больше зарабатывать, а гарантий нет.

Эксперт 4: Мне кажется, самообразование и расширение компетенций важно в случае выстраивания личного бренда на медийном поле. В рамках существующих проектов эти компетенции если и используют, то без повышения зарплаты. В целом издания очень консервативны, я не вижу издания, которые бы расширяли используемые инструменты. Основным продуктом остаётся текст.

Эксперт 5: Я сама использую все возможности для обучения бесплатные, когда медиаорганизации проводят. И это помогает нам улучшать качество контента, вводить новые форматы.

После обсуждения один из участников фокус-группы, входящий в состав руководителей крупного издания, попросил исключить его из обсуждения и не упоминать имени и должности в данном отчёте.

Фокус-группа 3

Главными темами обсуждения в группе стали: дискредитация профессии журналиста, государственный информационный заказ, зарплаты, а также необходимость создания профсоюза журналистов.

Впервые прозвучало предложение сделать должность главного редактора СМИ выборной, с участием коллектива данного медиаресурса.

1. Первым для обсуждения вопросом стала деятельность блогеров и их влияние на СМИ и работу журналистов.

Эксперт 9: На мой взгляд, сегодня очень актуален вопрос дискредитации журналистского труда блогерами. В основе своей они безграмотны и имеют сомнительную репутацию. Полагаю, что в отношении них должны быть введены какие-то юридические нормы. Ну, во-первых, следует дать юридическое определение такого

явления как «блогер». Во-вторых, ввести какие-то нормы, регламентирующие их деятельность по аналогу с законом «О СМИ». Кроме того, следует сделать прозрачной систему оплаты их труда и отчисления налогов. Причём не по сетке ИП, когда это три копейки, а начислять налоги в соответствии с теми миллионными суммами вознаграждений. Не только деньгами, но и различными «плюшками». У нас даже не топовые, вернее, самый низовой сегмент отсчёт начинается с миллиона. Буквально вчера с этим столкнулась. Вопрос не в том, платят — пусть получают, но при этом они должны понимать, что есть закон, который им следует соблюдать, так же, как и СМИ.

Модератор: Может, обязать блогеров отмечать те посты, за которые им заплатили, специальным знаком? Как в газете, например.

Эксперт 9: А вы полагаете, они будут ставить эту метку? Ведь не за то им платили. Это мы, журналисты, продажные, а они «образчики чести и достоинства». А вот если подвести под них закон, это давно пора, и фейки надо выводить.

Эксперт 10: Насчёт популярности блогеров думаю, что публика идет за ними потому, что репутация СМИ снижается. Блогеру верят больше, чем журналисту, отрабатывающему госзаказ. Если бы была конкуренция среди изданий, и пресса не зависела от госзаказа, то качество материалов было бы выше, и люди бы смотрели репортажи профессиональных журналистов, а не Бердонгарова, например.

2. Помимо снижения репутации, на привлекательность профессии журналиста негативно влияет низкий уровень зарплат. Так, по словам участников фокус-группы, рабочий день в редакции составляет до 12 часов. Типичный состав редакции новостей в регионах — три журналиста и три оператора, которые готовят ежедневно выпуски новостей. При этом зарплаты ниже средних по стране. Так, за первый квартал 2019 года среднемесячная зарплата составила 168 500 тенге⁴. Зарплаты журналистов региональных телеканалов и изданий варьируются в районе 80-100 тысяч тенге. Низкие зарплаты вынуждают журналистов либо переезжать в большие города, либо уходить из профессии.

Эксперт 11: Платят журналистам 80-90 тысяч + по 10-15 тысяч за дикторство в новостях. Операторы получают по 80-100 (платят за работу в выходные), монтажёры — по 70-80 тысяч. ЭТО В МЕСЯЦ. Загруженность большая. В редакции три оператора. Одного из которых не можем выгнать, потому что и так некому работать. В день снимаем по 8-10 новостей. Это Петропавловск. Бывают выезды в районы. В русской редакции остались три журналиста из девяти. Уезжают в столицу и Алматы. Две трети уволились за год. Те, кто остаётся, ещё не дотягивают до уровня республики, поэтому не уходят. ПОКА. Хотя уровень республики сейчас не показатель высокого профессионализма. В Нур-Султане и Алматы больше возможностей подработок. В регионах рынок узкий. На каналах зарплата низкая. Профессионалы уходят в свободное плавание или вообще из

⁴ <http://www.ranking.kz/ru/a/reviews/srednemesyachnaya-zarabotnaya-plata-odnogo-rabotnika-2019i> со ссылкой на Комитет по статистике МНЭ РК.

профессии. Чтобы зарабатывать, приходится брать подработку, и не одну. Получают копейки, а пашут на каналах по 12 часов. Так в регионах.

Эксперт 12: А что касается оплаты труда, то в крупных городах (Алматы и Нур-Султане) с этим, думаю, всё в порядке. Журналисты получают если уж и не много, то достаточно, чтобы раз в год слетать куда-нибудь отпуск или взять в ипотеку жильё. В регионах же дела обстоят несколько иначе, и зарплаты там (знаю по своему опыту, поскольку сам довольно долго проработал в региональной журналистике) ниже среднего. До сих пор в моём родном Уральске зарплата некоторых коллег не достигает и 100 тысяч тенге. А 100 тысяч даже в Уральске не деньги. А ещё в региональных СМИ, если это частные издания, не редкость, что обманывают. Я лично буквально ловил за руку работодателей, которые обсчитывали меня на 20-30 тысяч тенге.

Модератор: Светлана, какая адекватная зарплата сейчас должна быть?

Эксперт 11: В нашем регионе (СКО) 200 тысяч было бы нормально для журналистов и операторов. Для редактора — от 300 тысяч.

Эксперт 12: «В Уральске, думаю, 150-200 тысяч.

Эксперт 10: В столице зарплаты вполне нормальные. Журналисты «в поле» в среднем получают 200-250 тысяч тенге. Плюс многие подрабатывают — пишут для пресс-служб и всяких аутсорсов. Прокормить себя можно, при желании, даже на фрилансе. Не знаю ни одного бедного журналиста.

3. Самоцензура стала привычной реальностью для казахстанской журналистики. Негативное влияние распространяется не только на отсутствие критики власти, но и на творческий процесс, когда всё меньше ярких, интересных материалов.

Эксперт 12: Самоцензура существует практически во всех СМИ, безусловно. При этом нередко это инициатива самих журналистов, которые, как вы удачно отметили, сами не «забегают за флажки», которых, по сути, не существует. Взять даже элементарный грамматический пример: почему слово «Президент» пишется с большой буквы? Это не более чем название должности, будь президент хоть первым, хоть десятым. А слово «Елбасы», простите, вообще ни в какие ворота. Самоцензура убивает остроту в журналистике и, как я думаю, отчасти влияет на жанровое однообразие. Когда вы в последний раз зачитывались интересным репортажем в казахстанском СМИ или засматривались новостным сюжетом? Думаю, не стоит ставить знак равенства между самоцензурой и критикой власти. Избегается не только критика акимов, замов, каких бы то ни было представителей госструктур, а журналистика перестаёт рассказывать о любых проблемах. Ну, кроме ДТП, мошенников и вечного как мир противостояния бабушек и КСК. А почему так происходит — непонятно. Ну вот кроме самоцензуры, опять же, которая и убивает творческий подход.

Модератор: А все эти «Президент», «Председатель Правления»... Это пресс-службы насадили. Каюсь, сама так писала, потому что не принимали другие тексты. И это тоже элемент цензуры и продиктован страхом.

Эксперт 12: Так и есть. Зачастую напирают как раз-таки на количество, потому что гонорары нужны всем. И ещё многие журналисты темы «не видят», предлагают всякую фигню, лишь бы побыстрее написать, пусть даже и схалтурить, но получить за это гонорар.

Модератор: Ну суммы зарплат мы обсудили, они следствие многих проблем вообще у нас.

Эксперт 12: Вот-вот. Зачем стараться, если платят копейки, а при этом никто особо не требует. По моему скромному мнению, за последние 10 лет планка качества казахстанской журналистики снизилась на порядок.

4. Тема госзаказа для СМИ прозвучала как один из факторов снижения репутации казахстанских медиа.

Эксперт 12: Госзаказ — как один из факторов снижения репутации. При желании и возможностях можно даже госзаказ креативно отрабатывать, а вот понравится ли это какому-нибудь отделу внутренней политики — другой вопрос.

Модератор: Отмена госзаказа сразу и навсегда, гипотетически, к каким последствиям может привести?

Эксперт 12: В первую очередь, к потере дополнительного дохода. Во-вторых, у многих редакторов, особенно региональных, сложились неформальные отношения с чиновниками, которые они не хотят портить по тем или иным причинам. Про какие-то более серьёзные последствия лично мне слышать не приходилось.

Эксперт 9: Мне вообще непонятно, почему налогоплательщики должны платить СМИ за славословие акимов, министров и прочей чиновничьей братии? Было бы здорово, если бы эти самые миллиарды госзаказа были сконцентрированы в одном независимом центре, с советом директоров и реально независимыми экспертами, которые бы решали, кого следует поддержать. У нас много хороших изданий, честных и принципиальных (хотя бы в прошлом) либо умирают, либо уже умерли или переобулись и идут в ногу со временем и партией. Вот если бы именно такие СМИ государство поддерживало, вот это бы и был реальный шаг к демократическому обществу. Мы все знаем, что многие приличные журналисты вынуждены прятать свою гражданскую позицию в причинное место и писать то, что требует редакторат.

Эксперт 13: По-моему, госзаказ — низкие зарплаты — цензура — самоцензура образуют замкнутый круг, разорвать который журналистика в одиночку не способна, это уровень политических решений.

Модератор: Спасибо, Татьяна. Может ли профильное министерство как-то решить эту ситуацию? Или нужен кто-то другой, кто представит интересы профессии в парламенте и будет отстаивать их в правительстве?

Эксперт 13: Не хочется повторять пресловутого водопроводчика. Министерство — не думаю. Разве что изменение законодательства, и то — во всём.

5. Возникает вопрос — если профильное министерство не может защитить профессиональные интересы журналистов и облегчить условия работы для медиа, нужна ли неправительственная организация, которая бы выполняла эти функции?

Модератор: А нужна нам журналистская ассоциация, например? Или клуб главных редакторов, которые бы медиацией конфликтов занимались? Про профсоюз я даже не знаю, стоит ли говорить в наших реалиях.

Эксперт 13: Есть же Союз журналистов и «МедиаАльянс».

Эксперт 9: Давайте честно. Главные редакторы крайне редко представляют интересы нашей братии. У них иные цели и задачи. Союз журналистов, опять же, на мой взгляд, это какой-то междусобойчик журналистов-бешбармачников, по крайней мере у нас на юге. От их существования журналистам ни тепло, ни холодно. Зато свои ништяки в виде тендеров лидеры этих союзов имеют. Ну или, например, опять же в сенат вдруг проходят⁵. А вот профсоюзы, мне кажется, имеют перспективу. Причём непременно независимые — главное, чтобы они были действенными. Не буду называть региональный телеканал, который является давним другом Internews, так вот там зарплату людям выплачивают с задержкой в два, а то и три месяца. Причём речь идёт не о сотнях тысяч тенге, а всего о 35 000 тенге. Люди бегут с канала. Так с ними даже не могут рассчитаться. журналисты вынуждены свои кровные выбивать с канала, написав жалобу в трудовую инспекцию. Были бы НЕЗАВИСИМЫЕ профсоюзы, всё было бы намного проще.

Эксперт 10: Проблема в системе: отсутствии политической конкуренции и застое. Вот и всё. Если бы были многопартийный парламент, выборность акимов и т. д., тогда бы появилась необходимость в сильных журналистах и профессиональных СМИ.

6. Принятый в 2015 году закон «О доступе к информации» в Казахстане не работает, не облегчает работу журналистов, а часто даже осложняет получение нужных сведений.

Эксперт 9: Понимаю, что не оригинальна, но закрытость пресс-служб дошла до степеней невозможных. Есть нормы, обязывающие госорганы отвечать на наши запросы и прочее, но их никто не соблюдает. Лично стала участницей конфуза, когда мой запрос о правах журналиста в суде, сроках ответов на запросы и ряд других пунктов бывший руководитель пресс-службы Верховного суда Кальянбеков не ответил.

⁵ <https://otyrar.kz/2019/06/senatorom-ot-shymkenta-izbrana-ajgul-kapbarova/>

То есть сначала прислал отписку – дескать, требуется время для обдумывания и подготовки, и на этом заглох навсегда. А то есть ещё такой финт. Опять же в Шымкенте все знаковые события для города происходят без участия прессы, зато есть никакучий прессек-пиджаконосец акима, который рассылает свои кастрированные пресс-релизы. И никаких комментариев потом из чиновников даже калёным железом не выпытать.

Модератор: Получается, что закон «О доступе к информации» у нас есть, а заставить его соблюдать госорганы не получилось до сих пор?

Эксперт 9: Этот закон несовершенен.

Модератор: Сам закон несовершенен или хромает исполнение? У нас во всех сферах законодательство оценивается хорошо, вот только с исполнением законов никак.

Эксперт 9: Ну вот смотрите, свежий пример. У нас в городской полиции случилось ЧП. Начальница заперлась с подчинёнными в кабинете и выпивала. Вызвали наряд полиции, они не открыли двери, пришлось вызывать спасателей, чтобы те выбили окно на четвёртом этаже и забрались в кабинет. Написала запрос в пресс-службу, каковы результаты расследования и прочее, и вообще — насколько информация инсайдеров достоверна. Ответ был краток: «Ведётся следствие. Виновные будут наказаны». Ни подробностей, ни обещаний рассказать и прочее. А ещё прокуратура достала. Мы шлём запросы полиции, та готовит ответ, отправляет прокуратуре, прокуратура правит, отправляет полиции. И только тогда пресс-секретари нам шлют выхолощенные на нет ответы. Причём это не мгновенная связь. На этот «футбол» уходит, как минимум, дня три, а то и неделя. Тем временем новость перестаёт быть новостью.

7. Выборность главных редакторов и централизованный кризис-менеджмент в СМИ с такими инициативами выступила участница фокус-группы Зауре Мирзаходжаева. По её мнению, это могло бы решить кадровые вопросы, а также вопросы качественного контента и финансовой устойчивости СМИ.

Эксперт 9: Я бы ввела выборность уж если не акимов, то главредов, причём выборы чтобы были тайные – как, например, на «Эхе». Журналисты бы в очередь стояли к толковому редактору, он бы за кресло своё держался не благодаря связям в АП, а уважению коллектива и большим тиражам. А где тиражи и просмотры, там и реклама, и другие виды финансирования. И чтобы коллективом решали не только вопросы распределения зарплат, но и концепцию СМИ и его редакционную политику. То есть уникальный редактор создаёт уникальное издание.

Ну и ещё одну совершенно дикую вещь скажу... Если бы я была Соросом или ещё кем-то, кто может тратить миллиарды на продвижение принципов демократии и поддержку независимых СМИ, я бы создала структуру, которая бы работала скорой помощью для СМИ. Т. е. со всей страны собираются асы высочайшего класса, с большими финансовыми возможностями, а главное — светлейшими головами. К ним обращается умирающее СМИ (ну не в состоянии агонии, конечно, а у которого, скажем, затянувшийся гастрит). Бригада кризис-асов снимается с насиженных мест и внедряется

в проблемное СМИ. Берёт на себя управление им, находит причину болезни, устраняет её и учит смишников, что нужно делать, чтобы дальше не болеть.

ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ВЫВОДЫ: ПЯТЬ ГЛАВНЫХ ПРОБЛЕМ СМИ

Анализируя темы, которые обсуждались на фокус-группах, можно выделить пять главных проблем казахстанских медиа:

1. Законодательство.
2. Госинформзаказ в том виде, в котором он существует в настоящее время.
3. Низкий уровень доверия к СМИ.
4. Низкий уровень оплаты труда.
5. Низкий профессиональный уровень.

Мы остановимся подробнее на этих проблемах и способах их возможного решения в главе Рекомендации. Пока отметим, что все проблемы взаимосвязаны. Законодательные ограничения, влияющие на свободу слова, финансовое давление и давление на редакционную политику посредством государственного информационного заказа, стали причинами снижения доверия и репутации казахстанских СМИ, отсутствия здоровой конкуренции и, следовательно, снижения уровня заработных плат и оттока профессиональных кадров из медиасреды.

Журналистское сообщество разобщено, внутри него существует большой уровень недоверия. Много споров вызывает публикация контента коллег без ссылки на первоисточник, нарушение элементарной этики, ангажированность журналистов госорганами, а также различными провластными кланами. Союзы журналистов и медиаорганизации в основном решают локальные задачи либо активизируются только в период профессиональных праздников, что не добавляет им доверия.

Глубинные интервью с руководителями/владельцами СМИ

На данном этапе исследования было сделано 10 глубинных интервью с руководителями, а также владельцами СМИ, как казахоязычных, так и русскоязычных.

Поскольку участники глубинных интервью выразили разные мнения о необходимости сохранения анонимности, было принято решение раскрывать персональные данные только тех участников, которые дали на это согласие.

Пять самых острых проблем, обозначенных в работе фокус-групп (законодательство, госинформзаказ, низкий уровень доверия к СМИ, низкий уровень оплаты труда, профессиональный уровень), стали базовыми вопросами глубинных интервью, на основе которых были выявлены три основные проблемы казахстанских медиа.

Первый вопрос, который был задан респондентам, касался казахстанского законодательства — насколько оно способствует или, наоборот, осложняет работу журналистов и масс-медиа. Подавляющее большинство ответило, что законодательство осложняет работу журналистов и СМИ, во всяком случае — неисполнением законов и норм.

Эксперт 14, руководитель регионального издания:

— Если наблюдать ситуацию по Казахстану, то за последние несколько лет наблюдается осложнение работы журналистов.

Государство очень хорошо контролирует медиа в Казахстане. Для этого создали СЦК (Служба центральных коммуникаций), РСК (Региональная служба коммуникаций), которые очень мощно перекрывают информационный поток. Что происходит? На мой взгляд, повестку дня они взяли в свои руки, т. е. централизованно, каждый день брифинги. Есть на целый год программы, многочисленные медиапланы. И, конечно же, это делается для того, чтобы перекрыть поток. А региональные издания, которые испытывают дефицит кадров, немножко не справляются, потому что очень много идёт «сверху» по повестке дня.

Чтобы делать собственные крутые, замечательные журналистские расследования, уже не остаётся сил. С учётом того, что ряды журналистов редуют очень стремительно. В моей редакции сейчас работаю я одна и один журналист.

Вячеслав Шварц, экс-заместитель директора ТК «Отырар», Шымкент:

— Осложняют, конечно. В частности, закон «О защите персональных данных», который сильно коснулся деятельности СМИ, закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» — на мой взгляд, в части СМИ это сырой продукт, который никак не защищает детей, а только создаёт бюрократические барьеры для возможности административного воздействия на СМИ со стороны уполномоченного органа. В законодательной части вообще до абсурда доходит: как-то заказчик разместил объявление — требуется техничка, отдел мониторинга указал на нарушение закона в части ограничения по половому признаку. Конечно, это абсурд. Одним словом, если раньше журналисту достаточно было быть журналистом, уметь доставать информацию, анализировать её и подавать, то сейчас ему, как минимум, нужно быть ещё и юристом, чтоб не навредить в первую очередь себе.

Эксперт 15, директор еженедельного регионального издания и интернет-портала:

— Не устраивает, не помогает, осложняет жизнь. Не помогает законодательство никак, наоборот всё делает. Жить всё тяжелей и тяжелей. Я надеюсь, что власти это поймут в конце концов, и что-то начнёт меняться.

Михаил Дорофеев, директор, главный редактор informburo.kz, Нур-Султан:

— Существующее законодательство сильно затрудняет работу журналистов. Если сопоставить положения закона, защищающие журналистов и обеспечивающие им условия для нормальной работы, с теми положениями, которые ограничивают СМИ,

получится неутешительный вывод: ограничений и обязанностей больше, чем прав и возможностей.

Что нужно изменить?

Во-первых, нужен абсолютно новый закон «О СМИ», учитывающий реалии сегодняшнего дня.

Во-вторых, нужно декриминализовать статью о клевете в СМИ. Одновременно ужесточить наказание по статье, запрещающей воспрепятствование профессиональной деятельности журналистов.

В-третьих, надо сбалансировать обязанности журналистов и госорганов: сегодня журналист несёт несоизмеримо большую ответственность, чем чиновники, которые могут просто не ответить на запрос, и им за это ничего не будет.

В-четвёртых, необходимо пересмотреть подходы к распределению государственных средств: львиная доля должна быть отдана тем СМИ, которые необходимы, но которые не могут зарабатывать на рынке, — например, СМИ на казахском языке.

В-пятых, необходимо создать общественное телевидение и радио, чётко прописав в специальном законе механизмы финансирования и управления.

Гульнар Бажкенова, сооснователь, шеф-редактор HOLA News, Алматы:

— Нет такого конкретного закона, который осложняет работу журналистов. Однако иногда некоторые законы искажаются и не исполняются. К примеру, воспрепятствование работе журналиста в распространении информации должно преследоваться законом.

Есенгүл Кәпқызы, основатель сайта «Мінбер»:

— В РК несколько законов регулируют сферу СМИ. В том числе закон «О СМИ», Административный кодекс, Гражданский кодекс и Уголовный кодекс. В этих законах много статей, которые скорее мешают работе журналистов, чем помогают. В последнее время медиасообщество, в том числе и Центр поддержки журналистов «Мінбер», поднимал много вопросов об уголовной диффамации и о гуманизации уголовной диффамации.

Если помните, этот вопрос, когда Казахстан председательствовал в ОБСЕ, и её саммит проводился в РК, все 56 стран-членов этой организации требовали от Казахстана привлекать не к уголовной ответственности, а к административной.

Однако эта статья закона у нас до сих пор не была изменена. Конечно, вначале были внесены некоторые изменения: когда человек совершал деяние в первый раз, его привлекали не к уголовной ответственности, а к административной. Ещё следует отметить, что если какое-то дело заведут по отношению к СМИ, то это касается собственника СМИ, и если это частные СМИ, то дело рассматривают по-другому, а если это государственное СМИ, то по-другому, то есть существует неодинаковое отношение.

Мирболат Мырзатайұлы, руководитель телерадиоканала JASTAR:

— Никакое законодательство и нормативные акты не облегчили работу. У нас нет свободы слова, и бюрократия в госорганах мешает развитию СМИ.

Павел Банников, шеф-редактор Factcheck.kz:

— Законодательство не то чтобы мешает, но и не помогает. И вопрос даже больше не к самим законам, а к их применению на практике. Тот же закон о клевете регулярно используется коррупционерами для давления на СМИ. Клеветой могут быть признаны достоверные сведения — абсурд, но это Казахстан. Мешает отсутствие понятия диффамации в законе. Мешает постоянное препятствование журналистам со стороны полиции. Это противозаконно, но за это почти никто не несёт ответственности — журналистам мешают, их задерживают, ещё и пытаются запугать при этом. Хотелось бы также более чётких правил в отношении ответов на журналистские запросы.

Рауль Упоров, выпускающий редактор издания «Уральская неделя»:

— С учётом того, как на местах законы исполняются, мы всё прекрасно знаем, мы стараемся всегда работать в рамках закона, мы всегда обращаем внимание на изменения законодательства. В плане власти — давление, которое на нас оказывается. Они манипулируют этим законодательством, есть некоторые вещи, в отношении которых закон не работает, явно абсурдные.

Срайыл Смайыл, главный редактор газеты Jas qazaq:

— По-моему, закон «О СМИ» значительно влияет на развитие СМИ и журналистов. В этом законе нет каких-либо недостатков, чтобы мешать.

Все участники интервью отметили сильное влияние государства через размещение госинформзаказа, которое привело к отсутствию конкуренции, интересу со стороны потребителей медиапродукта, снижению уровня профессионализма и оплаты труда журналистов. Также были отмечены высокие коррупционные риски.

Что касается полной отмены госинформзаказа для СМИ в Казахстане, участники интервью отметили, что сейчас это повлечёт за собой банкротство большинства медиаресурсов, так как в стране мало источников финансирования для СМИ.

Госинформзаказ требует изменения в подходах как в подаче материалов, так и построении взаимоотношений с государственными органами. Сейчас он является инструментом финансового давления с целью оказать влияние на информационную политику. В то же время государственное финансирование помогает казахстанским медиа не просто выживать и держаться на плаву, но и даёт возможность развития, что становится проблемой для тех медиа, которые не получают госзаказа или сознательно отказались от него.

СМИ готовы сотрудничать с государством на условиях партнёрства и невмешательства ни в редакционную политику, ни в хозяйственную деятельность.

Стоит отметить, что вопрос финансирования был весьма чувствительной темой, из-за которой руководители СМИ, в основном казахоязычных, отказывались от интервью, ссылаясь на коммерческую тайну.

Вячеслав Шварц, экс-заместитель директора ТК «Отырар», Шымкент:

— Я рассматриваю госзаказ исключительно как источник дополнительных средств, а для некоторых СМИ — и как основных. Не вижу ничего плохого в госзаказе. Государство заказывает чаще всего материалы для создания положительного имиджа своих подразделений. А что здесь плохого? В работе СМИ госзаказ — это 20, ну максимум 30 % объёма. Но это средства, на которые можно развивать СМИ и делать его лучше. Ведь любая редакция, чаще всего в регионах, так или иначе освещает деятельность всех госструктур, но чем делать это бесплатно, лучше что-то за эту работу получать. При этом никто же не лишает редакцию возможности делать параллельно и критические материалы? Здесь важно найти баланс. Купить всё время или площади у негосударственных СМИ под госзаказ — так не получится, иначе СМИ станет уже государственным. Конечно, то, о чём я говорю, справедливо для качественных, состоявшихся редакций, где умеют «отделять мух от котлет», но есть и такие, кто открывает СМИ буквально под госзаказ и ничем другим не занимаются, это уже другая история, такими должны борцы с коррупцией заниматься.

Эксперт 15, директор еженедельного регионального издания и интернет-портала:

— Мы получали его ранее, несколько лет назад. Сейчас нам никто ничего не даёт. Принципиально не дают, слишком многое себе позволяем.

В идеале нужно научиться искать какой-то инструмент зарабатывать в цифре. В идеале, чтобы не зависеть вообще ни от кого. Это самый правильный вариант, что, в принципе, и было, пока была газета жива. Сейчас очень тяжело. Так тяжело никогда не было, правда. Мы сократились почти наполовину, будем ещё сокращать людей резко по зарплате.

— Надо ли отменить госзаказ? Полностью, вообще.

— Его надо модернизировать, всё должно быть честно и прозрачно. Потому что у нас в области (Мангистауская — прим.) тратится (это данные 2017 года) на содержание двух непонятных газет и одного канала, которые более-менее что-то делают, 1 миллиард 200 миллионов тенге в год. Если хотя бы половину отрезать и отдать нормальным СМИ, которые у нас там работают, это будет намного эффективней и намного дешевле, но этого не происходит. По одной простой причине: вся тендерная документация, всё пишется конкретно под конкретных исполнителей. И никто этого не скрывает. И типа никто не замечает.

— Вы будете согласны работать с государством, проводить государственную политику, если всё будет прозрачно?

— Нет, не совсем так. Государство нуждается, покупает услуги по информированию населения. Это мы будем делать, безусловно. В рамках тех договорённостей,

тендерной документации, которые были озвучены. Но когда у нас был госзаказ, нам давали какие-то копейки, но и звонили периодически — вы же у нас деньги берёте... А мы всегда говорили — мы же не за это у вас деньги берём. Мы свою работу сделали, по договору какие-то вопросы есть? Нет! Вот в таком ключе — да. Каких-то там общественных договоров, исключительно справочных материалов, но мы не брались никогда за информационные вещи. Мы не хотели писать никогда хорошо или плохо. Мы хотели писать так, как мы считаем нужным.

Михаил Дорофеев, директор, главный редактор informburo.kz, Нур-Султан:

— Источников финансирования достаточно, а вот денег из этих источников не хватает. На мой взгляд, необходимо отказаться от искусственной господдержки СМИ, которые должны существовать по рыночным законам. Например, в Казахстане зарегистрировано почти 3000 газет и журналов. Как они существуют? Если за счёт частного капитала — пожалуйста. Но если за счёт госзаказа в той или иной форме — это неправильно. Рынок должен определять, какие издания популярны и должны существовать, а какие — нет.

Исключение надо делать только для тех СМИ, которые не могут зарабатывать рыночными способами. В их числе — СМИ на казахском языке (рекламодатель пока не готов размещать там рекламу), издания для детей, издания на языках национальных диаспор, научно-популярные издания.

Другая тема — выделение государственных средств на продвижение государственных инициатив, программ, пропаганду ценностей, в которых заинтересовано государство. Тут, наверное, полностью от бюджетных средств отказаться нельзя, иначе мы получим СМИ, в которых пишут практически только про криминал и светские сплетни. Но подход должен быть иным — нельзя закупать объёмы в минутах, знаках или квадратных сантиметрах. Я бы предложил рассмотреть механизм субсидирования — на создание специальных программ, рубрик, на поддержку в плане доставки СМИ потребителю (компенсация газетам расходов на печать или почтовую доставку, телерадиоканалам — расходов на подъём сигнала на спутник и т. п.).

Но важно, чтобы госзаказ перестал быть тем, чем он подспудно является сейчас, — покупкой лояльности СМИ. Выделение средств из госбюджета, как правило, сопровождается молчаливым согласием редакции, которая эти деньги получила, не писать того, чего не хочет власть. Это недопустимо, это превращает журналистов в пропагандистов, в «бойцов идеологического фронта», как в СССР. Это должно быть законодательно запрещено, как и вмешательство в редакционную политику владельцев, издателей, крупных рекламодателей — вообще кого бы то ни было.

Безусловно, госзаказ должен быть прозрачным — все цифры должны быть доступны, распределение средств должно производиться открыто, должна быть система оценки эффективности госзаказа — в частности, независимый анализ того, какие цели ставили, и удалось ли их достичь.

Одновременно хочу сказать, что СМИ сами должны стремиться зарабатывать, должны рассматривать самих себя как бизнес, который должен зарабатывать, искать новые формы и пути монетизации, а не уповать на госзаказ.

Гульнар Бажкенова, сооснователь, шеф-редактор HOLA News, Алматы:

— Сейчас в РК влияние госзаказа огромно. А с предпринимательской средой можно подписать договор. В этом договоре должно быть обозначено, что не допускается вмешательство в редакционную политику. В случае нарушения договора должно выноситься решение в рамках закона. А с государством невозможно подписать такой договор.

Чтобы журналистика могла быть финансово независима, должна быть реклама отечественного и зарубежного бизнеса, PR-материалы компаний. Не должен быть только госзаказ. Потому что государственный заказ превращает СМИ в оружие идеологии.

Есенгүл Кәпқызы, основатель сайта «Мінбер»:

— В настоящее время единственный источник финансирования СМИ — это госзаказ. Однако, к сожалению, госзаказ сильно препятствует развитию СМИ. Потому что когда финансируется по госзаказу, то не учитывается, что это деньги налогоплательщиков. Наоборот, они считают, что эти деньги идут «из их кармана», постоянно угрожают собственниками СМИ и журналистам, уже давно управляют контентом, указывая им, что и как писать. Такое управление напрямую препятствует развитию СМИ и свободе слова.

Отменить госзаказ нельзя. В случае его отмены СМИ сложно будет выживать. Однако, идя таким путём, мы не разовьём журналистику, поэтому следует искать другие эффективные пути.

Мирболат Мырзатайұлы, руководитель телерадиоканала JASTAR:

— Без госзаказа любые СМИ не могут существовать. Система так выстроена. Например, телеканалу, чтобы вещать по «Отау ТВ» на РК, надо платить каждый месяц по 2 млн 300 тыс. тг. «Алма ТВ» — 1,5 млн тг. ID TV — 500 000 тг. Откуда взять такие деньги? Сделали бы для отечественных телеканалов какие-то скидки.

Павел Банников, шеф-редактор Factcheck.kz:

— Госзаказ — зло. Это способ держать СМИ на игле. После обвала рекламного рынка в связи с запретом рекламы табака и алкоголя практически ни одно республиканское СМИ не может выжить без госзаказа. Справляются худо-бедно только региональные (за счёт местных рекламодателей). Плюс к этому у любого, кто участвовал в госзаказе, можно «найти» какие-либо нестыковки в отчётности и надавить, а то и вовсе закрыть. Могла бы сработать система государственных грантов для СМИ, но она должна быть прозрачна и идти только независимым изданиям. Кто мог бы и как обеспечить прозрачность в текущих условиях, я представляю с трудом.

Рауль Упоров, выпускающий редактор издания «Уральская неделя»:

— Мы не берем госинформзаказ. Мы сейчас живём на рекламные деньги абсолютно. А в плане рекламы мы постоянно двигаемся, придумываем новые проекты, ищем средства добывания денег — нативную рекламу, благодаря кризису начали новые форматы вводить. Освоили видеоформат, у нас сейчас в полной мере присутствует на интернет-ресурсе. Но денег не хватает, я не могу ничего сказать.

Срайыл Смайыл, главный редактор газеты Jas qazaq:

— Вопросы финансирования и источников финансирования оставляю без комментариев.

Представители СМИ отмечают, что одной из причин потери репутации, потери доверия со стороны читателей и зрителей стали госинформзаказ и те условия, которые выставлялись перед его исполнителями. Это привело к потере интересного контента, отсутствию острых материалов на темы политики, социальных проблем. В итоге из-за отсутствия интереса у читателей СМИ стали неинтересны и как площадки для размещения госзаказа.

Эксперт 14, главный редактор регионального издания:

— Я думаю, его (госзаказ — прим.) нужно видоизменить. У нас некоторые его рассматривают как единственный источник финансирования, но такого у нормального издания не должно быть. Издание должно выходить за счёт контента. Но, к сожалению, у нас многие газеты (ориентированные на госзаказ — прим.), во-первых, потеряли читателя, сейчас они потеряли финансирование, потому что выигрывают другие люди, это те издания, которые сидели на госзаказе. Они говорят, что потеряли читателя, потому что писали лояльную информацию, и теперь не нужны ни акиматам, никому.

Есенгүл Кәпқызы, основатель сайта «Мінбер»:

— У нас сейчас информационная среда слишком обессилена, чтобы удовлетворить спросы читателей и зрителей. Это способствует духовной и творческой деградации даже молодёжи, не говоря о людях среднего возраста. Поэтому необходимо сформировать медиарынок, а для этого его нужно вывести из поля строго контроля власти.

Самая-самая острая проблема в сфере СМИ — это государственная пропаганда. Пляски под дудку. Отсутствие, вернее, исчезновение критических аналитических материалов, исчезновение политическо-экономической аналитики, вообще отсутствие аналитики привело к появлению журналистики, основанной на сплетнях и фейках. Буквально вчера фейковую новость о смерти президента Туркменистана Гурбангулы Бердымухамедова распространили даже государственные СМИ РФ. Это показывает, что журналисты теряют способность проверки информации, его источников. Это пример исчезновения качественной журналистики. Поэтому среди самих журналистов нужно развивать медиаинформационную грамотность.

Михаил Дорощев, директор, главный редактор informburo.kz, Нур-Султан:

— В журналистику приходит достаточно много молодых людей, но, к сожалению, это в основном люди случайные. Кто-то поступил на журфак, потому что был небольшой конкурс, кто-то хочет стать телезвездой, кто-то вообще ничего не умеет, но сочинения в школе писал вроде неплохие — значит, журналист. Но эта профессия требует полной отдачи, в журналистику люди должны идти по призванию! Во многом такая ситуация объясняется крайне плачевной ролью журналистики в Казахстане — журналисты почти бесправны, несвободны, с маленькими зарплатами, теряют репутацию и доверие. Уверен, что если изменится роль СМИ в казахстанской жизни, изменится и отношение тех, кто приходит в журналистику, и состав этих людей будет более качественным.

Низкий уровень оплаты труда отмечен участниками глубинных интервью как одна из острых проблем казахстанской журналистики. На сегодняшний день заработная плата журналистов региональных СМИ составляет от 80 до 100 тысяч тенге, что составляет от 43 до 53 процентов от средней заработной платы в Казахстане по итогам второго полугодия 2019 года⁶.

Эксперт 14, главный редактор регионального издания:

— В среднем от 80 до 100 тысяч. У нас гонорарная система оплаты труда, и, если честно, это такая непонятная система, я считаю, что это несправедливо. Учредитель захотел, придумал сетку, она так работает много лет.

Я главный редактор, могу смело озвучить свою зарплату, я получаю 140 тысяч тенге. На мой взгляд, я должна получать не менее полумиллиона. Чтобы я была сосредоточена на работе. Вы писали (в фокус-группе — прим.), что около 300, но даже 300 это мало, чтобы следить за тенденциями.

Нам приходится помалкивать и оглядываться не только на учредителей, но и в целом на руководство области. Хотя вообще не должно быть такого. Для того чтобы журналист был независимым, не ангажированным, не был падок на лёгкий заработок, нужно, чтобы он был финансово обеспечен, чтобы он мог акиму области сказать: «Нет, я этого писать не буду. Вы в мою политику, пожалуйста, не вмешивайтесь».

Эксперт 15, директор еженедельного регионального издания и интернет-портала:

— Зарплаты мы срезали, людей сократили. Хотелось бы больше денег, всегда не хватает. Журналистика сама по себе сейчас не является престижной профессией. Особенно у нас в регионе. У нас регион нефтяной, и в журналисты идут люди определённого склада, и я жалею каждого, кого мы находили, и кто задерживался у нас, оставался работать. Это был каждый нами обученный, понятный нам человек.

Павел Банников, шеф-редактор Factcheck.kz:

— С зарплатами всё ужасно. Хуже только с гонорарами в прессе и интернет-СМИ — в районе 8-10 тысяч тенге за материал, за которые большинство профи просто не хотят

⁶ Средняя зарплата во втором полугодии 2019 года составила 186,5 тысяч тенге:
https://tengrinews.kz/private_finance/srednyaya-zarplata-v-kazahstane-vyirosla-issledovanie-376565/

работать, работают те самые студенты из пункта выше. Поэтому условные «звёзды» держатся за места или подрабатывают как блогеры, а на общем рынке большая текучка кадров. При средней зарплате в 300 долларов в месяц журналист вынужден работать на два, а то и три издания. Это приводит к адским перегрузкам и выгоранию. И сказывается на качестве работы, само собой. В условиях Казахстана не стыдной зарплатой на одном рабочем месте могут похвастаться разве что менеджеры государственного ТВ да сотрудники АВСТВ. Журналисты при любой возможности уходят из профессии туда, где можно жить, а не выживать.

Рауль Упоров, выпускающий редактор издания «Уральская неделя»:

— Мы задерживаем зарплаты, сотрудники молчат, всё понимают. Главное — ценности. Да, мы будем где-то прижиматься, ужимать бюджет. Зарплаты мы не сокращаем, не урезаем сотрудникам. Но всё же мы ищем новые вещи, чтобы заработать, чтобы зарплату повышать. Зарплата очень маленькая. Она, в общем-то, ни о чём. По региону средняя. Смотря кто ты — журналист или журналист-звезда.

Низкий профессиональный уровень журналистики как следствие всех обозначенных проблем — последний в нашем списке вопрос. Причина не только в том, что из профессии уходят опытные журналисты, но и в подготовке выпускников вузов.

Вячеслав Шварц, экс-заместитель директора ТК «Отырар», Шымкент:

— Здесь всё плохо как с уровнем оплаты, так и с профессиональным уровнем журналистов. Журналистика становится описательной, а не аналитической, причём в текущем положении маловероятно, что с поднятием уровня зарплаты журналистов вырастет качество материалов. Нет, конечно. Во многих редакциях функции журналистов выполняют люди, совершенно не имеющие никакого представления о профессии. Там всё держится на более-менее сильном редакторе, который просто посылает «журналиста» принести информацию, записать интервью с заготовленными вопросами, а потом самостоятельно пишет текст. Отсюда и возникает описательная журналистика. Потому что до сути никто так и не доходит. Нужно слепить материал и выдать быстро. Много профессиональных журналистов ушли в пресс-секретари, это тоже формат описательной журналистики, зато оплачивается неплохо. Ну и надо понимать, конечно, ещё то, что журналист слабо защищён или подкован законодательно, многие не хотят рисковать, хотя это уже не про журналистов, они просто не имеют права быть такими, выбрав эту профессию.

Эксперт 15, директор еженедельного регионального издания и интернет-портала:

— В Казахстане есть очень квалифицированные кадры. В нашей редакции я не скажу, что мы звёзд с неба хватаем. Но я приветствую, и все время мы обучались, и нам это помогало. Первый пинок нам дал Internews в 2011 году, когда мы понимали, что нужно уходить в цифру, а не знали, как это сделать. И до сих пор на этом пинке мы дошли до такого момента, что, в принципе, мы один из лидеров региональных медиа. И дальше хотим учиться. Крайне необходима поддержка образовательная. У нас нет ни одного

профессионала в редакции, все кадры мы готовили сами. К сожалению, больше половины я уже потерял. Каждый у нас был как бриллиант, но это жизнь, что теперь делать.

Михаил Дорофеев, директор, главный редактор informburo.kz, Нур-Султан:

— Насколько я могу судить, журналисты никогда не выходят из вузов подготовленными к работе — их всегда приходится учить заново. Но к традиционной проблеме ремесленной беспомощности добавляется новая проблема — казахстанские журфаки не дают даже необходимой профессионально-этической базы. Выпускники факультетов журналистики, как правило, даже не осознают, что это за профессия, зачем она нужна, какую роль выполняет в обществе, что можно делать, а чего ни в коем случае нельзя. Во многом это объясняется тем, что там преподают люди, давно оторвавшиеся от СМИ, либо не имеющие опыта практической работы, либо работавшие в журналистике ещё в советское время. Система журналистского образования в Казахстане нуждается в коренном реформировании.

Отдельно надо сказать про казахский язык. Журналистика на казахском языке — это будущее казахстанской журналистики. Потребность в контенте на казахском языке растёт, аудитория увеличивается — это возможности для роста. В недалёком будущем казахстанская журналистика будет практически полностью казахоязычная, и тогда мы, наконец, вырвемся из информационного поля России. Но к этому надо готовиться — осваивать новые жанры, форматы, изучать и понимать свою аудиторию, забыть про самоцензуру и стремление стать частью госаппарата. К счастью, я вижу молодых ребят, которые готовы писать и работать по-новому, и именно на них возлагаю большие надежды.

Гульнар Бажкенова, сооснователь, шеф-редактор HOLA News, Алматы:

— Самая важная причина низкого уровня развития журналистской деятельности — это профессионализм журналистов. У нас неправильно выстроена сама система журналистского образования. Во-вторых, давление на независимую журналистику. В-третьих, это табу. Особенно в казахоязычной журналистике считается неразумным писать на некоторые темы. Также правовая безграмотность самих журналистов. Некоторые журналисты не знают о своих правах, не говоря о чужих.

Для обеспечения условий для беспристрастной и профессиональной работы журналистов и СМИ в законодательство нужно внести такие изменения, чтобы для обучения журналистов можно было привлечь практикующих журналистов. Нужно также поддержать независимых авторов. Необходимо повернуть внимание бизнеса на казахоязычную журналистику. Бизнесу необходимо облегчить условия подачи рекламы в СМИ.

Есенгүл Кәпқызы, основатель сайта «Мінбер»:

— У нас в стране есть 23-24 кафедры и два факультета по подготовке журналистов. Можно сказать, что у нас сформировался большой рынок по подготовке журналистов. Однако качество неоднородное. Но среди них существует сильная конкуренция. И все

выпускники после окончания идут в немногочисленные СМИ: в газеты, ТВ и на веб-сайты. Так как их финансирует государство, они все одного направления. Молодые журналисты в основном в погоне за быстрой популярностью предпочитают идти на телеканалы и в научные журналы. Но не всем хватает таких мест.

Павел Банников, шеф-редактор Factcheck.kz:

— Всё плохо с профессиональной подготовкой на большинстве журфаков. Люди, которые уже по 10 лет не занимаются журналистской практикой, учат студентов бесполезным вещам. Только за последние пять лет работа журналиста поменялась кардинально, новые возможности, новые инструменты, реалии — всё это проходит мимо большей части студентов журфаков. Я работаю со стажёрами и очень хорошо представляю себе, какими знаниями они обладают на четвёртом курсе. И это печально. Среди действующих журналистов достаточно профессионалов, но молодых часто нужно переподготавливать, выстраивать навыки и системный подход к работе заново.

Рауль Упоров, выпускающий редактор издания «Уральская неделя»:

— На низком уровне оцениваю всё медиасообщество. Я проецирую от «Уральской недели» и дальше. У нас постоянно получается текучка, мы создаём новую команду. Мы открыли школу журналистики, мы её два года подряд уже делаем. И оттуда мы оставляем людей. У нас две девушки остались с нами работать. То, что радует меня, — у нас появляются молодые люди. Это первый фильтр. Потом люди уходят, когда понимают наши ценности, это более правозащитный характер нашей работы. И когда люди понимают, что в «Уральской неделе» — это не просто на какие-то штуки бегаешь, на концерты, нам это не интересно. Когда они сталкиваются с какими-то проблемами, тут ты или остаёшься и становишься профессионалом, или ты уходишь на более лайтовые издания. Это чувствуется очень сильно.

Срайыл Смайыл, главный редактор газеты Jas qazaq:

— Не могу сказать, что профессиональный уровень журналистов в настоящее время высок. Это касается как казахстанской, так и всемирной журналистики. Усиление социальных медиа оказало сдерживающее влияние на традиционные медиа. Однако молодёжь приходит в журналистику в большом количестве. То есть специальность журналиста до сих пор остаётся престижной.

ТРИ ГЛАВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КАЗАХСТАНСКИХ СМИ

В результате опросов можно выделить три основные проблемы казахстанских СМИ:

- Ограничения в законодательстве, которые осложняют работу медиа.
- Низкая финансовая устойчивость СМИ, в том числе госинформзаказ как инструмент финансового и административного воздействия.
- Низкий профессиональный уровень.

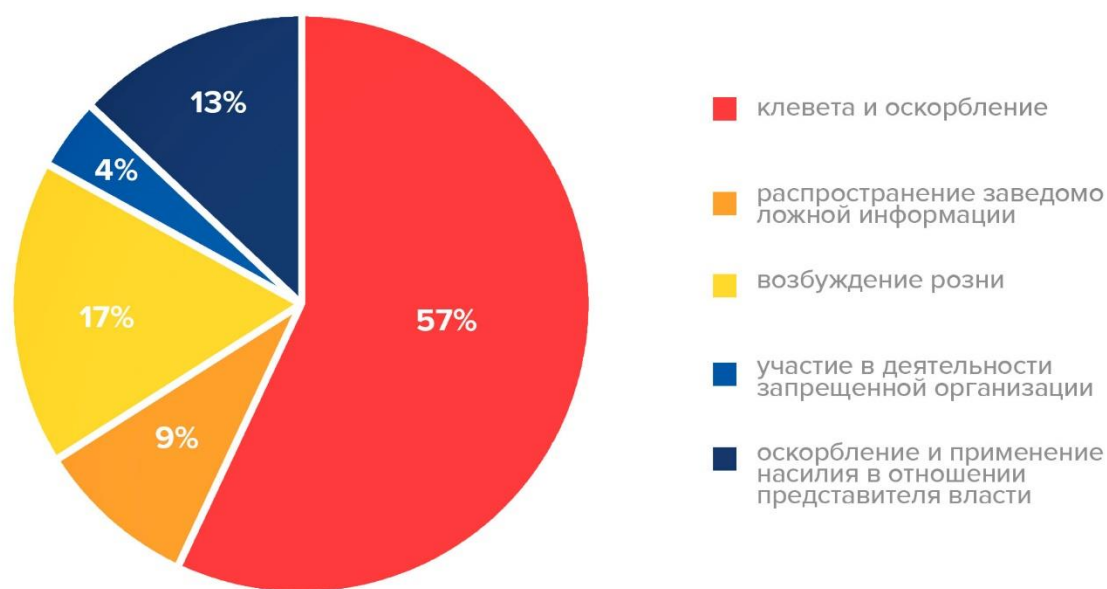
Остальные проблемы являются только следствием обозначенных трёх.

Рассмотрим, как законодательство ограничивает работу журналистов и развитие СМИ. Одной из самых серьёзных проблем в работе журналиста остаётся уголовная ответственность за клевету по статье 130 Уголовного кодекса РК. Обратимся к статистике Международного фонда свободы слова «Әділ сөз» за январь-июль 2019 года⁷. По данным фонда, за этот период уголовному преследованию подверглись 23 журналиста. Из них 13,57 % дел касались обвинений в клевете.

Рисунок 10. Обвинения в уголовном порядке

ОБВИНЕНИЯ В УГОЛОВНОМ ПОРЯДКЕ

январь-июль 2019 года



В 2019 году в Казахстане появилось новое явление для страны, так называемые «титушки», которые препятствуют работе журналистов на митингах, срывают пресс-конференции, нападают на журналистов при полном игнорировании их действий со стороны правоохранительных органов⁸. При этом статьи, предусматривающие ответственность за воспрепятствование законной деятельности журналиста, на практике не применяются, показывая избирательность казахстанского правосудия практически всегда не в пользу журналистов.

Вторая важная проблема — низкая финансовая устойчивость СМИ. Она складывается из нескольких факторов. Это отсутствие широкого круга источников финансирования, узкий рынок рекламы, ограничения по рекламе в СМИ.

⁷ <http://www.adilsoz.kz/politcor/show/id/262>

⁸ <https://www.zakon.kz/4978738-uchastniki-draki-na-press-konferentsii.html>

Нужно отметить, что инструмент, который был введён для поддержки СМИ, — государственный информационный заказ — напротив, стал инструментом финансового давления со стороны государственных органов, инструментом пропаганды, индульгенцией для вмешательства в редакционную политику, покупкой лояльности СМИ и, в конечном итоге, затормозил развитие медиа. Непрозрачность распределения госзаказа, высокие коррупционные риски, связанные с распределением государственных денег, создание СМИ, ориентированных специально под получение господдержки на проведение информационной политики и аффилированные с чиновниками.

Госинформзаказ стал той причиной, из-за которой не может поддерживаться конкурентная среда на медийном рынке. Ориентированные исключительно на госбюджет СМИ теряют аудиторию из-за чрезмерного вмешательства госорганов в редакционную политику. Как следствие — перестают быть интересными и своим зрителям и читателям, и в дальнейшем как площадка для размещения госинформзаказа.

Все эти факторы способствуют снижению заработных плат работников СМИ, оттоку профессионалов в сферы с большими зарплатами, в большие города или эмиграции из Казахстана.

Третья проблема — вузы не могут обеспечить приток высококвалифицированных кадров. Журналистика как низкооплачиваемая профессия привлекает студентов, которые не проходят по уровню знаний на обучение более престижным специальностям. Среди абитуриентов идёт отрицательный отбор, что усугубляется низким уровнем образования в стране в целом. В образовательном процессе применяются отсталые формы и методы обучения, далекие от практической работы.

Помимо оттока профессионалов из журналистики, причиной низкого профессионального уровня работников медиа является невозможность или нежелание повышать свою квалификацию. Причиной могут быть как отсутствие денег на платные курсы, так и времени на бесплатные семинары и тренинги, которые проводят неправительственные организации. В основном казахстанские журналисты работают в условиях ненормированного рабочего дня, сразу на несколько медиаресурсов, их трудовые права часто нарушаются.

Решить все три основные проблемы, по мнению участников исследования, могло бы создание независимого от власти профсоюза. Он мог бы выступать с законодательными инициативами, разбирать проблемы оплаты труда и соблюдения трудовых прав работников СМИ, отстаивать интересы профессионального сообщества в профильном министерстве, которое из государственного органа, призванного решать проблемы отрасли, давно превратилось в орган, противостоящий всей медиасфере, выступающий с запретительными и карательными законодательными инициативами.

На сегодняшний день создать независимый профсоюз, который бы не испытывал давления со стороны властей и угроз его активным участникам, не представляется возможным. Но и в нынешних политических условиях возможно изменить

законодательство, которое могло бы значительно улучшить положение казахстанской медиасферы и повысить интерес и престиж профессии журналиста.

Конкретные рекомендации будут даны в последней главе данного исследования.

5. АНАЛИЗ И ОБОБЩЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ ОБ АНАЛОГИЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Для проведения анализа были использованы три исследования, проводимые в период с 2009 по 2018 годы.

1. «Масс-медиа Казахстана: ключевые игроки, возможности и риски», Международный центр журналистики MediaNet, 2009 год.
2. «Проект маркетингового исследования факторов тарифообразования услуг средств массовой информации республики Казахстан с целью расчёта тарифных ставок для закупки услуг по реализации государственной информационной политики», Центр бизнес-информации, социологических и маркетинговых исследований BISAM Central Asia, 2016 год.
3. «Обеспечение доступа граждан и профессионального медиасообщества к информации в Казахстане: регионы и центры», Министерство информации и коммуникаций Республики Казахстан, 2018 год.

В качестве дополнительной информации по реализации государственного информационного заказа использовалась публикация «Вестник госзакупок | Кто убыточен из топ-20 поставщиков госинформзаказа» на интернет-сайте factcheck.kz⁹.

«Масс-медиа Казахстана: ключевые игроки, возможности и риски», Международный центр журналистики MediaNet, 2009 год

Единственное за последние годы масштабное исследование проблем масс-медиа в Казахстане, которое представлено в свободном доступе, было подготовлено Правовым медиацентром MediaNet в 2009 году, то есть 10 лет назад. Проблемы, отмеченные в исследовании тогда, сейчас, в 2019 году, не только не решены, а ещё и усугубились.

Если посмотреть на риски, обозначенные для прессы 10 лет назад, то на первый план выходят политические и экономические. Причём экономические руководители изданий считали ключевыми.

Вот выдержка из данного исследования:

⁹ <https://factcheck.kz/glavnoe-en/ubytochnye-vopreki-krupnym-podryadam-top-20-postavshikov-gosinformzakaza-vestnik-goszakupok/>

«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 объёма рекламы и ухода рекламодателей — в частности, строительных компаний и банков».

В результате данных, полученных в рамках «Исследования потребностей медиасообщества Казахстана», становится понятно, что эти проблемы не решались все эти годы. Напротив, ситуация усугубилась ухудшением экономической ситуации в Казахстане, что повлекло ещё большее сокращение рекламы, а также всё увеличивавшемся контролем медиарынка с помощью механизма государственного информационного заказа. По данным анкетирования, 77,9 % респондентов ответили, что реклама должна быть основным источником финансирования СМИ, а не госинформзаказ. В то же время, меньше половины участников опроса — 41,2 % — ответили, что медиа могут достичь финансовой устойчивости без государственного финансирования. 33,8 %, и в основном это представители государственных СМИ, считают финансирование из бюджета гарантией финансовой стабильности. В среднем участники опроса оценили финансовую устойчивость казахстанских СМИ как среднюю или 5,7 балла из 10. Гарантированный госинформзаказ ставит неконкурентные СМИ в заведомо выигрышные условия. К тому же, как отметил один из участников фокус-групп Игорь Неволин, шеф-редактор газеты «Время», госзаказ — это коррупционный инструмент, под который специально создавались СМИ, чтобы отмывать деньги, выделенные на поддержание СМИ из бюджета Казахстана.

Вот что отмечалось в 2009 году в исследовании MediaNet о политических рисках:

«Среди политических рисков медиаспециалисты указывали на увеличение давления со стороны властей либо попыток взятия под тотальный контроль медиасферы. 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 чём 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 медиасфере в регионах Казахстана. Влиятельные группы будут стараться взять под контроль наиболее независимые и яркие издания, которые в результате могут потерять свою остроту».

На сегодняшний день ситуация ещё более осложнилась. Уголовное преследование по политическим мотивам, закрытие оппозиционных СМИ, запрет на профессию стали

реальностью для медиасообщества Казахстана. Вспомним уголовное дело против Сейтказы и Асета Матаевых, Жанболата Мамаю, закрытие сайта ratel.kz и запрет на профессию владельцам и руководителям ресурса Марату Асипову и Сапе Мекебаеву, журналисту Анне Калашниковой. По данным Международного фонда защиты свободы слова «Әділ сөз», в период с 2000 года по первую половину 2019 зарегистрировано 820 случаев воспрепятствования профессиональной деятельности журналистов¹⁰.

Исследование потребностей медиасообщества Казахстана показало, что большинство работников СМИ — 58,8 % — не чувствуют защищённости как представители СМИ на законодательном уровне. 60 % ответили, что поправки в закон «О СМИ», вносимые в последние годы, значительно осложнили их деятельность. А часть статей Уголовного кодекса, такие как 130 «О клевете» и 274 «О распространении заведомо ложной информации» угрожает любому журналисту.

Так же остро, как и 10 лет назад, стоят вопросы развития СМИ. В 2019 году результаты опроса показали, что абсолютное большинство — 87,5 % — участников исследования считают, что казахстанская журналистская деятельность не развивается. А вот о чём говорят данные 2009 года:

«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 жёсткие рамки, в которые поставлены журналисты.

Так, многие редакторы и собственники СМИ указывали, что были вынуждены свернуть новые проекты, отказаться от планов по развитию своих масс-медиа в связи с серьёзным сокращением объёма рекламы и финансирования по сравнению с предыдущими годами.

Часть редакторов и собственников отметила, что они готовы внедрять новые идеи после того, как будут уверены в возвращении прежних объёмов рекламы.

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

Не изменилась ситуация со свободой слова, цензурой и самоцензурой. В 2019 году Казахстан занял 158 место¹¹ в Индексе свободы прессы («Репортёры без границ») из 180 против 142¹² в 2009 году.

¹⁰ Результаты мониторинга можно найти по ссылке <http://www.adilsoz.kz/politcor/show/id/261>

¹¹ <https://rsf.org/fr/classement#>

¹² <https://rsf.org/en/world-press-freedom-index-2009>

В рейтинге о свободе пользования интернетом Freedom House за 2018 год Казахстан занял 46 строчку из 65 стран¹³. В 2009 году рейтинг Казахстана составил 78, страна признана несвободной.

Если вернуться к результатам анализируемого исследования MediaNet, «подавляющее большинство казахстанских медиаспециалистов (более 65 %) уверено, что цензура в Казахстане существует в той или иной степени. При этом практически все репортёры, редакторы и собственники указывают на то, что основной проблемой в данной сфере в республике становится не цензура в её классическом понимании, а самоцензура журналистов».

Сейчас самоцензура воспринимается журналистами и редакторами как явление если не нормальное, то привычное. То, что позволяет не идти на конфликт с властями, сохранить работу и даже свободу.

Эксперт 1, участник фокус-группы:

— Да, безусловно. Есть издания, в том числе сетевые, у нас здесь, которые кусают власть почём зря. Но что это даёт? Тявканье из-за кустов. Они держатся этакой оппозицией, позиционируя себя правдорубами. Но правда, как известно, у всех своя. Мы предпочитаем разобраться, дать высказаться всем, и если пишем, то уверены, что власти тут виноваты. Но не просто виноваты, а что сделают, чтобы решить проблему. Поэтому отношение к нам иное. Нам доверяют, знают, что мы пишем по делу, а не так себе, лишь бы покуражиться.

В ходе анкетирования, а также обсуждения в фокус-группах, участники отметили, что на информационную политику оказывают влияние и госорганы — в большей степени, — и рекламодатели. Чаще всего неоправданное.

Эксперт 5, участник фокус-группы:

— У нас в регионе, чтобы задуть наш практически единственный сайт, дали госзаказ левым людям, чтобы они создали нам конкуренцию, у них люди, техника, ресурсы, а у нас только энтузиазм и аудитория. Я считаю, госзаказ должен быть, например, как рекламные материалы, то есть власти дают отдельные задания-материалы, темы, мы выбираем, готовим их, делаем интересными, публикуем и получаем деньги, как по обычному тарифу с клиентов. Заключение договора и оговорить объём, цены. Но при этом они не вмешиваются в остальную политику редакции, но они так, кажется, не умеют. У нас был госзаказ на газету, на сайт не брали, но они начали вмешиваться в контент сайта, и мы перестали брать его... Если взять на сайт — убьём сайт и растеряем аудиторию, конечно.

С другой стороны, редакции пытаются выстроить диалог с местными властями при условии поддержки собственника.

¹³ <https://eadaily.com/ru/news/2019/04/02/kazahstan-yavlyaetsya-stranoy-s-nesvobodnym-internetom-freedom-house>

Эксперт 1, участник фокус-группы:

— Мы именно так и работаем, по договору. Отрабатываем отдельные материалы и в газету, и на сайт. При этом стараемся подать их так, чтобы было интересно читателю, в своём стиле. На политику издания они не влияют.

Смотря как разговаривать, пусть попробуют вмешаются! И пробовали, мы говорим: «Вы платите за конкретный материал, мы его ставим, остальное — вы не платили, с чего мы вас должны слушать?»

Обратимся к опросу 2009 года:

«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 условия».

Ситуацию сегодняшнего дня обрисовал в интервью Эксперт 14, руководитель регионального издания:

— Государство очень хорошо контролирует медиа в Казахстане. Для этого создали СЦК (Служба центральных коммуникаций), РСК (Региональная служба коммуникаций), которые очень мощно перекрывают информационный поток. На мой взгляд, повестку дня они перехватили в свои руки, т. е. централизованно, каждый день брифинги. Т. е. я сейчас работаю с пресс-секретарём и знаю, как это работает. Есть на целый год программы, медиапланы, они очень многочисленные... И, конечно же, это делается для того, чтобы перекрыть поток. А региональные издания, которые испытывают дефицит кадров, они немножко не справляются, потому что очень много идёт «сверху» по повестке дня.

К примеру, приезжают пострадавшие дети, мы их встречаем. Ну надо осветить, да. Или возводят дом, или аким поехал с рабочей поездкой по городу. И всё это мы подхватываем, а для того, чтобы делать собственные, крутые, замечательные журналистские расследования, уже не остаётся сил. С учетом того, что ряды журналистов редеют очень стремительно. В моей редакции сейчас работаю я одна и один журналист. Это произошло постепенно. Кто-то уехал за границу, кто-то ушел в блоггерство. А найти новые кадры я не могу, потому что приходят либо совсем безграмотные, это выпускники журфака, из Петропавловска. Даже те люди, которые проявляли желание, у них нет элементарно грамотности.

Из этого следует, что государственная власть в Казахстане не просто вмешивается в политику СМИ, она полностью управляет и контролирует информационную повестку. Малочисленные редакции, особенно в регионах, часто не могут ни финансово, ни физически себе позволить освещать события, не входящие в план мероприятий местных исполнительных органов.

Влиятельность СМИ, уровень доверия за последние 10 лет значительно снизились. 10 лет назад большинство журналистов считало, что их зрители и читатели доверяют СМИ:

«Более 60 % работников медиасферы твёрдо уверены, что читатели и зрители доверяют масс-медиа, ещё примерно 20 % полагает, что СМИ доверяют, но не всегда, остальные убеждены, что в обществе уже давно не существует доверия к журналистам».

Опросы в рамках сегодняшнего исследования показывают, что всё меньше людей в Казахстане готовы доверять прессе. Сейчас на первый план вышли блогеры. Они не ограничены законодательными рамками, установленными для СМИ, их финансовые потоки непрозрачны.

Эксперт 9, участник фокус-группы:

— На мой взгляд, сегодня очень актуален вопрос дискредитации журналистского труда блогерами. В основе своей они безграмотны и имеют сомнительную репутацию. Полагаю, что в отношении них должны быть введены какие-то юридические нормы.

Следует дать юридическое определение такого явления, как «блогер». Ввести какие-то нормы, регламентирующие их деятельность, по аналогу с законом «О СМИ».

Кроме того, следует сделать прозрачной систему оплаты их труда и отчисления налогов. Причём не по сетке ИП, когда это три копейки, а начислять налоги в соответствии с теми миллионными суммами вознаграждений. Не только деньгами, но и различными «плюшками».

Вопрос не в том, платят — пусть получают, но при этом они должны понимать, что есть закон, который им следует соблюдать, так же, как и СМИ.

Престиж профессии обесценился и внутри журналистского сообщества. Отсутствие здоровой конкуренции, законодательное, финансовое давление. Интересно, что в исследовании 2009 года вопрос финансовой удовлетворённости даже не поднимался. Журналистика считалась одной из хорошо оплачиваемых профессий. Сейчас вопросы оплаты труда стали одними из самых острых.

Эксперт 4, участник фокус-группы:

— Чувствую ли я, что занят престижной профессией? Только когда вижу фильм типа «Вся президентская рать». Уровень зарплат, отсутствие здоровой конкуренции между изданиями действуют угнетающе. Я наблюдаю исход из редакций хороших, опытных журналистов, которые предпочитают нестабильность фриланса давлению и

формализму редакций изданий. Потолок роста крайне низкий, перспектив нет. Удивительно получать одинаковую зарплату с автором, чьи статьи перед публикацией три дня редактируют.

Принятый в конце 2015 года закон «О доступе к информации» не оправдал ожиданий журналистского сообщества. Проблема с принятием закона не решилась, а усугубилась. Вот чего ожидали СМИ в 2009 году, за шесть лет до принятия закона:

«Доступ к информации остаётся одной из самых значительных проблем для 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 репортёрам 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 остаётся 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 остаётся нежелание госорганов работать с критично настроенными и оппозиционными изданиями, а также с журналистами, которые готовят проблемные материалы».

К анализу имплементации закона «О доступе к информации» мы подробно вернёмся в исследовании «Обеспечение доступа граждан и профессионального медиасообщества к информации в Казахстане: регионы и центры».

Ещё одна проблема в области медиа, требующая решения, — подготовка и переподготовка кадров. Вузы выпускают специалистов низкого уровня, которым приходится учиться работать с нуля на практике. Не хватает различных курсов, где журналисты могут получить новые знания, овладеть новыми инструментами. Работодателю не всегда есть смысл тратить время и деньги на обучение сотрудников, журналистам — времени и денег, чтобы оплачивать семинары и тренинги. Однако участники фокус-групп отмечают, что используют любую возможность пройти обучение бесплатно.

Эта проблема не потеряла своей актуальности за последние 10 лет:

«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 репортёров 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».

В настоящее время идёт очередной «ремонт» закона «О СМИ», как его окрестили журналисты. Участник фокус-группы Георгий Ковалёв, журналист издания «Курсив», высказал предложение расформировать Министерство информации и общественного согласия, а также упразднить закон «О СМИ». По его словам, необходимо относиться к СМИ как к бизнесу, руководствоваться законодательством, предусмотренным для субъектов предпринимательства. Возможно, предоставив некоторые преференции.

Эксперт 4, участник фокус-группы:

— Я вообще против закона «О СМИ», особенно в части ограничений наших возможностей. Всё есть в гражданском и уголовном (к сожалению, как это ни нелепо) кодексах. Закон «О СМИ» я бы отменил. Вместо него необходимо принять Кодекс свободы слова для чиновников, обязывающий их сотрудничать со средствами массовой информации.

Подобные предложения звучали и 10 лет назад:

«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 свободы.

Подавляющее большинство участвовавших в исследовании медиаспециалистов 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, подчёркивали, что документ работать не будет».

С тех пор не уменьшилось ни количество запретов, ни число журналистов, подвергшихся уголовному преследованию. По данным фонда «Әділ сөз», за первое полугодие 2019 года к лишению или ограничению свободы суды приговорили девять журналистов.

Серьёзной проблемой остаётся разрозненность журналистского профессионального сообщества. Проблема незаконного использования чужого контента, некорректное поведение в отношении коллег из конкурирующих СМИ. На сегодняшний день назрела необходимость либо создания профсоюза журналистов, который бы занимался проблемами профессионального сообщества — от формирования механизмов оплаты труда, нормирования рабочего дня до отстаивания интересов в парламенте и

правительстве. Либо создание организации по улаживанию споров внутри сообщества. Однако и сейчас, и 10 лет назад эти идеи не получили массовой поддержки.

В разделе «Потребности СМИ» проведенного MediaNet исследования говорилось, что редакторы и журналисты нуждаются в новых знаниях, расширении компетенций, готовы сотрудничать с вузами в подготовке более квалифицированных выпускников журналистских факультетов. Эта потребность сохранилась на сегодняшний день и стала более острой. Но наряду с этим остро стоит вопрос оплаты труда журналистов.

Так охарактеризовала ситуацию **Эксперт 8, участник фокус-группы:**

— В 2019 году зарплата главного редактора в пересчёте на доллары ниже зарплаты простого журналиста в 2009 году процентов на 20 %. То есть ты сделал карьеру, но обеднел.

РЕКОМЕНДАЦИИ

Список рекомендаций, которые давали специалисты MediaNet 10 лет назад, можно смело использовать и сейчас. Исключая рекомендацию создания закона «О доступе к информации», который вступил в силу и сразу вызвал много нареканий, осложнив работу журналистов. Обратимся к рекомендациям MediaNet 2009 года:

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».

С 2009 года Казахстан не продвинулся в приведении законодательства в соответствии с международными нормами, не отменил уголовное преследование за клевету. Кроме того, Нурсултан Назарбаев, первый президент Казахстана, председатель Совета безопасности и руководитель правящей партии Nur Otan, выступая на заседании партии 21 августа 2019 года, заявил о необходимости ужесточить наказание за клевету¹⁴.

«Проект маркетингового исследования факторов тарифообразования услуг средств массовой информации республики Казахстан с целью расчёта тарифных ставок для закупки услуг по реализации государственной информационной политики», Центр бизнес-информации, социологических и маркетинговых исследований BISAM Central Asia, 2016 год

На сегодняшний день в Казахстане нет контроля ни за распределением госзаказа, ни общественного контроля за государственными СМИ.

Последние вопросы наиболее актуальны ввиду того, что общество и журналисты считают госзаказ неэффективным, а миллиарды, выделенные на эти цели, выброшенными на ветер или присвоенными коррупционным путем.

Эти выводы приводят авторы «Проекта маркетингового исследования факторов тарифообразования услуг средств массовой информации республики Казахстан с целью расчёта тарифных ставок для закупки услуг по реализации государственной информационной политики», подготовленного Центром бизнес-информации, социологических и маркетинговых исследований BISAM Central Asia в 2016 году.

Посмотрим на некоторые выводы, сделанные исследователями в 2016 году:

- Исследование показало, что существующие система и практика государственного информационного заказа практически единодушно оцениваются медиасообществом

¹⁴ Сообщение можно прочитать по ссылке <https://vesti.kg/politika/item/63859-nursultan-nazarbaev-prizval-uzhestochit-nakazanie-za-klevetu.html>

как неэффективные с точки зрения реализации государственной информационной политики и как неадекватные реалиям медиарынка. Такую позицию разделяют представители негосударственных и государственных СМИ, инфраструктуры медиарынка и государственных органов.

- Качественно изменился сам характер СМИ. Опрошенными экспертами настойчиво проводилась мысль, что средства массовой информации всё больше превращаются в средства массовой коммуникации. Исследование зафиксировало даже достаточно распространённое и, по сути, уже входящее в обиход стремление поменять аббревиатуры — СМИ на СМК. Смена современными медиа своих моделей взаимодействия с потребителями выразилась в интеграции традиционных СМИ с интернетом, в изменении стиля общения с аудиторией и у традиционных СМИ, в радикальном повышении как коммуникационной, так и информационной роли социальных сетей. Однако всё это, по доминирующему среди опрошенных экспертов и ключевых информаторов мнению, не нашло должного отражения в государственной информационной политике.
- Структура казахстанского медиарынка также достаточно вяло реагирует на качественные изменения в характере потребления и восприятия СМИ. Сетевые и интернет-издания составляют лишь 7 % от общего числа казахстанских медиа.
- При этом показательно, что интернет, несмотря на все свои особенности и возможности, всё ещё остаётся в Казахстане в большей степени информационным, чем коммуникационным средством. Через интернет достаточно часто воспринимается размещённый там контент традиционных СМИ — газет, журналов, радио, телевидения. Фактором, на который следует обратить особое внимание в информационной политике, является рост мобильного подключения к интернету. Этот способ используют уже около 60 % казахстанских домохозяйств.
- Структурные изменения имеют различную направленность у различных видов СМИ. Среди печатных СМИ обращает на себя внимание заметное снижение числа газет при бурном росте числа журналов. В 2016 году число журналов увеличилось более чем вдвое и почти сравнялось с числом газет. Это всё больше меняет информационный портрет страны в региональном разрезе. 80 % журналов сосредоточено в Алматы (67 %) и Астане (13 %). В регионах — только 20 %. Напротив, более двух третей издаваемых в Казахстане газет приходится на регионы.
- Несмотря на интенсивное развитие интернета, телевидение остаётся в Казахстане наиболее потребляемым средством массовой информации. При этом показательно, что, в отличие от большинства других стран, в частности, от России, казахстанское телевидение сумело сохранить молодого зрителя. Средний возраст телезрителя в Казахстане — 36 лет, в то время как в России — 49 лет, в Украине — 54 года.
- Около трёх четвертей СМИ Казахстана — независимые. Однако в последние годы установилась устойчивая тенденция роста доли государственных СМИ. Только с 2014 года по 2016 год их доля возросла с 16 % до 25 %.
- Казахстанский медийный рынок отличается очень большим разбросом цен. Исследование не подтвердило выдвинутую гипотезу о том, что на ценообразование заметно влияет «человеческий фактор», т. е. личные отношения медиа с

потребителями. Однако подтвердилась другая гипотеза — о том, что на рынке услуг СМИ не действуют классические принципы ценообразования. На казахстанском медийном рынке отсутствуют общепринятые подходы к роли и «весу» тех или иных ценообразующих факторов. Несовершенны системы не только государственного, но и коммерческого ценообразования на услуги СМИ. Накопились своего рода «вечные» проблемы, по решению которых нет ясного видения в медиасообществе. Это, в первую очередь, учёт в практике ценообразования нематериальных факторов, интеллектуальной и творческой сложности продукта, всего множества компонентов, улучшающих достижимость целевой аудитории.

- Все эти проблемы с особой рельефностью проявляются в практике государственного информационного заказа. И если коммерческий сектор казахстанской медиасферы всё же находит хотя бы частичные решения, то в практике государственного информационного заказа назревшие изменения сдерживаются стремлением делать условия закупок удобными для потенциальных проверок контролирующими органами. В итоге результативность выполненных по государственному информационному заказу работ оценивается, прежде всего, по сугубо формальным признакам, главным образом — измерителям объёма информации, никоим образом не отражающим качество, профессионализм и творческий уровень продукта/услуги.
- В практике государственного информационного заказа есть и системные изъяны, которые, в принципе, поддаются устранению. Это характер тематических направлений и формируемых на их основе технических спецификаций. Последние, как правило, аморфны, не содержат концепции заказываемого продукта, не ориентированы на достижимость целевых групп.
- Базовые расценки государственного информационного заказа практически неадекватны рыночным ценам. Это делает государственный заказ непривлекательным для негосударственных СМИ. Представители государственных СМИ также ставили вопрос о том, что государственное задание лишает их возможности более высоких заработков, роста престижа, выраженного в рейтингах, размещения более интересного и привлекательного контента. Вместе с тем, эксперты нередко говорили о том, что учёт рыночного ценообразования в практике государственного заказа приведёт к значительному повышению базовых цен государственных тендеров. Однако, по нашему мнению, совпадающему с мнением большинства экспертов, нет другого выхода, чем сбалансировать неизбежное повышение базовых цен сокращением объёма государственного информационного заказа. Меньшая по объёму и по рассредоточению, но более качественная, привлекательная, размещённая с учётом лучших способов достижения целевых групп и активизации внимания аудитории, информация будет гораздо более эффективным инструментом государственной политики. Важным средством как повышения эффективности, так и экономии средств в государственном информационном заказе должен стать переход от «лобовой» пропаганды к более гибким способам воздействия на аудиторию. Такой переход должен осуществляться не только в плане контента, но и в плане учёта принципиально нового характера казахстанского информационного пространства, особенно — всё более широкого развития и глубокого проникновения в общество социальных сетей. Необходимо также внедрить в практику разработки конкретных проектов

государственного информационного заказа и оценки их результатов известные методики медиапланирования, привлекать профессионалов медиапланирования, возможно — создать соответствующую структуру в Министерстве информации и коммуникации.

- Выдвинутая гипотеза о «бегстве» СМИ от государственного информационного заказа подтвердилась в значительной мере, но не полностью. Есть немало негосударственных СМИ, которые стремятся получить государственный информационный заказ в силу своей неспособности проникнуть на высококонкурентные ниши рынка или для поправки финансового положения. При этом некоторые из таких СМИ научились использовать в своих интересах изъяны государственного информационного заказа — например, заполнять установленные объёмы некачественной и не интересной информацией с низкой себестоимостью. Однако наиболее профессиональные, обладающие широкой массовой популярностью или высоким деловым престижем СМИ действительно стараются уклониться от государственного информационного заказа.
- Существующие в практике государственного информационного заказа единицы измерения, используемые для интернет-ресурсов, признаны неадекватными всеми без исключения экспертами. Единицы измерения для традиционных СМИ в целом адекватны, с небольшими исключениями, которые мы учли в своей методике.
- Изученная в процессе исследования мировая практика государственной информационной политики не даёт готовых рецептов для решения описанных выше проблем государственного информационного заказа и тарифообразования в его рамках. В постсоветских государствах, прежде всего в России, практика государственного информационного заказа мало отличается от казахстанской. Однако там материалы, публикуемые в рамках государственного информационного заказа, имеют довольно высокие рейтинги и представляют интерес для потребителей. Соответственно, Россия, имея схожие с Казахстаном принципы государственного информационного заказа, нашла более эффективные пути их реализации. Один из примеров приводится в отчёте. В странах с развитой рыночной экономикой государственного информационного заказа не существует вообще. Но государственная поддержка СМИ здесь проводится в различных направлениях и формах, описанных в отчёте. Опыт этих стран наталкивает на мысль, что государственные средства должны тратиться не на прямое финансирование контента, а на развитие отраслевой инфраструктуры медиа, на поддержку социально значимых, но не имеющих достаточного конкурентного потенциала СМИ. Что же касается государственной политики, то её освещение и продвижение должно быть организовано более гибкими средствами информационно-коммуникационного воздействия. Однако рекомендации по этому вопросу не входят в задачи настоящего проекта и требуют масштабного комплексного исследования.
- Конкретные исследования аудитории СМИ необходимы, по мнению экспертов, для выявления реальной эффективности выполнения государственных информационных заказов и заданий, которая выражается прежде всего в уровне достижения конкретных целевых групп, влияния на их настроения и действия.

- В разработанной методике ценообразования в рамках государственного информационного заказа предлагается изменение некоторых принципов формирования технических спецификаций, в частности, предлагается разделить задания по производству и задания по размещению контента. На этой основе делается попытка многофакторного, дифференцированного с помощью коэффициентов и категорий сложности подхода к определению тарифов. В повышении адекватности единиц измерения мы опирались главным образом на практику, сложившуюся в рыночной среде и не учитывавшуюся до последнего времени в государственном информационном заказе.
- В то же время предлагаемая методика может вводиться поэтапно. В частности, в 2017 году можно пока воздержаться от разделения заданий на производство и размещение, от обязательного введения региональных коэффициентов и от некоторых других рекомендаций, которые, возможно, должны быть протестированы в пилотных проектах. С учётом данного допущения в специальном разделе предложены примерные базовые цены/тарифы на 2017 год. В то же время, главным в определении этих цен остаётся стремление сделать тарифы государственного информационного заказа адекватными реальной ситуации медиарынка. Предлагаемые базовые цены должны сделать государственный информационный заказ привлекательным для СМИ, обеспечить при государственном информационном заказе высокое качество информационного продукта путём использования высококвалифицированных специалистов, современных технологий и материалов, а также обеспечить должный уровень достижения целевых аудиторий.
- В сравнении с ранее существовавшей в Министерстве информации и коммуникации практикой, базовые цены даются с большей дифференциацией по видам продуктов/услуг.

Хотелось бы заострить внимание на нескольких рекомендациях, касающихся эффективности и качества реализации госзаказа. Эксперты BISAM подтверждают, что «существующие система и практика государственного информационного заказа практически единодушно оцениваются медиасообществом как неэффективные с точки зрения реализации государственной информационной политики и как неадекватные реалиям медиарынка. Такую позицию разделяют представители негосударственных и государственных СМИ, инфраструктуры медиарынка и государственных органов».

И за прошедшие три года после окончания исследования ситуацию не изменили. Подходы в реализации госинформзаказа давно устарели и не отвечают современным потребностям граждан страны в получении информации. В публикуемых материалах не делается упор на качество, ценность подаваемой информации, интерес к ней целевых групп. Материалы оцениваются по объёму в количестве знаков либо площади публикации, когда речь идёт о печатных изданиях.

Однако из года в год растёт сумма средств, выделяемых на госзаказ. По данным informburo.kz¹⁵, который ссылается на ОФ «Правовой медиа-центр», сумма госзаказа в

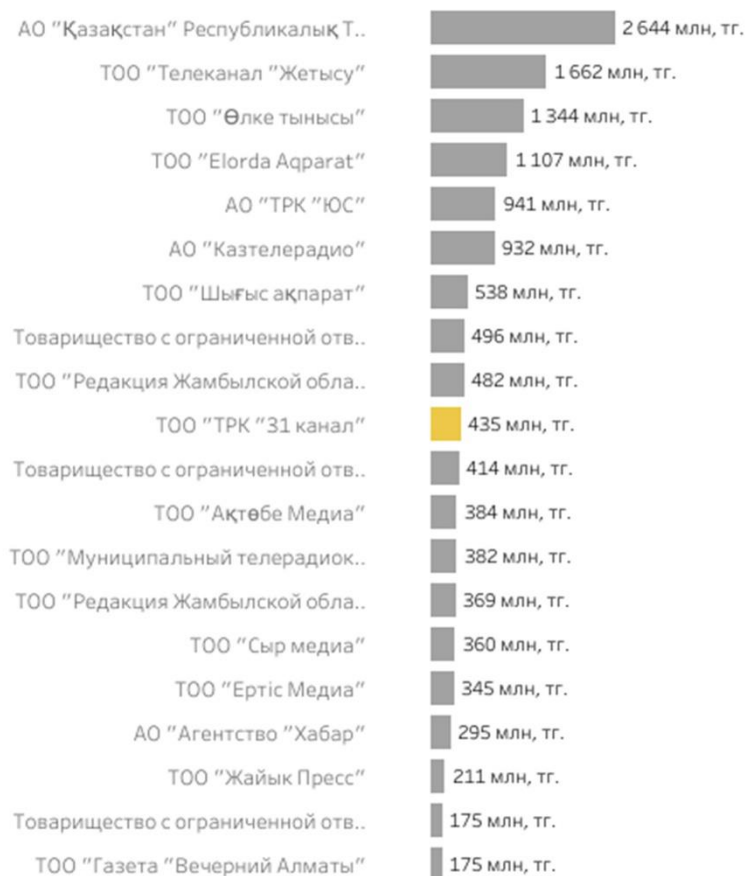
¹⁵ <https://informburo.kz/stati/zasekrechennye-milliardy-skolko-deneg-tratit-kazahstan-na-televizionnuyu-propagandu.html>

2016 году составила 41 миллиард тенге. Те же источники сообщают, что в 2018 году финансирование СМИ из бюджета составило 53 миллиарда 442 миллиона тенге¹⁶.

О низкой эффективности проводимой государством информационной политики говорит исследование, проведённое интернет-порталом Factcheck.kz¹⁷. Из ТОП-20 получателей госзаказа всего одно СМИ оказалось частным. Это «31 канал»¹⁸.

ТОП 20 ПОЛУЧАТЕЛЕЙ ГОСИНФОРМЗАКАЗА¹⁹

1 на 19 — соотношение **частных медиа** к государственным, среди ТОП-20 поставщиков госинформполитики 2018 г.



Из этого списка пять компаний являются убыточными. И все они государственные.

¹⁶ <https://informburo.kz/stati/gozakaz-v-smi-pobedil-dohody-ot-reklamy.html>

¹⁷ <https://factcheck.kz/glavnoe-en/ubytochnye-vopreki-krupnym-podryadam-top-20-postavshhikov-gosinformzakaza-vestnik-gozakupok/>

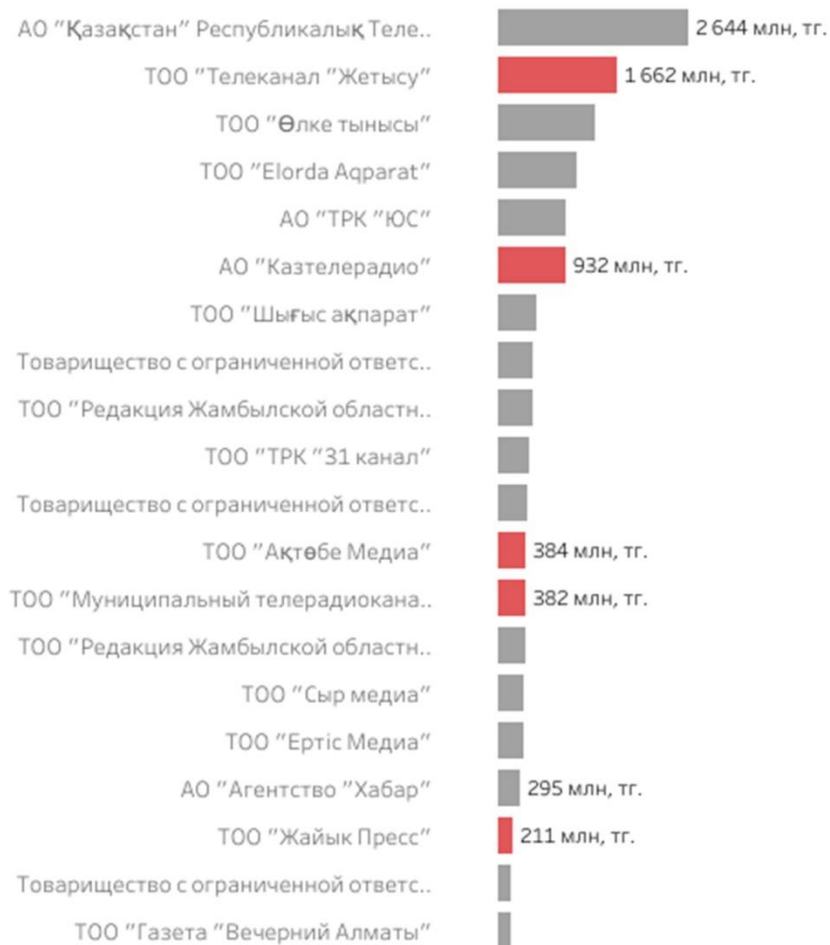
¹⁸ Фото factcheck.kz.

¹⁹ Инфографика Factcheck.kz.

СПИСОК УБЫТОЧНЫХ КОМПАНИЙ, ПОЛУЧИВШИХ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЗАКАЗ

Красным выделены убыточные организации в 2018 году

Несмотря на реализацию крупных подрядов (1.6 млрд, 932 млн) общая совокупная прибыль остается отрицательной

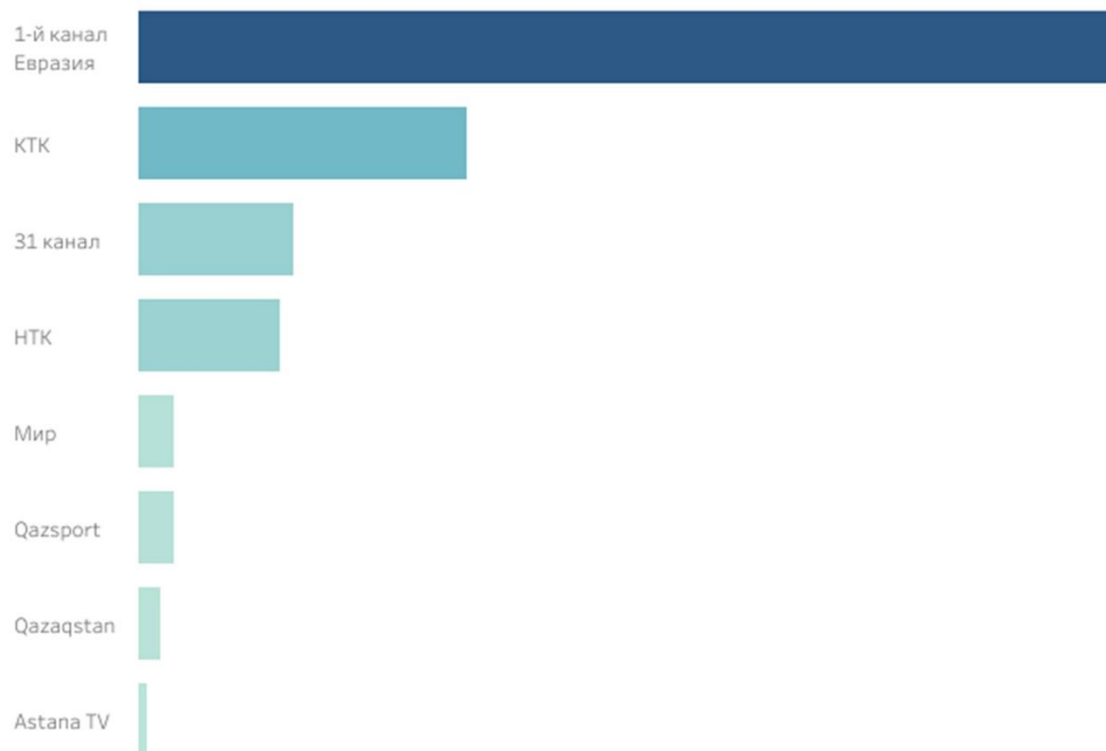


В восьмёрку самых популярных телеканалов входят только три получателя самых крупных сумм госзаказа. Частный «31 канал» и два входящих в состав АО РТРК «Казахстан» — QAZAQSTAN, Qazsport.

ТОП-8 ПОПУЛЯРНЫХ РЕСУРСОВ, ПОЛУЧИВШИХ ГОСИНФОРМЗАКАЗ

ТОП-8 просматриваемых телеканалов в 2018 году по рейтингу TNS Central Asia (Gallup Media и Gallup AdFact)

из списка топ-20 присутствуют 31 канал, Qazaqstan и Qazsport



Мы видим, что дополнительные государственные финансовые вливания в медиа не гарантируют ни финансовой устойчивости СМИ, ни популярности среди целевой аудитории.

«Обеспечение доступа граждан и профессионального медиасообщества к информации в Казахстане: регионы и центры», Министерство информации и коммуникаций Республики Казахстан, 2018 год

Ещё одна из самых обсуждаемых проблем, о которой говорят и журналисты, и руководители СМИ, а также представители неправительственных медиаорганизаций, — отсутствие прозрачности как в финансировании медиарынка, так и на уровне принятия решений.

Решить эту проблему, а также проблему предоставления информации государственными органами по запросам журналистов, должен был закон «О доступе к информации», о необходимости которого упоминается также в исследовании MediaNet в 2009 году.

Действительно, о необходимости принятия данного закона говорится сразу в нескольких программных документах — План нации «100 конкретных шагов»²⁰ является одной из пяти институциональных реформ, предложенных в программе «План нации — путь к казахстанской мечте»²¹. В исследовании «Обеспечение доступа граждан и профессионального медиасообщества к информации в Казахстане: регионы и центры» отмечается следующее:

«Необходимость выполнения Казахстаном рекомендаций **Стамбульского плана действий по борьбе с коррупцией ОЭСР** также стала дополнительным основанием для разработки законопроекта "О доступе к информации". Казахстан активно участвует в таких программах ОЭСР, как **Антикоррупционная сеть для стран Восточной Европы и Центральной Азии**²², а также в региональной программе рабочей группы ОЭСР по борьбе со взяточничеством при проведении международных деловых операций. Казахстан является участником **Стамбульского плана действий по борьбе с коррупцией ОЭСР**, в соответствии с планом проходит регулярный мониторинг со стороны ОЭСР на предмет выполнения рекомендаций по борьбе с коррупцией²³. В **отчёте третьего раунда мониторинга Стамбульского плана действий по борьбе с коррупцией ОЭСР по Казахстану**²⁴ содержалась рекомендация 3.6: обеспечить как можно быстрее принятие закона "О доступе к публичной информации", который будет соответствовать международным стандартам и рекомендациям. Пересмотреть положения об ответственности за непредставление или неполное (несвоевременное) представление информации на запрос физических и юридических лиц».

Однако решить проблемы данный закон так и не смог. Как отмечают эксперты, «**мониторинг реализации закона** Республики Казахстан от 16 ноября 2015 года "О доступе к информации" выявил ряд проблем с его имплементацией на практике в течение трёх прошедших после его принятия лет. Об этом упоминается в многочисленных публикациях в СМИ, в выступлениях депутатов Мажилиса парламента Республики Казахстан, представителей НПО, бизнеса, общественных советов. Критика касается не только государственных органов как основного обладателя информации, которые обязаны выполнять требования закона, но и субъектов квазигосударственного сектора, а также других категорий обладателей информации.

Представители государственных органов, ответственные за контент-наполнение и размещение, также отмечают затруднения с выполнением некоторых требований

²⁰ Доступен по ссылке: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000100> «Шаг 94. Внедрение "Открытого правительства"».

²¹ Программа «План нации — путь к казахстанской мечте». Текст документа доступен по ссылке: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1600000001>

²² The Anti-corruption Network for Eastern Europe and Central Asia. Более детальная информация доступна по ссылке: <http://www.oecd.org/corruption/acn/>

²³ The Istanbul Anti-corruption Action Plan ACN/OECD. Детальная информация доступна по ссылке: <http://www.oecd.org/corruption/acn/istanbulactionplan>

²⁴ Отчёт третьего раунда мониторинга Стамбульского плана действий по борьбе с коррупцией по Казахстану. Стр. 116, рекомендация 3.6. Документ доступен по ссылке: <http://www.oecd.org/daf/anti-bribery/Kazakhstan-3rd-Round-Monitoring-Report-RUS.pdf>

закона, например, наполнение компонентов портала "Открытое правительство"²⁵, который является частью стратегии по формированию транспарентного и подотчётного правительства».

Раскритиковали закон и в отчёте четвёртого раунда мониторинга Стамбульского плана действий по борьбе с коррупцией ОЭСР²⁶. В исследовании «Обеспечение доступа граждан и профессионального медиасообщества к информации в Казахстане: регионы и центры» приводится текст рекомендаций:

«Казахстан сделал важный шаг, приняв долгожданный закон "О доступе к информации" в 2015 году и начав его реализацию. Это первый закон о доступе к информации Казахстана. Хотя закон содержит ряд положительных норм, он не соответствует ключевым международным стандартам и передовой практике и должен быть исправлен как можно скорее. Закон пока не работает в полной мере, отсутствует эффективный контроль за его соблюдением. В этой связи стоит усилить роль и расширить полномочия Комиссии по доступу к информации, изменив её статус и обеспечив её автономию от органов исполнительной власти.

Казахстан пересмотрел, как рекомендовалось, нормы об административной ответственности за нарушение права на доступ к информации. Это следует приветствовать. Однако отдельные нарушения (несвоевременное рассмотрение информационных запросов, предоставление неполной информации, отсутствие ответа на запрос) всё ещё не охвачены. Кроме того, предусмотренные санкции нельзя считать действенными. Также показательным является отсутствие применения новых положений (что было характерно и для предыдущей редакции нормы об административной ответственности)».

О нарушениях сроков, предоставлении неполной информации, отписках государственных органов заявляли журналисты в ходе исследования потребностей медиасообщества. По их словам, закон несовершенен, и его нужно менять как можно скорей.

Эксперт 8, участник фокус-группы:

— Понимаю, что не оригинальна, но закрытость пресс-служб дошла до степеней невозможных. Есть нормы, обязывающие госорганы отвечать на наши запросы и прочее, но их никто не соблюдает. Лично стала участницей конфуза, когда на мой запрос о правах журналиста в суде, сроках ответов на запросы и ряд других пунктов бывший руководитель пресс-службы Верховного суда Кальянбеков не ответил. То есть сначала прислал отписку — дескать, требуется время для обдумывания и подготовки, и на этом заглох навсегда. А то есть ещё такой финт. Опять же в Шымкенте все знаковые

²⁵ Портал «Открытое правительство» <https://open.egov.kz/> включает сегменты: «Открытые НПА», «Открытые бюджеты», «Открытые данные», «Открытый диалог» и «Оценка эффективности деятельности государственных органов».

²⁶ Отчёт четвертого раунда мониторинга Стамбульского плана действий по борьбе с коррупцией по Казахстану «Антикоррупционные реформы в Казахстане». Стр. 112-126. Документ доступен по ссылке: <http://www.oecd.org/corruption/acn/ACN-Kazakhstan-Round-4-Monitoring-Report-RUS.pdf>

события для города происходят без участия прессы, зато есть никакучий прессек-пиджаконосец акима, который рассылает свои кастрированные пресс-релизы. И никаких комментов потом из чиновников даже калёным железом не выпытать. Этот закон («О доступе к информации») несовершенен.

Мнение экспертов ОЭСР подтверждается результатами **международного рейтинга Global-RTI Rating**²⁷, в котором казахстанский закон «О доступе к информации» занимает 99-е место из 111 государств, участвующих в рейтинге. Закон оценён в 61 балл из 150 возможных²⁸.

Принятие специального закона, гарантирующего свободный доступ к информации, не гарантирует его обязательное исполнение. Для того чтобы закон эффективно работал, необходимо создать действующие институты в области прав и свобод человека и в сфере борьбы с коррупцией.

В казахстанском законе «О свободе доступа к информации» установлены различные категории — например, «информации с ограниченным доступом», «информации, доступ к которой не может быть ограничен». К первой категории отнесены: государственные секреты, тайны, охраняемые законом, и служебная информация с ограничительной пометкой «Для служебного пользования». Последней пользуется Министерство информации и общественного развития, чтобы засекретить данные о конкретных суммах и получателях госзаказа для СМИ. Причём суд принял аргументы государственного органа и отказал общественным организациям в раскрытии информации, ссылаясь на коммерческую тайну²⁹. Это противоречит принципам свободы доступа к информации и не способствует решению базовых задач — прозрачности деятельности государственных органов и распределению бюджетных средств.

В исследовании закона «О доступе к информации» рассматриваются проблемы дата-журналистики. Идеи открытого правительства и открытых данных дали возможность обществу получать эту информацию на понятном языке. Однако в Казахстане журналисты довольно пассивно осваивают новый жанр подачи информации. Что говорят эксперты о причинах непопулярности дата-журналистики:

1. Отсутствие ресурсов. Здесь отмечается нехватка кадров, отсутствие специализированных курсов по дата-журналистике, где учат работать с большими массивами информации, а также необходимым набором технических навыков. Журналист, работающий с данными, должен обладать навыками технического специалиста, аналитика и дизайнера. Казахские СМИ не обладают достаточным количеством ресурсов для реализации качественных дата-проектов.

²⁷ Информация доступна по ссылке: <http://www.rti-rating.org/>

²⁸ Оценка закона Республики Казахстан от 16 ноября 2015 года «О доступе к информации». Подробная информация доступна по ссылке: http://www.rti-rating.org/view_country/?country_name=Kazakhstan

²⁹ <https://rus.azattyq.org/a/29019227.html>

2. Отсутствие востребованных открытых данных. Утвержденные перечни открытых данных, отмечают эксперты, **дублируют** информацию, размещаемую на интернет-ресурсах государственных органов, **и не предоставляют** открытый доступ к базам данных или к реестрам, которые формируют государственные органы в сфере своей деятельности, и которые действительно высоко востребованы. Так, большинство министерств либо совсем не публикуют гражданские бюджеты, либо публикуют их с нарушением методики.

Недоступны для общественного пользования следующие государственные реестры и базы данных:

- реестр прав на недвижимое имущество и земельный кадастр;
- реестр юридических лиц;
- информация о бенефициарных собственниках компаний;
- реестр транспортных средств.

3. Уголовная ответственность за диффамацию.

Эксперты отмечают, что угроза уголовного преследования за клевету является одним из факторов, препятствующих профессиональной журналистской деятельности и проведению журналистских расследований. Согласно рекомендации ОЭСР, необходимо отменить уголовную ответственность за клевету и оскорбление, а также исключить схожие уголовные составы, которые предусматривают повышенные правовые гарантии для некоторых категорий лиц (депутаты, судьи и т. д.).

4. Несовершенство медиазаконодательства.

В исследовании «Обеспечение доступа граждан и профессионального медиасообщества к информации в Казахстане: регионы и центры» также отмечается, что законодательство РК не ограничивает сроки исковой давности по требованиям к СМИ о защите личных неимущественных прав. Это является негативным фактором для журналистов и СМИ, препятствующим проведению, например, антикоррупционных расследований и распространению информации о коррупционных правонарушениях. Рекомендуется ограничить срок исковой давности по требованиям к СМИ о защите личных неимущественных прав до одного года.

Кроме того, перечень оснований для освобождения от ответственности журналистов, редакторов, редакций СМИ не содержит ключевых элементов, необходимых при дата-журналистике. Так, исключена возможность привлечения к ответственности журналистов, редакторов и редакций СМИ в случае распространения сведений, не соответствующих действительности, если они:

- опубликованы на официальных интернет-ресурсах государственных органов (а также на их аккаунтах в социальных сетях и т. д.) и других обладателей информации;
- распространены не только в СМИ, поставленных на учёт в уполномоченном органе, но и опубликованы в социальных сетях, прочих интернет-ресурсах.

Данные уточнения и дополнения необходимы для повышения правовых гарантий деятельности журналистов и СМИ.

Как видим, анализ трёх исследований в области журналистики, опубликованных в течение последних десяти лет, показывает, что проблемные вопросы сообщества не решаются, игнорируются или решаются не полностью. Все попытки лидеров сообщества, а также неправительственных медиаорганизаций внести свой вклад в совершенствование законодательства в данной сфере наталкиваются на противодействие со стороны профильного министерства. Предложения, вносимые со стороны представителей СМИ, затираются при обсуждении законопроектов и не входят в утверждаемые парламентом законы. Так, в очередной раз поправки в Уголовный кодекс, предлагающие декриминализировать клевету, не приняты разработчиками проекта. Уголовная ответственность за диффамацию в Казахстане в проекте поправок осталась.

6. РЕКОМЕНДАЦИИ

На уровне законодательства

Одна из основных потребностей членов медиасообщества Казахстана — чувствовать себя защищёнными на законодательном уровне.

Однако в этой области у казахстанских журналистов гораздо больше ограничений и обязанностей, чем прав и свобод. Если обратиться к закону «О СМИ», то регулярно вносимые изменения всё больше осложняют работу медиа и журналистов, налагают ограничения, содержат двоякую трактовку.

На сегодняшний день назрела острая необходимость в новом законе «О СМИ», разработанном журналистским сообществом и медиаНПО. Закон должен отвечать реалиям сегодняшнего дня и соответствовать международным нормам, не ограничивать работу журналистов, а создавать условия для своевременной и адекватной подачи информации.

Прежде всего журналисты требуют изменить статью 18, часть 3 закона «О СМИ», предусматривающую увеличение срока ответа на запросы с трёх до семи дней. Отменить правила аккредитации для журналистов.

Закон РК «О доступе к информации» не соответствует международным стандартам свободы слова. Он позволяет давать формальные ответы на журналистские запросы, скрывать информацию о расходовании бюджетных средств, прикрываясь грифом «Для служебного пользования», не обеспечивает неотвратимости наказания за отказ или игнорирование запроса на информацию. Данный закон необходимо привести в соответствие с международной практикой при содействии международных и казахстанских экспертов.

Потенциальной угрозой для журналистов служат следующие статьи Уголовного кодекса:

- статья 130 УК РК «Клевета»;
- статья 274 УК РК «Распространение заведомо ложной информации»;

- статья 174 УК РК «Возбуждение социальной, национальной, родовой, расовой, сословной или религиозной розни».

Данные статьи необходимо декриминализовать.

Вместе с тем, журналистское сообщество отмечает, что несовершенство законодательства осложняется несоблюдением со стороны госорганов и вольной трактовкой отдельных статей не в пользу журналистов.

Необходимо пересмотреть законодательство в области рекламы, в частности, запрет на рекламу слабоалкогольных напитков в СМИ.

Финансирование СМИ

Согласно проведённому исследованию, наибольшую финансовую устойчивость показывают государственные СМИ. Для частных значительным фактором финансовой поддержки служит госинформзаказ. Вместе с тем, у казахстанских медиа назрел большой спрос на получение новых компетенций в области ведения медиабизнеса, чтобы не просто преодолеть зависимость от государственного финансирования, но и научиться противодействию давлению государственных структур на редакционную политику. Это особенно актуально для небольших региональных медиа, которые с потерей интереса читателей к бумажным изданиям потеряли источник дохода.

Необходимо искать новые подходы в поиске источников финансирования в цифровых, сетевых проектах. Обучать медиаменеджеров, специалистов по рекламе.

Пересмотреть условия и организацию конкурсов по размещению госинформзаказа в СМИ. Запретить вмешательство государственных органов в политику медиа, цензуру материалов, размещаемых за государственный счёт. Материалы должны иметь исключительно практический для граждан и информационный характер, доносить сведения о работе государственных органов, а не продвигать персоналии и создавать имиджевую рекламу представителям государственной власти центральных и местных органов управления. Перевести госинформзаказ в область государственной поддержки СМИ для национальных меньшинств, социально уязвимых групп населения.

Ограничить список государственных СМИ, получающих госинформзаказ, оставив по одному ресурсу на каждый регион, и создать один республиканский. Создать чёткое штатное расписание, обязать полностью раскрывать всю финансовую информацию.

Запретить получателям госинформзаказа зарабатывать дополнительно на рынке рекламы, исключить для них возможность платной подписки, как добровольной, так и принудительной.

Пересмотреть закон «О рекламе» с целью создать конкурентные условия для независимых медиа.

Финансовая устойчивость и независимость от государства позволит повысить уровень конкуренции среди СМИ и, как следствие, поднять уровень зарплат журналистов и престиж профессии. Низкий уровень оплаты труда и низкий профессиональный уровень являются следствием финансовой зависимости казахстанских медиа.

Повышение профессионального уровня работников медиа

Профессиональный уровень работников медиа в Казахстане зависит от двух факторов — низкий уровень образования в вузах страны и отток профессиональных кадров из-за низкой оплаты труда, некомфортных условий, ненормированного рабочего дня, нарушения трудовых прав.

Решить проблему подготовки кадров факультетами журналистики силами только медиасообщества практически невозможно. Для этого нужна поддержка Министерства образования и руководства вузов. Однако руководители СМИ могут заключить меморандумы с вузами о включении в учебные планы обязательных практических занятий в действующих редакциях, увеличения количества и сроков прохождения производственной практики не только на выпускных курсах, но и на всём протяжении обучения. Так студенты получают практический опыт работы, выпускники — рабочие места, а СМИ — приток кадров с опытом работы.

Параллельно необходимо требовать проведения реформы образования с учётом негативного опыта прошлых реформ.

Анонимное анкетирование показало, что большинство участников опроса — 59,6% — не имеют профессионального журналистского образования. Альтернативой для таких журналистов стало бы регулярное прохождение курсов повышения квалификации, прохождения кратких курсов, организуемых медиаорганизациями, а также на базе вузов.

Резюме

Сейчас казахстанское медиасообщество нуждается в защите на законодательном уровне, финансовой устойчивости и притоке квалифицированных кадров. Создание и активная работа профсоюза, не зависимо от государства, могло бы способствовать решению многих проблем.

Но журналистское сообщество Казахстана разобщено, действуют больше цеховые интересы. Профессионалы объединяются вокруг работодателя, игнорируя интересы медиасообщества, честную конкуренцию, авторские права коллег. Проблем и претензий внутри сообщества накопилось довольно много.

Одним из решений могло бы стать введение чётких стандартов оценки работы всех сотрудников медиа, не только журналистов. Необходимо создать условия для непрерывного получения новых знаний и навыков в профессии — тренингов, семинаров, поездок. Как отметил один из участников анкетирования, надо перестать бояться, объединиться и отстаивать свои профессиональные интересы.