

■ **Аналитический обзор**
ГОСЗАКАЗ В СМИ КАЗАХСТАНА: ПОЛЬЗА ИЛИ ВРЕД?

■ **Сараптамалық шолу**
ҚАЗАҚСТАНДЫҚ БАҚ-ДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК ТАПСЫРЫС:
ПАЙДА МА, ӘЛДЕ ЗИЯН БА?

■ **Analytical review**
GOVERNMENT PURCHASES ON THE MEDIA MARKET
OF KAZAKHSTAN. IS IT GOOD OR NOT?

УДК 070
ББК 76.0
Г 72

Редактор и руководитель проекта: Вячеслав Абрамов
Ассистент руководителя проекта: Юлия Кузнецова

«Госзаказ в СМИ Казахстана: польза или вред?»: Аналитический обзор / МЦЖ MediaNet
– Алматы, 2010 – 76 с.

ISBN 978-601-7222-03-1

Аналитический обзор «Госзаказ в СМИ Казахстана: польза или вред?» - результат годовичного общественного мониторинга государственного заказа в сфере информационной политики Казахстана.

В книге представлены данные по госзаказу за 2009-2010 годы, отражены мнения редакторов и журналистов о том, как государственный заказ влияет на качество журналистского продукта, приведены типичные примеры изданных в рамках госзаказа публикаций, сделаны прогнозы по развитию сегмента и даны детальные рекомендации целевым группам.

Материал будет полезен журналистам и владельцам СМИ, депутатам, государственным чиновникам, казахстанским и международным медиа-экспертам.

ISBN 978-601-7222-03-1

СОДЕРЖАНИЕ / МАЗМҰНЫ / CONTENTS

04 Введение

- 05..... Госзаказ - 2009/2010
- 07..... Прозрачность госзаказа
- 09..... «Двигатели» госзаказа
- 10..... Госзаказ: помощь или вред. Мнения редакторов
- 13..... Влияние госзаказа на журналистику Казахстана. Мнения журналистов
- 15..... Тональность публикаций
- 16..... Типичные примеры
- 25..... Госзаказ: прогнозы
- 26..... Рекомендации

28 Кіріспе

- 29..... Мемлекеттік тапсырыс - 2009/2010
- 31..... Мемлекеттік тапсырыстың ашықтығы
- 33..... Мемлекеттік тапсырыстың «қозғаушы күштері»
- 34..... Мемлекеттік тапсырыс: пайда ма, әлде зиян ба? Редакторлар пікірі
- 37..... Мемлекеттік тапсырыстың Қазақстан журналистикасына жүргізетін ықпалы. Журналистер пікірі
- 39..... Жарияланымдардың сипаты
- 40..... Мысалдар
- 48..... Мемлекеттік тапсырыс: болжам
- 49..... Ұсыныстар

52 Introduction

- 53..... Government purchases in 2009/2010
- 55..... Transparency of the contracts
- 57..... Topical issues
- 58..... Government purchases – is it good or not? What the editors think
- 61..... Impact of the government purchase policy on the Kazakhstani journalism. What the journalists think
- 62..... Moods of the publications
- 63..... Typical examples
- 71..... Government purchases: forecast
- 72..... Recommendations

ВВЕДЕНИЕ

Тема влияния государственного заказа на средства массовой информации Казахстана поднималась и исследовалась не так часто в последние несколько лет, когда госзаказ постепенно становился все более ощутимым инструментом поддержки масс-медиа страны. На фоне экономического кризиса в последние годы многие редакции, включая тех, кто ранее не претендовал на государственную поддержку, включились в борьбу за получение госзаказа.

Эта форма финансирования сыграла положительную роль для многих редакций в регионах страны, а также для малотиражных специализированных изданий. Во многом госзаказ стал полезным инструментом поддержки СМИ, издающихся на государственном языке и испытывающим проблемы с привлечением рекламодателей.

Одновременно через госзаказ усиливалось влияние государства на средства массовой информации. Многие исследователи сразу после появления этого инструмента заявили о том, что он будет использован для того, чтобы негосударственные СМИ перестали критиковать власти, боясь в противном случае отказа в финансировании через госзаказ.

Проведенное в 2010 году в рамках проекта «Мониторинг госзаказа в СМИ Казахстана» исследование показало, что во многом критики госзаказа оказались правы – он по-прежнему непрозрачен, часто неясны цели конкурсов, которые объявляют государственные органы, а многие частные СМИ фактически перестали развивать свой менеджмент, полагаясь исключительно на финансирование через госзаказ.

Это также во многом привело к расцвету в Казахстане самоцензуры – редакторы и журналисты опасаются писать «слишком острые» материалы, полагая, что в случае их публикации, редакции будут отлучены от получения госзаказа в будущем.

Данная аналитическая брошюра включает информацию о тенденциях в сфере государственного заказа, мнения редакторов и репортеров, которые были опрошены в ходе исследования, представляет примерную картину того, что представляет из себя современные казахстанский госзаказ.

Международный центр журналистики MediaNet, начиная данный проект, предполагал, что его реализация повлечет за собой изменения политики государства в отношении распределения средств в рамках госзаказа, а также побудит редакции и госорганы к большей прозрачности при оперировании средствами в данной сфере.

Данная брошюра представляет три блока рекомендаций: государственным органам, средствам массовой информации и неправительственным организациям. Все они нацелены на то, чтобы сделать систему госзаказа в СМИ более прозрачной.

ГОСЗАКАЗ - 2009/2010

2009 год стал самым насыщенным с точки зрения распространения государственного заказа в области информационной политики в средствах массовой информации Казахстана.

По разным данным, до 50% всех СМИ Казахстана было охвачено госзаказом в 2009 году. При этом сферы распространения госзаказа были различны. Так, министерство внутренних дел республики заказывало производство телевизионной программы, посвященной деятельности правоохранительных органов в стране, потратив на это 4,4 млн. тенге.

МИД Казахстана в 2009 году направил на «услуги по реализации информационно-имиджевых проектов в средствах массовой информации России и стран СНГ» 486 млн. тенге. Эти средства были направлены PR-агентства, которые затем заказывали в СМИ материалы о Казахстане. Порядка 403 млн. тенге МИД направил на «услуги по реализации информационно-имиджевых проектов в глобальных и региональных средствах массовой информации». Наконец, на пропаганду внешнеполитической деятельности в казахстанских СМИ было направлено 140 млн. тенге. Еще 837 млн. тенге на «информационно-имиджевую работу» получили посольства Казахстана за рубежом.

Масштабным был госзаказ и в регионах Казахстана. Суммы госзакупок варьировались, но каждый регион потратил на госзаказ в области информационной политики порядка 100 млн. тенге. Таким образом, как минимум, 1,6 млрд. тенге СМИ получили от администраций областей, столицы и города республиканского значения.

Основным же агентством, ответственным за распределение государственного заказа в СМИ, в 2009 году оставалось министерство культуры и информации. В минувшем году на госзаказ в области информационной политики министерством было направлено 2,2 млрд. тенге. Министерство проводило несколько раундов конкурсов среди СМИ, в которых преимущественно участвовали республиканские масс-медиа. На проведение государственной информационной политики через газеты и журналы было направлено 1,9 млрд. тенге, через электронные СМИ – 0,3 млрд. тенге.

При этом получателями госзаказа стали как государственные издания (республиканские и местные), так и частные издания. Наиболее крупные суммы в рамках государственного заказа в сфере информационной политики получили государственные СМИ – газеты «Казахстанская правда» и «Егемен Казахстан» (каждое издание получило порядка 2 млн. долларов США) и телеканалы «Хабар» и «Казахстан». Среди негосударственных изданий крупные суммы в рамках госзаказа были направлены газетам «Экспресс К», «Central Asia Monitor», «Время» и ряд других.

В 2010 году, по данным государственных органов, на республиканском уровне объемы государственного заказа не изменились. Одновременно в регионах страны объем госзаказа вырос не менее чем на 10-15%, в некоторых регионах увеличение было еще более существенным.

При этом, судя по данным министерства информации и связи, которое после реформирования министерства культуры и информации, ответственно за распределение госзаказа, список его получателей остался практически неизменным. На основании этого можно сделать два предположения: либо государственные органы довольны той подачей информации, которая свойственна получателям госзаказа прошлого года, либо изначально, при планировании конкурсов, министерство четко предполагает, кто станет их победителем.

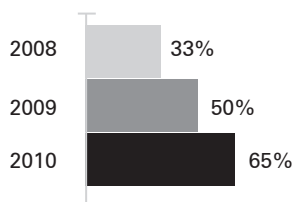
Это косвенно подтверждают результаты конкурсов госзакупок, опубликованные на сайте министерства информации и связи. Так, целый ряд конкурсов имеет один состав участников, среди которых – государственное издание «Казахстанская правда» и подконтрольное правящей партии «Нур Отан» издание «Литер». При этом они попеременно выигрывают несколько конкурсов. Аналогичные данные встречаются и на сайте министерства иностранных дел Казахстана.

Похожая ситуация сложилась в регионах Казахстана, где победителями конкурса на размещение статей в рамках госзаказа становятся, как правило, одни и те же издания, за редким исключением. Во многих случаях госорганы имеют своих «фаворитов» - редакции получают госзаказ, потому что имеют более тесные связи с акиматами (местными администрациями), либо отдельными управлениями, либо конкретными чиновниками.

При этом известно только несколько случаев, когда редакции пытались оспорить результаты конкурсов на получение средств в рамках госзаказа (в Костанайской и Восточно-Казахстанской областях), эти попытки не увенчались успехом.

В настоящее время, указывают наблюдатели, до 70% средств массовой информации уже охвачены госзаказом. Эта цифра имеет однозначную тенденцию к росту.

Изменение числа СМИ – получателей госзаказа¹



1. На основе анализа различных источников информации, выступлений официальных лиц.

ПРОЗРАЧНОСТЬ ГОСЗАКАЗА

Государственный заказ в сфере СМИ остается абсолютно непрозрачным. Государственные органы, публикуя информацию о получателях госзаказа, ничем не выделяют ее из ряда победителей тендеров государственных закупок, несмотря на очевидное отличие информации о том, какую сумму получило то или иное СМИ на размещение статей в интересах государства и информацию о покупке ручек министерством.

Отсутствие понимания важности раскрытия информации о получателях госзаказа, приводит к тому, что часть информации остается либо закрытой, либо труднодоступной для исследователя.

Ни одно министерство не обнародовало в последние годы единого списка получателей госзаказа среди СМИ. Министерство культуры и информации в таком списке за 2009 год не приводит данных об объемах госзаказа, которые получены тем или иным СМИ.

Акиматы регионов вовсе не публикуют полной информации о получателях госзаказа среди СМИ, либо ограничиваясь данными о предоставлении госзаказа той или иной редакции без указания суммы контракта, либо вообще не публикуя данных о получателях госзаказа. Аналогичным образом поступают местные управления.

Государственные компании также нередко не предоставляют полной информации о тех СМИ, которым они предоставляют заказы на размещение информации, либо в которых размещают рекламу.

Средства массовой информации сообщают, что узнают о конкурсах на размещение госзаказа либо через веб-сайты государственных органов, где публикуется такая информация, либо посредством электронных рассылок. Ни одно СМИ не сообщило о том, что им предоставляет информацию конкретный чиновник в том или ином государственном органе.

Вместе с тем только одно республиканское издание в Казахстане публикует информацию о том, какие статьи оно размещает в рамках госзаказа – это газета «Московский Комсомолец в Казахстане». Все остальные издания предпочитают «интегрировать такие публикации» и не сообщать о том, что их выход финансируется из государственного бюджета.

По мнению авторов исследования, это вводит в заблуждение читателей и зрителей, которые воспринимают публикации, программы или сюжеты не как продукт, который заказан и оплачен государственным органом.

С этим согласны не все редакторы, которые были опрошены в рамках исследования. Хотя подавляющее большинство соглашается, что было бы правильным информировать о том, что тот или иной материал оплачен государством.

«Обозначаем ли мы каким-нибудь образом материалы, выходящие в рамках госзаказа? Нет, мы публикуем их как обычный материал. Если материал написан грамотно, профессионально, то будет незаметно его «госзаказное» происхождение. Кроме того, есть такой стереотип: материал, подготовленный в рамках госзаказ, обязательно должен хвалить кого-либо или что-либо. Это не совсем так. В наших материалах, которые мы готовим в рамках госзаказа, часто поднимаются проблемные вопросы. Независимо от источника дохода материала, для нас важно поднимать проблему, нужно искать ее решение¹».

Иногда в рамках госзаказа приходится публиковать материал руководителя управления сельского хозяйства области. Естественно, он будет писать только о достижениях своей области. Но мы за счет проблемных материалов журналистов пытаемся поддерживать баланс. Иначе между нашим изданием и какой-нибудь газетой акимата не будет никаких различий».

«Я думаю, что будет честным указывать, что материал вышел в рамках госзаказа. Особенно, это касается частных телекомпаний. Потому что государственные каналы и так все делают на средства государства, и это изначально понимают зрители, потому здесь никакого обмана нет».

«Будучи читателем других СМИ, я бы хотел знать, какие материалы были опубликованы по госзаказу, и хорошо бы, если бы существовала система обозначения таких материалов, или на правах рекламы, или с обозначением «партнерства». Я думаю, что такой подход наиболее честный по отношению к читателям, и они, кстати, с признанием относятся ко всему изданию за такую честность».

«Мы никак не обозначаем материал, выходящий по госзаказу, как это происходит, например, с рекламным материалом, оплаченным коммерческими компаниями. Несмотря на очевидное сходство этих материалов, мы не обозначаем государственный материал, потому что, даже работая по госзаказу, мы стараемся сделать из этой информации или новость, или аналитический удобочитаемый материал, т.е. всячески стараемся подогнать под наш формат. Поэтому мы не считаем нужным обозначать его каким-то специальными значками».

В настоящее время отследить, какие материалы выходят в рамках госзаказа фактически невозможно. Можно только предполагать, что это знают чиновники государственных ведомств, получающие творческие отчеты из редакций. В противном случае, представить, каким образом они ведут мониторинг публикаций, невозможно.

Между тем в нескольких ведомствах верили, что постоянно отслеживают, какие материалы публикуют редакции на средства, полученные в рамках госзаказа, и готовят анализ таких публикаций. Найти такой анализ в открытом доступе не удалось, они также не были предоставлены даже на условиях анонимности.

1. На основе анализа различных источников информации, выступлений официальных лиц.

«ДВИГАТЕЛИ» ГОСЗАКАЗА

Круг тем, которые выбраны для осуществления государственного заказа в сфере информационной политики достаточно широк. Вместе с тем есть несколько универсальных тем, которые являются основными на протяжении нескольких лет и, судя по всему, таковыми останутся в будущем.

Ключевыми темами для публикаций в рамках госзаказа являются государственная языковая политика, статус государственного языка, история языка и культура. Это темы, которые наиболее часто освещаются государственными и частными изданиями, которые получают госзаказ. При этом существует ряд популярных форм для материалов на «языковую тему», например, публикации о казахстанцах славянского происхождения, которые владеют государственным языком. Широко освещаются конкурсы на знание казахского языка, пропагандируется важность его изучения.

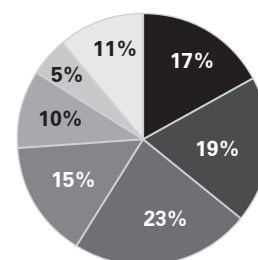
Также большой акцент уделяется пропаганде казахской культуры и истории, особенно в казахоязычных СМИ, где доля подобных публикаций нередко превышает треть от общего числа.

Другими популярными темами, особенно, в частных изданиях, являются статьи на тему председательства Казахстана в ОБСЕ, развития демократии, партийного строительства, обороны и безопасности. Нередко издания публикуют материалы малоизвестных политологов, которые анализируют развитие политических процессов в Казахстане и других государствах, указывают на негативные уроки демократического развития и подчеркивают важность «собственного пути развития» страны.

Отдельной темой для публикаций является критика общественных организаций и так называемых нетрадиционных религиозных объединений. Такие материалы реже публикуются в республиканских изданиях, чаще – в местных СМИ. Как правило, одна публикация впоследствии перепечатывается в нескольких газетах.

Ну и наконец постоянная тема для публикаций в рамках госзаказа – послание президента Казахстана народу страны. Ежегодно меняется содержание послания и вслед за ним немного меняются публикации. Но в целом их смысл и подход к их созданию остается единым: «послание дает нам путь для развития», «послание – главный программный документ года», послание разъясняется чиновниками, которые публикуют свои статьи и аналитические материалы. Обсуждение послания и успешные результаты его реализации выносятся в рубрику «За строкой послания», которая существует в большинстве государственных изданий и под другим именем – в частных изданиях.

Тематика публикаций в рамках госзаказа¹.



- Послание президента
- Работа госорганов
- Языковая политика
- Культура и история
- Актуальные события
- Борьба с коррупцией
- Другие темы

1. На основе мониторинга конкурсов госзаказа.

ГОСЗАКАЗ: ПОМОЩЬ ИЛИ ВРЕД. МНЕНИЯ РЕДАКТОРОВ

По разным данным, в Казахстане получателями государственного заказа в сфере информационной политики является от 50 до 70 процентов частных средств массовой информации.

Редакции сетуют на то, что в условиях финансового кризиса число рекламодателей резко сократилось и для них средства в рамках госзаказа – одна из немногих возможностей покрывать текущие расходы. Особенно сложными остаются условия работы редакций в регионах страны, поскольку привлечение средств от рекламы здесь наиболее сложно. Также госзаказ необходим для казахскоязычных СМИ республики, которые также испытывают трудности с привлечением средств от рекламы.

Опрошенные в рамках работы над мониторингом ситуации в сфере распространения госзаказа редакторы в этой связи указывали на то, что он имеет положительный эффект для многих СМИ страны.

«В целом, я считаю, это неплохо, что другие СМИ получают госзаказ, потому что государство должно помогать бизнесу, в том числе и такому как СМИ. Особенно это актуально для казахскоязычной прессы, раз уж государство считает, что казахскому языку нужно занять свое место в жизни населения страны. Для этого нужны казахскоязычное телевидение, пресса».

«Сегодня сложилась такая ситуация, когда буквально по пальцам можно пересчитать СМИ, которые могут выжить на рекламу. И то, их дотирует человек или какая-то крупная компания, а то и целая ассоциация компаний. Продажа и подписка – это не основные источники существования СМИ. В остальных случаях выжить СМИ помогает госзаказ. Потому что если нет средств, то очевидно, что платить журналистам, верстальщикам, дизайнерам и др. просто будет неоткуда. А ведь еще нужно платить за аренду помещения, связь и др. В результате, если у СМИ нет постоянных крупных рекламодателей, нет своего спонсора, нет госзаказа, оно в скором будущем окажется закрытым. Поэтому получить госзаказ СМИ стремятся. Те, что говорят, что они не работают по госзаказу, мягко говоря, лукавят».

«...Сам по себе госзаказ – это хорошо. У нас не Китай или какая-то другая страна, формирующая сознание населения через СМИ, в наших условиях, по-моему, госзаказ не приводит к деформации сознания людей, он не относится к каким-то методам экстремальной обработки общественного мнения. Зато госзаказ – это едва ли не единственный источник финансирования, который честным образом помогает СМИ держаться на плаву. Другое дело, плохо, что у нас сейчас по большому счету есть только госзаказ, объемы коммерческой рекламы резко сократились. Если какие-то крупные компании выделяют большие средства каким-то СМИ, то, как правило, эти СМИ аффилированы с ними».

«Вопрос госзаказа достаточно противоречивый, потому что на одной стороне весов лежит интерес государства, а с другой – интерес

читателя. И они за очень редким случаем не совпадают. Очень часто те темы, которые обозначает государство для освещения по госзаказу, неинтересны читателям в принципе. Кроме того, самим журналистам очень тяжело приходится при работе над материалом по госзаказу, т.к. там определен четкий объем, напрочь может отсутствовать информационный повод. В результате, все это сказывается на качестве материала и на восприятии его читателем. Если раз за разом СМИ будет выдавать такой материал, читатель может потерять доверие к изданию».

Вместе с тем большинство редакторов СМИ, которые являются получателями государственного заказа, отмечает, что он нередко становится инструментом давления на масс-медиа, поскольку государство ожидает, что получающие средства в рамках госзаказа СМИ будут во всех своих материалах проявлять лояльность по отношению к политике властей.

«В условиях кризиса получилось так, что деньги оставались только у государства. Тогда-то существенно возросла роль государственного заказа, который, конечно, нельзя называть цензурой, но когда редакция пользуется государственным заказом, она по-другому начинает смотреть на какие-то вещи, освещать их в своих СМИ!».

«Как правило, госзаказ предполагает активное вмешательство органа, выделившего госзаказ в процесс создания оплаченных материалов. Чаще всего это проявляется в виде «пожеланий», что тут должно быть в таком направлении, а «вот тут» нужно сделать акцент на этом. Но такое влияние оказывалось только в рамках написания этого материала, а не на все издание в целом».

«...Госзаказом может покупаться лояльность этих СМИ. Все у нас продается и покупается, в том числе совесть. Но есть немало хороших примеров: когда госзаказ выделяется порталу зона.kz на рубрику «говорим по-казахски», но при этом власть от этого госзаказа не распределяется на весь оставшийся контент этого ресурса. Я считаю, что это хороший пример партнерства СМИ с властью посредством госзаказа».

«Сотрудничество на коммерческой основе накладывает ограничения на редакционную политику, так как с потенциальным источником выделения средств в виде рекламы или госзаказа издание изначально старается не портить отношений. Тогда проявляется то, что принято называть самоцензурой, самоограничением по публикации того или иного материала. Например, мы работаем с ведомством А., к нам поступает какой-то материал или комментарий, в котором это ведомство А. критикуется, то, скорее всего, мы этот материал или не дадим, или постараемся изо всех сил отразить и точку зрения самого ведомства А. мы и так это стараемся выполнять, но в этом случае, сделаем это, максимально процитировав комментарии ведомства А.»

*И. Сейтказы Матаев.
Сказано на пресс-конференции в Алматы
10 сентября 2010 года.*

«Вмешательство в дела редакции, получившей госзаказ, разумеется, имеет место быть. Чаще всего оно проявляется в виде звонков и каких-то рекомендаций. Хочется отметить, что с государством в вопросе госзаказа можно договариваться, в том плане, что при правильном обосновании можно менять или корректировать темы и объемы материалов. Конечно, полностью мы отказаться не можем от того, что изначально взяли на себя, выиграв тендер, но мы можем это как-то видоизменить, улучшить с точки зрения журналистики. У нас было достаточно много случаев, когда удавалось найти компромисс и с администрацией президента и с другими органами».

Редакции, отказывающиеся от получения госзаказа, руководствуются прежде всего опасениями, что их работу могут попытаться контролировать заказчики в лице государства.

«Государство, как и большинство рекламодателей, ожидает от СМИ, что после размещения госзаказа о деятельности госструктур надо писать ХОРОШО. У нас понятие НЕЗАВИСИМОЕ СМИ практически не существует. Если независимое, значит оппозиционное. Всех остальных и без госзаказа государство контролирует, через редакции, через собственников. Поэтому, если СМИ получило госзаказ, то оно автоматически, почти легитимно становится зависимым от государства».

В целом подавляющее большинство редакторов считает госзаказ все еще противоречивым явлением, которое нельзя однозначно назвать «благом» для казахстанской журналистики. Одновременно редакторы указывают, что госзаказ играет важную роль для СМИ в регионах, СМИ, входящих на государственном языке и популяризации некоторых важных тем, таких, например, как изучение государственного языка.

Вместе с тем редакторы уверены, что система распределения госзаказа нуждается в реформировании и совершенствовании, нужна большая прозрачность данной сферы, что позволит избежать попыток давления на СМИ и контроля со стороны государства.

ВЛИЯНИЕ ГОСЗАКАЗА НА ЖУРНАЛИСТИКУ КАЗАХСТАНА. МНЕНИЯ ЖУРНАЛИСТОВ

Казахстанские журналисты солидарны с редакторами в оценке госзаказа, считая, что он в настоящее время несовершенен и поэтому часто идет во вред развитию средств массовой информации. В то же время многие считают, что при определенных изменениях госзаказ мог бы играть скорее положительную, нежели отрицательную роль для СМИ страны.

«Учитывая плачевное состояние СМИ, любое финансирование им не помешает. Влияния заказчика, в данном случае государства, зависит от того, какова будет его доля финансирования. Если государство выступает единственным инвестором издания, то, естественно, издание не может считаться независимым. Если издание выигрывает тендер, то чаще всего большого влияние государство в этом случае не оказывает» .

«...То, что государство финансово поддерживает – это отлично. Только при этом, я считаю, оно не должно никак вмешиваться в редакционную политику. То есть – деньги дали и забыли. Конечно, нагло, но только так можно развивать независимые СМИ и нормальный рынок медиа в целом. А так как у нас финансируются СМИ – это просто смешно, конечно ни о какой независимости там и речи нет».

«Есть государственная пресса, партийная, которая и так финансируется из бюджета. Могли бы все заказные материалы отдавать туда. Если же госзаказ отдавать частным изданиям, это может ударить по имиджу самого издания, то есть возникнут опасения, что оно теряет свою независимость или готово уступить независимость ради получения прибыли. Так что в этом отношении есть претензии к той же газете «Время». Лучшая же поддержка государства - это просто невмешательство в политику издания и его отношение с рекламодателями».

Журналисты, которые готовили материалы в рамках госзаказа, отмечали, что они не испытывали давления со стороны представителей власти, но признавали, что подвергали себя самоцензуре. Те же, кто никогда не готовил материалы, оплаченные через госзаказ, соглашались, что риск давления со стороны властей в этой связи крайне велик.

«Мне приходилось писать такие материалы, но давления какого-то при этом я не испытывала. Другой вопрос, что при этом в подобных материалах зачастую создается искаженная картина. Грубо говоря, в проплаченных по госзаказу статьях подаваемая информация очень часто притянута за уши».

«Если бы работала с госзаказом, думаю, что давление со стороны заказчика было бы серьезным и проявлялось бы в четких указаниях, что и как написать, и в негибком подходе к любой правке».

«Даже если пишешь просто по заказу, будут ограничения хотя бы в формате и размере. Однако что касается госзаказа, то по опыту

моих знакомых могу сказать, что возникнут ограничения в подаче материала (скорее всего, будет представлена одна точка зрения или точки зрения незаинтересованной стороны может быть проигнорирована и просто удалена)».

В целом казахстанские репортеры ратуют за большую прозрачность в вопросе госзаказа и большой общественный контроль в данном вопросе, который бы снимал сомнения в том, насколько объективным остается СМИ, размещающее материалы, оплаченные через государственный заказ.

ТОНАЛЬНОСТЬ ПУБЛИКАЦИЙ

Тональность публикаций в рамках госзаказа в большинстве случаев одинакова – позитивна по отношению к политике, проводимой государственными органами. В публикациях, как правило, описываются достижения республики в той или иной области, отдельные успехи тех или иных госорганов. Нередки также случаи нелестных отзывов о тех, кого принято считать оппонентами казахстанской власти. В их числе – оппозиционные партии, правительства некоторых демократических государств, общественные организации и так называемые нетрадиционные религиозные объединения.

Часть публикаций носит нейтральный, либо полемичный характер. Такие материалы публикуют, как правило, частные газеты, которые стремятся, чтобы материалы, публикуемые в рамках госзаказа, не выпадали из общей редакционной линии.

Государственные органы утверждают, что не контролируют содержание публикаций, которые размещаются в СМИ в рамках госзаказа. По их данным, масс-медиа самостоятельно готовят такие материалы.

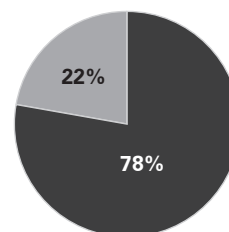
Обратную информацию сообщают представители государственных и частных СМИ, которые являются постоянными получателями госзаказа. Так, редактор частного издания, базирующегося в Астане, на условиях анонимности сообщил, что все материалы, которые готовятся в рамках госзаказа, проходят согласование в ответственных органах. В случае с данным изданием – это отдел внутренней политики акимата (администрации) Астаны и министерство информации и связи. При этом редактор указал, что нередко материалы подвергаются серьезной правке.

Аналогичную информацию представил и журналист государственного республиканского издания, который в течение 2009-2010 годов подготовил как минимум 10 публикаций в рамках госзаказа. По его данным, все они «прошли согласование в высоких кабинетах». Журналист затруднился назвать ведомства, которые цензурировали его материалы, сообщив, что ответственным за согласование является его редактор.

Таким образом, госзаказ во многих случаях фактически ввел в Казахстане цензуру, когда публикации заранее согласуются с государственными органами и подвергаются серьезным изменениям.

Введение системы госзаказа также расширило практику самоцензуры изданий, которые являются получателями финансирования по линии госзаказа. СМИ опасаются готовить острые публикации, в которых содержится критика местных и республиканских властей, поскольку это нередко приводит к конфликтам с государственными органами и последующему отказу в предоставлении госзаказа по различным основаниям. Госзаказ стал инструментом давления и ограничения для средств массовой информации республики, в том числе и потому, что многие масс-медиа в последние годы попали в серьезную финансовую зависимость из-за потери рекламодателей на фоне кризиса – госзаказ для многих изданий остался одним из немногих источников получения финансирования.

Тональность публикаций по отношению к деятельности государства



- Позитивный характер
- Нейтральный характер

ТИПИЧНЫЕ ПРИМЕРЫ

Поскольку подавляющее большинство редакций не указывают при публикации материала информацию о том, что он публикуется в рамках госзаказа, авторам исследования пришлось базироваться на предположениях. Выбирая тот или иной материал, исследователи считали, что он может быть примером материала, размещаемого в рамках госзаказа. Авторы ориентировались на тональность публикации, их стилистику и тематику.

ГАЗЕТА «МОСКОВСКИЙ КОМСОМОЛЕЦ В КАЗАХСТАНЕ»

25 августа 2010 года

ОБСЕ. Вчера, сегодня, завтра¹.

ОБСЕ – это сложносокращенное слово сегодня у всех на слуху и сейчас любой, останови его на улице, сможет расшифровать его и даже сообщит вам, что Председателем этой организации на сегодня является Казахстан. Но не каждый сможет рассказать, когда появилась, чем конкретно занимается и куда ведет участников эта региональная структура со звучным названием Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ).

С целью расширения знаний общества об этой организации, 25 августа в Кокшетау в рамках выполнения социально значимого проекта государственного социального заказа «Проведение комплекса мероприятий по повышению уровня информированности общества о деятельности Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе», прошел семинар на тему «ОБСЕ: Вчера, сегодня, завтра». Организаторами выступили: Общественный Фонд «Консалтинговый центр «Фокус», Министерство Культуры Республики Казахстан при поддержке Управления внутренней политики Акмолинской области.

В рамках семинара общественность города ознакомили с историей создания ОБСЕ, задачами и целями организации на современном этапе, а так же с перспективами развития организации, как эффективного инструмента региональной безопасности.

Сегодня, когда в современном мире проявляются реальные проблемы и угрозы перед всеми участниками глобального диалога, такие вызовы, брошенные мировому сообществу в 21ом веке, как терроризм, торговля людьми, проблемы связанные с изменением климата, затрагивают все входящие в ОБСЕ государства без исключения. По этой причине организация целенаправленно занимается решением широкого круга вопросов, включая контроль над вооружениями, превентивную дипломатию, укрепление мер доверия и безопасности, права человека, наблюдение за выборами, а также экономическую и экологическую безопасность.

Участников семинара проинформировали о конкретных решениях при-

¹ Редакция указала, что материал размещен в рамках госзаказа.

нятых ОБСЕ по вопросам безопасности и о том, как они реализуются на местах. В работе семинара была особо представлена информация о деятельности Казахстана на посту Председателя ОБСЕ и отмечено, что этот важный пост является проявлением доверия и признания нашей республики, как важного партнера организации и регионального лидера.

Участники семинара отметили, что повышение информированности населения Казахстана о деятельности ОБСЕ в долгосрочной перспективе несет в себе залог дальнейшего развития гражданского общества и понимание общественной важности комплексного подхода к вопросам безопасности и сотрудничества в рамках ОБСЕ.

В работе семинара приняли участие представители государственных органов, политических партий, НПО, средств массовой информации.

ГАЗЕТА «ИЗВЕСТИЯ – КАЗАХСТАН»

15 октября 2010 года

Не прерывается связь поколений

В Казахстане продолжается общенациональная кампания «Мы – одна команда!», начатая несколько месяцев назад Гражданским альянсом РК. В эти дни акции в ее рамках прошли, проходят и пройдут в Астане, Уральске, Актау и Темиртау.

В минувшую среду в столице состоялась благотворительная акция «Связь поколений», организованная школой госслужбы Конгресса молодежи совместно с Альянсом студентов Казахстана, была посвящена национальному Дню инвалидов. Здесь школьники посетили своих подопечных в доме престарелых. Ребята преподнесли старикам подарки собственного изготовления и показали небольшую концертную программу.

Похожая теплая встреча под лозунгом «От сердца к сердцу» между представителями разных поколений состоялась в тот же день в Уральске. В местном общественно-медицинском учреждении для престарелых и инвалидов состоялся концерт, подготовленный Ассоциацией молодежи Западно-Казахстанской области. После него активисты ассоциации вручили пожилым людям памятные сувениры, выслушали истории их жизни и пожелания. «Таким образом мы хотим поддержать одиноких пенсионеров и инвалидов, проживающих в доме бабушек и дедушек, проявить о них заботу, которая нужна не только по праздникам, но и каждый день», – говорят члены ассоциации.

В Западно-Казахстанском аграрно-техническом университете в рамках кампании «Мы – одна команда!» прошел турнир на кубок Конгресса молодежи Казахстана по мини-футболу. В нем приняли участие 13 команд, выставленных местными средними специальными и профессиональными

ми лицами. «Такие соревнования закаляют здоровье и укрепляют дух, – говорят организаторы турнира из конгресса. – Тем более они важны в свете послания Нурсултана Назарбаева народу Казахстана «Новое десятилетие – новый экономический подъем – новые возможности Казахстана», в котором президент особо подчеркнул актуальность пропаганды здорового образа жизни среди молодежи».

Эту же цель среди прочих преследует и открывающийся сегодня в Темиртау трехдневный X открытый республиканский турнир по дзюдо «Огни Магнитки» памяти заслуженного тренера РК Амантая Айдарханова. «Количество спортсменов, принимающих участие в нем, с каждым годом растет, – говорят в оргкомитете соревнований. – Растет и его качественный уровень. Кроме того, в этом году под эгидой «Огни Магниток» 18 октября мы проведем личное первенство среди детей 1997-2000 годов рождения». Ожидается, что кроме хозяев на татами выйдут дзюдоисты из России, Узбекистана, Кыргызстана, Таджикистана – всего до 30 команд из пяти стран. Поэтому турнир памяти Айдарханова уже можно назвать международным.

А завтра в Актау в рамках кампании «Мы – одна команда!» местный Альянс студентов проведет в областном центре молодежной политики национальный конкурс, целями которого названы формирование патриотических ценностей и воспитание молодежи в духе толерантности и взаимного уважения ко всем гражданам многонационального Казахстана. Студенты высших и средних учебных заведений города будут соревноваться в приготовлении национальных блюд разных народов, театральном искусстве, изготовлении самодельных подарков также с национальным колоритом.

ГАЗЕТА «ЭКСПРЕСС-К»

19 октября 2010 года

В зоне особого внимания

В борьбе с транснациональными угрозами и терроризмом страны должны разработать комплекс мер в рамках концепции коллективной безопасности ОБСЕ.

Саммит Организации, который пройдет в декабре в Астане, рассмотрит комплекс проблем и задач, стоящих перед ОБСЕ. Серьезнейшая глобальная угроза, о которой также будет идти речь, – транснациональные угрозы и международный терроризм. На прошедшей конференции в Вене обсуждалась и эта тема. Для того чтобы показать, насколько она значима для стран в разных частях света, ОБСЕ в один и тот же день провела конференции в Астане и Валлетте (Мальта).

Несколькими днями ранее в Астане собрались эксперты стран – участниц Организации на конференцию по вопросам предотвращения тер-

горизма. Действующий председатель ОБСЕ Канат Саудабаев в своем выступлении сказал:

– Международный терроризм не имеет национальности, религии, адреса и границ. Осуществление эффективной антитеррористической политики требует применения комплекса мер, который бы охватывал военно-политические, экономико-экологические и гуманитарные аспекты. Именно поэтому всеобъемлющая концепция ОБСЕ к проблемам безопасности сегодня как никогда нуждается в конкретном практическом наполнении и наращивании наших совместных усилий. В вопросах предотвращения угроз безопасности Казахстан, как страна – председатель ОБСЕ, придает ключевое значение усилению потенциала Организации в урегулировании кризисных ситуаций. Этот подход оправдал себя при выработке стратегии реагирования ОБСЕ на кризис в Кыргызстане, где существовала реальная вероятность, что продолжавшимися беспорядками и хаосом могли воспользоваться экстремистские и террористические движения. ОБСЕ продолжает содействие Кыргызстану в преодолении трудностей переходного периода.

Одновременно в Валлетте прошла конференция ОБСЕ совместно со средиземноморскими партнерами Организации. Министр иностранных дел Мальты Тонио Борг сказал, что регион ответственности ОБСЕ сталкивается со все более и более разнообразными и сложными трудностями, многие из которых являются межнациональными или трансрегиональными:

– Это торговля оружием, наркотиками и людьми, незаконное перемещение, терроризм, нетерпимость, нехватка надлежащего управления, бедность и неравенство и угроза безопасности, являющиеся результатом энергетического дефицита или несоответствующего доступа.

Действительно, угрозы того периода, когда ОБСЕ только создавалась, уже неактуальны. Зато появились новые опасности, принципы борьбы с которыми только вырабатываются. Очевидно, что меры уже запоздали.

Между тем Казахстан достаточно своевременно определил болевые точки. В частности, наша страна еще в 1992 году предложила созвать Совещание по взаимодействию и мерам доверия в Азии (СВМДА) – организации, которая ставит перед собой задачу укрепления сотрудничества азиатских государств в целях обеспечения безопасности в регионе. Уже на первом саммите СВМДА в 2002 году были подписаны Алматинский акт и Декларация об устранении терроризма и содействия диалогу между цивилизациями.

Эти же вопросы в рамках своей компетенции освещали другие региональные инициативы, в которых участвует Казахстан: Шанхайская организация сотрудничества и Организация Договора по коллективной безопасности. И сегодня Казахстан, признанный региональный лидер и действующий председатель ОБСЕ, действует уже в более широких рамках. Так, наша страна взяла на себя ряд обязательств, в частности

быть соспонсором международных проектов по борьбе с терроризмом и наркоторговлей, укрепления границ, в том числе в контексте стабилизации ситуации в Афганистане.

В книге Нурсултана Назарбаева «Критическое десятилетие» значительное место уделено нарастающим новым угрозам как регионального, так и глобального характера. Одна из глав книги называется «Зона особого внимания». В ней вскрываются глобальные проблемы наркобизнеса, масштаб которого угрожает безопасности большинства государств Центральной Азии. «Терроризм, сепаратизм, экстремизм – это война, – пишет автор. – И как во всякой войне мы, члены антитеррористической коалиции и страны доброй воли, не можем не применять оружие. Но терроризм невозможно уничтожить, если не уничтожить и катастрофическую пропасть между богатыми и бедными мирами, декларации о мире и одновременные поставки оружия, наркотическую зависимость миллионов людей планеты и возможность делать на этом огромные деньги, геополитические амбиции и эгоистические интересы в ущерб народам и государствам. Но оружие, пусть даже самое смертоносное, здесь бессильно. Загоняя страны и народы в «каменный век» в пылу борьбы с терроризмом, мы будем постоянно только оживлять само понятие «терроризма», не давая уйти ему в небытие. Только поняв, что «международный терроризм» – это не самостоятельное явление, а только видимая, надводная часть айсберга, мы сможем не просто срезать грибы терроризма. Только один не самый впечатляющий, но довольно наглядный пример. Десять лет назад на Ассамблее ООН я сделал простое по своей сути и духу предложение государствам – членам ООН: давайте объединим усилия, сделаем шаг доброй воли и отдадим один процент военного бюджета всех стран на решение проблем кризисных регионов и развивающихся стран. Это позволит сгладить противоречия и по возможности избежать ряда возникающих противоречий и конфликтных ситуаций. Уже тогда стремительные шаги глобализации и «полярная» неопределенность мира говорили о надвигающихся угрозах, связанных с их проявлениями и последствиями. Но казахи говорят: «Когда слышится топот опасности – человек глохнет, когда возникает ее тень – человек слепнет». Призыв о взаимном и благотворном компромиссе не был услышан...».

Для иллюстрации масштаба этой проблемы приведем статистику. По данным MIPT Terrorism Knowledge Base, статистика террористических актов в мировых масштабах возросла. С 2000 по 2006 год общее количество совершенных терактов составило 14 934 (117 стран). В 2009 году было совершено 11 000 террористических актов в 83 странах, в результате которых погибли 15 700 человек. Число терактов в 2009 году сократилось на 6 процентов, а число погибших уменьшилось примерно на 5 процентов...

ГАЗЕТА «МЕГАПОЛИС»

20 июля 2009 года

«Когда ты говоришь с Богом – это молитва, когда Бог с тобой – шизофрения»

Потеря собственного «Я», полное подчинение лидеру, оторванность от социума, шизофрения и многие другие «радости» несут в себе нетрадиционные религии по средствам воздействия на психику своих адептов.

В редакцию обратилась женщина с довольно необычным рассказом о семье Степановых из Тараза (фамилия изменена). Как правило, если член семьи попадает в секту, ему пытаются помочь своими силами или силами психологов, но редко кто обращается в правоохранительные органы. Но даже в случае обращения виновные не всегда могут быть привлечены к ответственности.

Несколько лет назад несовершеннолетняя дочь Степановых ездила в гости к сестре в Бишкек, где и посетила в первый раз «Евангельско-христианский миссионерский центр «Благодать». После возвращения в Тараз девочка начала посещать местный филиал «Благодати». Как часто случается, в первое время никаких подозрений у родителей не было. Главное, что не пьет, не курит, наркотиками не интересуется. Постепенно ребенок стал отдаляться от родителей, пропал интерес ко всему, что не было связано с неокультом.

В возбуждении уголовного дела в отношении пастора данного религиозного объединения Данияра Алибаева было отказано за отсутствием в его действиях состава преступления. Однако, согласно заключению комплексной стационарной судебной психолого-психиатрической экспертизы, девочка обнаруживает признаки обсессивно-компульсивное расстройство, развившегося на фоне акцентуации черт характера по типу зависимого расстройства личности.

При посещении религиозного объединения «Евангельско-христианский миссионерский центр «Благодать», по мнению специалистов, в отношении подростка применялись следующие методики психологического воздействия: НЛП (завлечение в церковь, групповые сеансы в сочетании с религиозными ритуалами), суггестия (внушение), использование возрастной незрелости (подарки, игры, пение, бесплатные обеды). Вышеуказанное воздействие привело к формированию реакций оппозиций к родителям, аутизации личности (замкнутость), формированию религиозного мировоззрения, перепадам настроения, кратковременному психическому эпизоду в виде зрительной псевдогаллюцинации на фоне гипертермии, формированию обсессивно-компульсивного расстройства с синдромом отмены.

Привлечь внимание потенциальных адептов к культуре не так сложно, гораздо сложнее удержать их там, подчинить, оторвать от действительности. Существует масса способов и нюансов, которыми пользуются

лжепророки. К примеру, мужчин зачастую трудно завлечь в секту, но если это удалось, то они там задерживаются надолго. Женщины более гибкие: их легче вовлечь, но труднее удержать.

Забомбят любовью

Так как среди отечественных психиатров и психологов не нашлось специалистов в области сект, пришлось обратиться к российскому источнику: Ф.В.Кондратьев «Современные культовые новообразования («секты»), как психолого-психиатрическая проблема».

– После привлечения новичка к общению с группой адептов он оказывается в особой атмосфере группового психологического давления, главной составной частью которого является «бомбежка любовью», которая отбивает охоту к сомнениям и усиливает потребность в принадлежности «к новой семье». Для создания чувства духовной общности используются игры, пение, объятия, прикосновения и лесть. В результате этого навязывания любви у вербуемого возникает ощущение, что все ждали именно его, что он – это нечто особенное, и общаться с ним адептам культа очень и очень приятно. Новичок не выпускается из-под опеки ни на минуту. Так, в «Церкви унификации» Сан Мен Муна специальными наставлениями рекомендована процедура, называемая «сэндвич», которая требует, чтобы новичок постоянно находился в окружении двух приставленных к нему опытных адептов, обязанных со всем рвением «сотрудничать» с ним и вовлекать в культовую группу.

Далее в сознание новичка активно внедряется идея абсолютной истинности учения секты, которая ему доверяется в силу «особой любви» к нему. Одновременно формируются отрицательное отношение ко всем другим общепринятым представлениям и установка на изоляцию себя от жизни общества. Идет противопоставление новой жизни старой.

Для закрепления в сознании новичка «доверенной» ему «абсолютной истины» вербовщики стремятся взять под контроль его время, особенно время размышления, пытаются добиться, чтобы он потерял желание сверять информацию, предоставляемую группой, с реальностью. Одновременно они добиваются появления ощущения беспомощности и, создавая видимость поддержки, навязывают ему образцы нового поведения.

В течение времени происходит дальнейшее усвоение новых догм, ритуалов. С этой целью неопита обучают медитированию, вводят в атмосферу постоянного монотонного пения и повторяющихся действий, которые при чрезмерном использовании создают состояние высокой внушаемости. Во многих неокультх применяется прямое гипнотическое воздействие, в том числе и в виде нейролингвистического кодирования: «зарядки» языка специально созданным малопонятным жаргоном, который приписывает новые значения знакомым словам и имеет многоцелевое назначение: от разрыва прежних межличностных связей до удержания в неокulte.

Следствием этого является факт радикального изменения личностных ориентаций поведения завербованных и появление признаков явного психологического изменения, которые у некоторых адептов уже в самом начале могут свидетельствовать о психической патологии.

Важным условием успеха вовлечения в секты является потеря личностью своей индивидуальности, собственной инициативы, способности к волеизъявлению своего «Я».

На протяжении всего последующего периода времени лидеры неокультов продолжают следить за тем, чтобы у завербованных не было времени опомниться. Это, по свидетельству очевидцев, достигается беспрерывными молитвенными бдениями, сочетающимися с изнурительным трудом и голодной диетой (с объяснением, что это необходимо для улучшения здоровья и достижения духовности или как обязательная принадлежность ритуалов), дефицитом сна (под видом духовных упражнений), физической и информационной изоляцией от всего, что могло бы вызвать сомнения в действительном смысле деятельности неокульта.

Далее у завербованного формируются страх и чувство вины. Они вызываются извлечением признаний (исповедей) под предлогом создания атмосферы единства и близости. Выявленные личностные проблемы, негативные факты прошлого, страхи и секреты дают представление об эмоциональной уязвимости неопита и посредством явных и завуалированных угроз так же, как и чередованием наказаний и наград, позволяют более успешно им манипулировать.

Нередко при психологической обработке акцент ставится на развитие страха за свою жизнь при попытке высказать какое-либо сомнение в истинности учения, не говоря уже о попытке выйти из секты.

Изменения личности лишают вовлеченных в неокульты способности критического осмысливания своего психического состояния, характеризующегося потерей возможности собственного волеизъявления, в том числе и права на свободу вероопределения.

В плане глобальных социальных проблем трудно сказать, что для человечества опаснее – потерять члена своего общества, например, из-за наркомании, или же потерять его в результате превращения в сектомана-робота, обеспечивающего финансовое процветание секты, противостоящей интересам семьи, общества и государства.

Помочь не смогут?

Проблема не только в сектантах, но и в отсутствии специалистов, которые бы могли помогать людям, попавшим под влияние неорелигий.

По словам психолога, руководителя ОО «Перспектива» Ажар Давлетаевой, наше общество еще не достигло определенного уровня общения

со специалистами. Большинство людей переживает проблемы на личностном уровне и может принимать помощь у представителей нетрадиционных религий. Помимо этого у нас практически нет специалистов, которые оказывали бы корректную помощь и поддержку, нет специальных учреждений, куда бы могли обратиться пострадавшие от действий представителей неокультов.

Схожее мнение высказал и тренер международного уровня, психолог Виктор Гребенников: - Секты – это как опухоль, которую необходимо вырезать и выбрасывать. Но откуда у людей разовьется культура, если государство не открывает научных институтов по той же психологии, психотерапии, кризисные центры. Если у нас этих специалистов мало, они недоступны, о них мало знают, следовательно, всегда будет шанс у колдунов, сектантов и прочих.

ГОСЗАКАЗ: ПРОГНОЗЫ

Очевидно, что государство не намерено отказываться от инструмента государственного заказа в СМИ – таким образом обществу предлагаются актуальные и важные, по мнению властей, темы. Кроме того, ясно, что госзаказ поддерживает те редакции, которые в своей политике полностью лояльны властям.

Одновременно будет нарастать влияние госзаказа среди негосударственных СМИ, что приводит к падению уровня менеджмента изданий, не озабоченных поисками рекламодателей, а ориентирующихся лишь на получение средств из бюджета. СМИ в стране и ранее слабо ориентировались на читателя, в настоящее время эта тенденция только усилилась. Постепенно это может привести к тому, что многие масс-медиа Казахстана и вовсе перестанут быть интересными, предлагая своему потребителю только тот круг тем, который устраивает заказчика, в данном случае – государство.

Госзаказ, в случае если не будут приняты меры, может так и остаться непрозрачным. Ни госорганы, ни редакции, судя по всему, не заинтересованы в раскрытии полной информации о госзаказе. При этом формальное раскрытие такой информации делает ее практически недоступной для общества. Эта практика снижает доверие к СМИ со стороны читателей, а также оставляет открытыми вопросы об истинных целях госзаказа.

Также фактически в стране фактически отсутствует общественный контроль за сферой госзаказа. За полное раскрытие информации о получателях, объемах госзаказа, выступают только медийные организации, в то время как правозащитные институты, политические партии, другие общественные институты, не проявляют заинтересованности в том, чтобы сделать область госзаказа более прозрачной и подконтрольной обществу.

Вероятно, изменить сложившуюся ситуацию может только наличие политической воли к таким переменам со стороны руководителей госорганов, ответственных за развитие госзаказа, в частности, правительства республики, министерства информации и связи. Остается небольшая надежда, что государство такую волю проявит и сделает эту сферу более прозрачной, что может послужить на благо как получателям госзаказа, так и их конечным потребителям – гражданам страны..

РЕКОМЕНДАЦИИ

ГОСУДАРСТВЕННЫМ ОРГАНАМ

- Создать общественный совет по контролю за государственным заказом в СМИ при министерстве информации и связи для контроля за распределением средств, рассмотрения отдельных заявок как примеров распространения госзаказа. Пригласить в совет представителей СМИ, медийных организаций, депутатов парламента;
- Проводить заседания комиссий по рассмотрению заявок на получение средств в рамках госзаказа только при участии общественности – медийных организаций, политических партий, других общественных институтов;
- Предусмотреть создание на сайтах госорганов, предоставляющих госзаказ СМИ, специальных разделов, которые бы сообщали информацию о таких контрактах;
- Проводить анализ эффективности расходования средств в рамках госзаказа и обнародовать его.

СРЕДСТВАМ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

- Обнародовать информацию о получении средств в рамках госзаказа через специальные объявления и помечая материалы, публикуемые в рамках госзаказа.

НЕПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫМ ОРГАНИЗАЦИЯМ

- Усилить общественный контроль за сферой госзаказа, инициируя обсуждения его эффективности, обращаясь в государственные органы с требованием обеспечения участия общественности в обсуждении предоставления средств в рамках госзаказа;
- Проводить исследования и анализ эффективности и целесообразности госзаказа, информировать об итогах такой работы госорганы, СМИ и общественность.

Международный центр журналистики MediaNet благодарит всех редакторов, журналистов, представителей медийных организаций, которые приняли участие в исследовании в рамках проекта «Мониторинг госзаказа в СМИ Казахстана»

ҚАЗАҚСТАНДЫҚ БАҚ-ДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК ТАПСЫРЫС: ПАЙДА МА, ӘЛДЕ ЗИЯН БА?

КІРІСПЕ

Мемлекеттік тапсырыстың қазақстандық бұқаралық ақпарат құралдарына тигізетін ықпалына байланысты мәселе соңғы бірнеше жылдың ішінде ауыз толтырып айтарлықтай дәрежеде көтерілмеді және зерттелмеді. Алайда мемлекеттік тапсырыстың елдегі масс-медиаға қолдау көрсету құралы ретіндегі маңызы күннен-күнге артып келе жатқан сыңайлы. Экономикалық дағдарыстың әсерінен біраз редакция, тіпті бұрын мемлекеттің қолдауына зәрулік таныта қоймаған редакциялардың өзі тапсырыс алуға ұмтылып, үміттерін білдіріп жатыр.

Қаржылай көмек көрсетудің аталған түрі еліміздің аймақтарындағы және таралымы аз бұқаралық ақпарат құралдарына айтарлықтай көмегін тигізді. Көп жағдайда мемлекеттік тапсырыс қазақ тілінде шығатын және жарнама берушілерге зәру БАҚ-на қолдау білдірудің пайдалы құралы болды.

Сонымен қатар мемлекеттік тапсырыс арқылы мемлекеттің бұқаралық ақпарат құралдарына жүргізетін ықпалы арта түсті. Қаржыландырудың осы жолы пайда болысымен-ақ, бірқатар зерттеушілер қолдаудан айырылып қалудан қорқатын мемлекеттік емес БАҚ үшін билікке қарсы сын айтқызбау мақсатында мемлекеттік тапсырыстың қолданылатыны жайында айтқан болатын.

2010 жылы жүзеге асырылған «Қазақстанның БАҚ-дағы мемлекеттік тапсырысқа жүргізілген мониторинг» жобасының аясындағы зерттеу мемлекеттік тапсырысқа қатысты айтылған сынның бірқатарының шындыққа сай екендігін көрсетті. Мәселен, мемлекеттік тапсырыстың берілу жолы әлі күнге бұлыңғыр, айқын емес, мемлекеттік органдар жариялайтын байқаудың мақсаты көп жағдайда түсініксіз болып жатады, ал көптеген жеке БАҚ-дары қаржы табудың тек осы жолына ғана сүйеніп, өз менеджменттерін дамытуды жылы жауып қойған.

Сонымен қатар, мемлекеттік тапсырыстың әсерінен елде өз-өзіне деген цензура арта түсті. Редакторлар мен журналистер өткір материалдар жазбауға тырысуда, себебі ащы сын айтылған жарияланымдар болашақта мемлекеттік тапсырыс алу барысында редакцияға зиянын тигізуі мүмкін.

Сіздердің назарларыңызға ұсынылып отырған кітапшада мемлекеттік тапсырыстарға байланысты жүріп жатқан тенденциялар жайлы ақпарат және зерттеу барысында сауалнамаға қатысқан редакторлар мен тілшілердің пікірлері беріліп отыр. Кітапша бүгінгі күнгі қазақстандық мемлекеттік тапсырыстың сипатын мүмкіндігінше ашып көрсетеді.

MediaNet халықаралық журналистика орталығы аталған жобаның жүзеге асырылуы мемлекеттің мемлекеттік тапсырыс аясындағы қаржыны бөлудегі саясатын өзгертуге және редакциялар мен мемлекеттік органдардың осы саладағы қаражатты игерудегі іс-әрекетінің ашықтығын арттыруға ықпал етеді деп ниет танытады.

Аталған кітапшаға үш тарапқа: мемлекеттік органдарға, бұқаралық ақпарат құралдарына және үкіметтік емес ұйымдарға арналған ұсыныстар жиынтығы енгізіліп отыр. Ұсыныстардың мақсаты БАҚ-дағы мемлекеттік тапсырыс жүйесінің ашықтығын арттыруға бағытталған.

Мемлекеттік тапсырыс - 2009/2010

2009 жыл Қазақстанның бұқаралық ақпарат құралдарына мемлекеттік тапсырысты ақпараттық саясат мақсатында тарату тұрғысынан ең «жемісті» жыл болды.

Түрлі мәліметтерге қарағанда 2009 жылы қазақстандық БАҚ-ның шамамен 50%-ын мемлекеттік тапсырыстар қамтыған. Ал оны тарату көздері әртүрлі болды. Мысалы, ішкі істер министрлігі елдегі құқыққорғау органдарының қызметіне арналған телевизиялық бағдарламаларды жасауға 4,4 млн. теңге көлемінде тапсырыс берген.

Қазақстанның СІМ 2009 жылы «Ресей және ТМД елдерінің бұқаралық ақпарат құралдарындағы ақпараттық-имидждік жобаларды жүзеге асыру бойынша қызмет түрлеріне» 486 млн. теңге арнады. Бұл қаражат солайымен PR-агенттіктерге жіберілді, олар өз кезегінде БАҚ-на Қазақстан туралы материалдар беріп отырды. 403 млн. теңгені СІМ «жаһандық және аймақтық бұқаралық ақпарат құралдарындағы ақпараттық-имидждік жобаларды жүзеге асыру бойынша қызмет түрлеріне» бөлген. Қазақстандық БАҚ-да сыртқы саясат қызметін насихаттауға аталған министрлік 140 млн. теңге арнаса, Қазақстанның шет елдердегі елшіліктері 837 млн. теңгені «ақпараттық-имидждік жұмыс» үшін алды.

Қазақстан аймақтарындағы мемлекеттік тапсырыстың көлемі де айтарлықтай. Мемлекеттік сатылым сомасының көлемі әртүрлі болғанымен, әр аймақ ақпараттық саясатқа арналған мемлекеттік тапсырысқа шамамен 100 млн. теңге арнады. Яғни, БАҚ облыс, астана және республикалық маңызы бар қала әкімшіліктері тарапынан кем дегенде 1,6 млрд. теңге алды.

2009 жылы БАҚ-на мемлекеттік тапсырысты бөлетін негізгі агенттік мәдениет және ақпарат министрлігі болып қала берді. Өткен жылы осы министрлік ақпараттық саясатқа 2,2 млрд. теңге көлемінде мемлекеттік тапсырыс бөлді. Министрлік БАҚ арасында бірнеше раундтық байқау ұйымдастырды, оларға негізінен республикалық масс-медиа өкілдері қатысты. Газет және журналдар арқылы мемлекеттік ақпараттық саясатты жүргізуге 1,9 млрд. теңге, ал электронды БАҚ арқылы жүргізуге 0,3 млрд. теңге бөлінді.

Мемлекеттік тапсырысты мемлекеттік (республикалық және жергілікті) басылымдар да, жеке басылымдар да ала алды. Ақпараттық саясат саласындағы мемлекеттік тапсырыстың ең ірі сомаларын мемлекеттік БАҚ алды, олар – «Егемен Қазақстан» және «Казахстанская правда» газеттері (әр басылымға 2 млн. АҚШ доллары көлеміндегі қаражат тиген), «Хабар» және «Қазақстан» телеарналары. Мемлекеттік емес басылымдардан ірі соманы «Экспресс К», «Central Asia Monitor», «Время» және тағы басқа БАҚ алды.

Мемлекеттік органдардың мәліметі бойынша 2010 жылы мемлекеттік тапсырыстың республикалық деңгейдегі көлемі өзгере қоймаған. Ал ел аймақтарындағы тапсырыстың көлемі кем дегенде 10-15%-ға өскен, кейбір аймақтарда тіпті бұдан да жоғары көрсеткіш тіркеліп отыр.

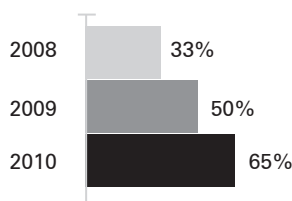
Ал мәдениет және ақпарат министрлігінің қайта құрылуы нәтижесінде пайда болған, мемлекеттік тапсырысты үлестіруге жауапты ақпарат және байланыс министрлігінің мәліметтеріне қарағанда министрліктен қаржы алып отырған БАҚ-ның тізімі айтарлықтай өзгеріске ұшырамаған. Бұл ақпаратты негізге ала отырып екі болжам жасауға болады: я мемлекеттік органдардың өткен жылы мемлекеттік тапсырыс алғандардың берген материалдарына көңілдері толады, я байқау жоспарланғанда-ақ министрлік кімнің жеңіске жететінін нақты білген.

Бұған ақпарат және байланыс министрлігінің сайтында жарияланған мемлекеттік сатылым байқауларының нәтижесі де қосымша дәлел болып отыр. Мысалы, бірқатар байқауларға бір құрамдағы қатысушылар (олардың арасында «Казахстанская правда» мемлекеттік басылымы мен биліктік «Нұр Отан» партиясына қарасты «Литер» басылымы бар) қатысқан және бірнеше байқауды бір-ақ жеңіп алып отырған. Осындай мәліметтер Қазақстанның сыртқы істер министрлігінің сайтында да кездеседі

Жоғарыдағыға ұқсас жағдайдың Қазақстан аймақтарында да қалыптасқаны байқалады. Мұнда негізінен мемлекеттік тапсырыс аясында мақала жариялау байқауының жеңімпазы белгілі бір басылымдар ғана болып отырды. Көп жағдайда мемлекеттік органдардың өздерінің бәйгеге «үкілеп қосқан» үміткерлері бар, олар әкімдіктермен (жергілікті әкімшілікпен), жекелеген басқармалармен немесе нақты бір шенеуніктермен тығыз қарым-қатынастағы редакциялар. Мемлекеттік тапсырысқа ие болатын да солар. Осыған қарамастан, мемлекеттік тапсырыс аясындағы қаражатты бөлу үшін жүргізілетін байқаулардың нәтижесіне редакциялардың күмән танытып, көңіл толмаушылығын білдіруіне (Қостанай және Шығыс Қазақстан облыстарында) бірнеше мысал ғана келтіруге болады, оның өзінде де әділдік іздегендер мақсаттарына жете алмады.

Бақылаушылардың айтуынша, қазіргі кезде бұқаралық ақпарат құралдарының 70%-ы мемлекеттік тапсырыспен қамтылған. Бұл көрсеткіш бірмөнді есу тенденциясына ие.

**Мемлекеттік тапсырысты алушы
БАҚ-ның санының өзгеруі¹.**



1. Түрлі ақпарат көздеріне, ресми тұлғалардың берген мәліметтеріне жасалынған сараптаманың негізінде.

Мемлекеттік тапсырыстың ашықтығы

БАҚ саласындағы мемлекеттік тапсырыстың ашықтығы үлкен күмән тудырып отыр. Мемлекеттік тапсырысты алушы туралы ақпаратты жариялаған мемлекеттік органдар оларды мемлекеттік сатылым тендерлерін ұтқан өзге топтардан бөле жарып, атап көрсетпейді. Мемлекеттің мүддесін қозғаған материалдарды жариялайтын қандай да бір БАҚ-тың қанша ақша алып отырғандығы жайлы ақпараттың министрліктің қанша қалам сатып алғандығы жайлы ақпараттан айырмашылығы бола тұра, билік өкілдері осындай қадамға барып отыр.

Мемлекеттік тапсырысты алушы туралы ақпарат ашықтығының маңызын түсінбеу зерттеушілер үшін қиындық туғызып отыр, яғни ақпараттың бір бөлігі жасырын қалады, не оған қол жеткізу көптеген кедергілермен қатар жүреді.

Соңғы жылдары бірде-бір министрлік мемлекеттік тапсырысты алған БАҚ-ның бірыңғай тізімін жасаған жоқ. Ал мәдениет және ақпарат министрлігінің 2009 жылы жариялаған осындай тізімінде БАҚ-дары алған мемлекеттік тапсырыстың көлемі жайлы ақпарат берілмеген.

Аймақтағы әкімдіктер болса мемлекеттік тапсырысқа қол жеткізген БАҚ туралы толық ақпарат жарияламайды, не редакцияның тапсырыс алғандығы жөніде ғана мәлімет беріп, сомасын көрсетпейді, не тапсырыс алушы жөнінде мүлде ақпарат бермейді. Жергілікті басқармалар тарапынан да осыған ұқсас әрекет байқалуда.

Мемлекеттік компаниялар да өздерінен ақпарат жариялауға тапсырыс не жарнама алған БАҚ туралы мәліметті сирек береді.

Бұқаралық ақпарат құралдарының өздері болса жарияланған мемлекеттік тапсырыс байқауы туралы ақпаратты мемлекеттік органдардың сайттарынан, электронды пошта арқылы таратылған мәліметтен алатынын айтты. Ал қандай да бір мемлекеттік органда қызмет жасайтын нақты тұлғадан ақпарат аламыз деп бірде-бір БАҚ мәлімдемеді.

Елімізде тек «Московский Комсомолец в Казахстане» газеті ғана мемлекеттік тапсырыс аясында жариялаған мақалалары жайлы ақпарат береді екен. Өзге бұқаралық ақпарат құралдары мұндай жарияланымдарды интеграциялап, олардың мемлекеттік бюджет қаржысына шыққаны жайлы мәліметті бермеуді жөн көреді.

Зерттеу авторларының ойынша, бұл оқырмандар мен көрермендерді адастырады, себебі олар атап көрсетілмеген соң, жарияланымдарды, бағдарламаларды не сюжеттерді мемлекеттік орган тапсырыс берген және ақысын төлеген өнім ретінде қабылдай алмайды.

Бұл пікірмен зерттеу барысында сауалнамаға қатысқан редакторлардың бәрі бірдей келіскен жоқ, алайда көпшілігі мемлекет тарапынан қаржыландырылған материал туралы ақпаратты берген жөн деп санайды.

«Мемлекеттік тапсырыс аясында шыққан материалдарды біз бөле-жарып, атап көрсетпейміз, кәдімгі жарияланым ретінде береміз. Егер мұндай жарияланым кәсіби түрде, сауатты жазылса, оның мемлекеттік

тапсырыс аясында жазылғандығы байқалмай тұрады. Сонымен қатар мемлекеттік тапсырыс аясында дайындалған материал міндетті түрде әлдекімді я әлденені мақтау керек деген қате түсінік бар. Ол дұрыс емес. Мысалы біздің мемлекеттік тапсырыс аясында жариялаған материалдарымызда проблемалық мәселелер жиі көтеріледі. Біз үшін проблеманы көтеру, оны шешу жолдарын қарастыру басты рөл ойнайды, ал жарияланымның қандай қаражат көзіне шығып жатқанына аса маңызды емес¹.

Әрине, кейде мысалы мемлекеттік тапсырыс аясында бір облыстың ауылшаруашылық басқармасының жетекшісінің материалын беруге тура келеді. Және ол материалында тек өз облысының жеткен жетістіктері жайлы айтады. Бірақ біз журналистер жазған проблемалық материалдар арқылы екі жақты тең ұстауға тырысамыз. Өйтпеген жағдайда біздің басылымның қандай да бір әкімшіліктің газетінен еш айырмашылығы болмай қалады».

«Менің ойымша мемлекеттік тапсырыс аясында жазылған материалды атап көрсету керек. Мұны, әсіресе, жеке телекомпанияларға қатысты айтып отырмын. Себебі мемлекеттік телеарналардың өз жарияланымдарын мемлекеттің пайдасынан шығарып жатқанын көрермен онсыз да бірден түсініп отырады, яғни мұнда ешқандай құпиялылық жоқ».

«Мен өзге БАҚ-ның оқырманы ретінде мемлекеттік тапсырыс аясында шыққан материалдарды білгім келеді. Мұндай жарияланымдарды «жарнама» ретінде немесе «әріптестік» деген белгімен беру жүйесі қалыптасса дұрыс болар еді. Менің ойымша мұндай қадам оқырмандарға қатысты алғанда әділетті болмақ, олар да өз кезегінде басылымның ашықтығын қош көреді».

«Біз коммерциялық компаниялар берген жарнамалық материалдар секілді мемлекеттік тапсырыс аясында жарияланған материалдарды атап көрсетпейміз. Жарнамалық жарияланымдар мен мемлекеттік жарияланымдардың бір сипатта болғанына қарамастан осылай жасаймыз, себебі тапсырыс аясындағы ақпараттан жаңалық, болмаса сараптамалық материал тудыруға тырысамыз, яғни оны өзіміздің қалыпқа салуға әрекет жасаймыз. Сондықтан ондай жарияланымдарды қандай да бір белгімен беру қажет емес деп санаймыз».

Бүгінгі күні қандай материалдардың мемлекеттік тапсырыс аясында шығып жатқанын айту мүмкін емес дерлік дүние. Мұны тек редакциялардан шығармашылық есеп алып отыратын шенеуніктер біледі деп болжам жасауға болар. Ал олардың жарияланымдар мониторингін қалай жүргізіп отырғандығы белгісіз.

Кейбір ведомстволар мемлекеттік тапсырыс аясындағы қаражатқа редакциялардың жариялаған материалдарында қағалап отыратындықтарын және мұндай жарияланымдарға талдау жасайтындықтарын айтты. Алайда осы айтылған талдауға ашық түрде де, анонимді түрде де қол жеткізу мүмкін болмады.

1. Редакторлармен сұхбат анонимді түрде жүргізілді. Зерттеу барысында қазақ және орыс тілдерінде шығатын 15 БАҚ-ның редакторы сауалнамаға қатысты.

Мемлекеттік тапсырыстың «қозғаушы күштері»

Ақпараттық саясат саласындағы мемлекеттік тапсырысты жүзеге асыруға таңдалған тақырыптар ауқымы айтарлықтай кең. Сонымен қатар бірнеше жыл бойы негізгі рөлде келе жатқан әмбебап тақырыптардың тізімі бар, олар болашақта да осы қалыптарында қалатын сыңайлы.

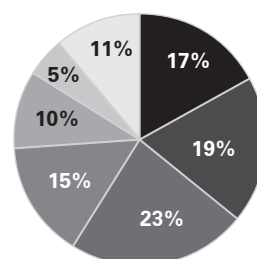
Мемлекеттік тапсырыс аясында жарияланатын жарияланымдардың негізгі тақырыптары мемлекеттік тілдік саясат, мемлекеттік тілдің статусы, тіл тарихы және мәдениет болып отыр. Бұл тақырыптар – мемлекеттік тапсырыс алып отырған мемлекеттік және жекеменшік басылымдардың ең жиі көтеретін тақырыптары. Сонымен қатар «тіл тақырыбына» арналған материалдар үшін бірқатар белгілі формалар бар, оларға мысал ретінде қазақ тілін білетін сляван текті қазақстандықтарды арқау еткен жарияланымдарды келтіруге болады. Одан бөлек қазақ тіліне қатысты байқаулар тақырыбы жиі көтеріліп, қазақ тілін білудің маңызы кеңінен насихатталады. Сонымен қатар қазақ мәдениеті мен тарихын насихаттауға үлкен көңіл бөлінеді. Бұл әсіресе қазақтілді БАҚ-да жиі байқалады, себебі қазақтілді БАҚ-да аталған тақырыптағы материалдардың көлемі жалпы жарияланымдар санының үштен бірінен асып жататыны жиі кездеседі.

Тағы бір жиі берілетін тақырыптар тізіміне мысал ретінде Қазақстанның ЕҚЫҰ-на төрағалық етуі, демократияны дамыту, партиялық құрылым, қорғаныс және қауіпсіздік тақырыптарын айтса болады. Бұл тақырыптар әсіресе жекеменшік БАҚ-да жиі қозғалады. Сонымен қатар басылымдар аса танымал емес саясаттанушылардың Қазақстандағы саяси процестерге жасаған талдауларын жиі береді, олар басылым беттерінде демократиялық дамудың зиянды тұстарын айтып, елдің «өз даму жолының бар екендігіне» баса назар аударады.

Қоғамдық ұйымдар мен дәстүрлі емес діни бірлестіктерді сынауға арналған жарияланымдар да жеке тақырыпқа ие. Мұндай материалдар көбінесе республикалық БАҚ-нан гөрі жергілікті басылымдарда жарық көреді және бір материал бірнеше газетте қайта жариялануы мүмкін.

Қазақстан президентінің ел халқына арналған жолдауы мемлекеттік тапсырыс аясында жарияланатын тақырыптар арасында өзгеше орынға ие. Жолдаудың мазмұны жыл сайын өзгереді, сәйкесінше жарияланымдардың да мәтіні өзгеріске ұшырап отырады. Алайда негізгі мәні сол қалпында қалады және ол «жолдау бізге даму жолын көрсетуде», «жолдау – жылдың басты бағдарламалық құжаты» дегенге келіп саяды. Шенеуніктер жолдау туралы өз мақалалары мен сараптамалық материалдарын жариялай бастайды. Жолдауды талқылау мен оны табысты түрде жүзеге асыру нәтижелері мемлекеттік басылымдардың көпшілігінде кездесетін «Жолдау аясында» секілді айдарлармен (жекеменшік басылымдарда бұдан өзгеше болуы мүмкін) беріледі.

Мемлекеттік тапсырыс аясындағы жарияланым тақырыптары¹.



- Президенттің жолдауы
- Мемлекеттік органдардың жұмысы
- Тіл саясаты
- Мәдениет және тарих
- Өзекті оқиғалар
- Жемқорлықпен күрес
- Өзге тақырыптар

1. Мемлекеттік тапсырыс байқауына жүргізілген мониторинг негізінде беріліп отыр

МЕМЛЕКЕТТІК ТАПСЫРЫС: ПАЙДА МА, ӘЛДЕ ЗИЯН БА? РЕДАКТОРЛАР ПІКІРІ

Түрлі мәліметтерге қарағанда, Қазақстанда ақпараттық саясат саласындағы мемлекеттік тапсырысты алушылар жекеменшік бұқаралық ақпарат құралдарының 50-ден 70 %-ға дейінгі көлемін құрайды.

Редакциялар қаржы дағдарысының әсерінен жарнама берушілердің азайғанын, ал мемлекеттік тапсырыс аясында бөлінетін қаражат БАҚ шығынын жабуға қажетті мүмкіндік болып тұрғанын айтады. Әсіресе ел аймақтарындағы редакциялардың жағдайы мәз болмай тұр, себебі мұнда жарнама берушілерді тарту өте қиын. Сонымен қатар, жарнама берушілермен көп жұмыс істей бермейтін қазақтілді БАҚ үшін де мемлекеттік тапсырыс аса қажетті қаражат көзі болып отыр.

Мемлекеттік тапсырысты тарату жағдайына жүргізілген мониторинг жұмысы барысында редакторлар мемлекеттік тапсырыстың елдегі БАҚ-на көп пайдасы тиіп отырғандығын атап көрсетті.

«Жалпы менің БАҚ-дарының мемлекеттік тапсырыс алып отырғанына көзқарасым оң. Себебі, мемлекет бизнеске, оның ішінде БАҚ-дарына қолдау көрсетуі қажет. Билік қазақ тілін дамыту керек деп шешкен екен, олай болса қазақтілді басылымдарға тіпті де баса назар аудару қажет. Ол үшін қазақтілді телевизия, басылымдардың көбейіп, дамығаны дұрыс».

«Қазір жарнама есебінен күн көріп отырған БАҚ-ын саусақпен санап аларлықтай жағдай қалыптасты. Оның өзінде оларға белгілі бір тұлға не компания қолдау білдіріп отырады. Елдің БАҚ-ын сатып алуы не оған жазылуы күн көрудің негізгі жолы емес. БАҚ-ның аман қалу жолында мемлекеттік тапсырыс үлкен көмек болмақ. Себебі қаражат болмаса журналистерге, дизайнерлерге және басқа да қызметкерлерге төлейтін жалақы болмасы белгілі. Ал одан бөлек кеңсе жалдауға, байланысқа, тағы басқа шығындарға ақша шығару керек қой. Яғни БАҚ-ның ірі жарнама берушілері, демеушісі болмаса, мемлекеттік тапсырыс алмаса, оның болашағы да бұлыңғыр. Сондықтан да мемлекеттік тапсырысты алуға бәрі ұмтылады. Ал олардың мемлекеттік тапсырыс бойынша жұмыс істемейміз деуі еш шындыққа сәйкес келмейді».

«...Мемлекеттік тапсырыс – жалпы алғанда жақсы дүние. Себебі біз халықтың санасын БАҚ арқылы қалыптастыратын Қытай немесе өзге мемлекет емеспіз. Біздің жағдайда, меніңше, мемлекеттік тапсырыс адамдардың ойын өзгеріске ұшыратпайды, ол қоғамдық пікірді түбегейлі өзгертіп жіберетін де құрал емес. Оның есесіне, мемлекеттік тапсырыс БАҚ-на күн көру үшін аса қажетті қолдау болып отыр. Ал коммерциялық жарнаманың күрт азайып кеткені жанға батады Негізінен қаражат осы тапсырыстан түсіп отыр. Егер қандай да бір ірі компания қандай да бір БАҚ-на үлкен қаржы бөліп отырса, ол осы екі тараптың тығыз байланысты екендігін білдіреді».

«Мемлекеттік тапсырыс мәселесі қарама-қайшылыққа толы мәселе, себебі таразының бір басында мемлекеттің мүддесі жатса, екінші басында оқырманның қызығушылығы тұр. Екі жақтың ой-пікірі көп жағдайда бір жерден шыға бермейді. Мемлекеттің мемлекеттік тапсырыс аясында берген мақалалары оқырман үшін негізінен қызық емес. Оның үстіне журналистке де мұндай материалмен жұмыс істеу қиын, себебі мемлекеттік тапсырыс жариялануының нақты көлемі белгіленген, ал оның ақпараттық желеуі мүлде болмауы да мүмкін. Нәтижесінде, мұның бәрі материалдың сапасына және оқырманның қабыл алуына әсер етеді. Егер БАҚ осы тектес жарияланымды бере беретін болса, оқырман мұндай басылымға деген сенімін жоғалтуы мүмкін».

Ал мемлекеттік тапсырыс алып отырған БАҚ редакторларының көпшілігі масс-медиаға көрсетілетін қысымға тап болатындықтарын атап көрсетті, себебі мемлекет тапсырыс аясында қаражат алып отырған БАҚ билік саясатына қатысты жағымды материалдар береді деп күтеді.

«Дағдарыс жағдайында ақша тек мемлекетте ғана бар екені белгілі болды. Сондықтан мемлекеттік тапсырыстың рөлі арта түсті. Әрине, ол цензура емес, бірақ редакция мемлекеттік тапсырыс алып отырғандықтан кей жайттарға басқаша қарай бастайды, оларды жайлы ақпаратты БАҚ-да бұрынғыдан өзгеше түрде береді»¹.

«Әдетте мемлекеттік тапсырыс дегеніміз – ақысы төленген материалдарды дайындауға қаржы бөлген мемлекеттік органның араласуы. Ол көбінесе жарияланымның мынау тұсы мынау бағытта болса, ал «мынау» жерінде мынаған баса көңіл бөлінсе деген сияқты «тілек», «ұсыныс» түрінде көрініс табады. Алайда мұндай ықпал жалпы басылымға емес, тек нақты бір материалды дайындауға қатысты жүреді».

«...Мемлекет тапсырыспен БАҚ-ның оң көзқарасын сатып алады. Бізде ар-ұяттан бастап бәрі сатылады емес пе. Бірақ, дұрыс мысалдар да келтіруге болады, мәселен, мемлекеттік тапсырыс зона. kz сайтының «қазақша сөйлейік» деген айдарына бөлінеді, бірақ оның ресурстың басқа бөлімдеріне еш қатысы болмайды. Менің ойымша, бұл БАҚ пен биліктің мемлекеттік тапсырыс арқылы жүргізетін әріптестігіне сәтті мысал бола алады».

«Коммерциялық негізде әріптестік қарым-қатынас жүргізу редакцияның саясатына шектеу қояды, себебі кімнің қаржы көзімен (ол мейлі жарнама болсын, мейлі мемлекеттік тапсырыс болсын) арадағы байланысты бұзғысы келеді дейсіз. Міне, осы жерден келіп өз-өзіне деген цензура пайда болады, қандай да бір материалды жариялауға шектеу қойылады. Мысалы, біз А ведомствосымен жұмыс істеудеміз делік. Бізге осы ведомство сыналған қандай да бір пікір не материал келіп түссе, біз оны не жарияламаймыз, не А

1. Сейітқазы Матаев. Алматыда өткен баспасөз мәслихатында айтылды. 10 қыркүйек 2010 жыл

ведомствосының ұстанымын да барынша ашып, қатар беруге тырысамыз».

«Мемлекеттік тапсырыс алған редакция ісіне тапсырыс берушінің араласуы, әрине, кездеседі. Көп жағдайда ол қоңырау шалу және ұсыныстар айту түрінде болады. Мемлекеттік тапсырыс мәселесі бойынша билікпен келісімге келуге болатынын айтып кеткім келеді, яғни дұрыс түсіндірме болған жағдайда тақырып, материал көлемін ауыстыруға, өзгерістер енгізуге мүмкіндік бар. Әрине, жарияланымнан біржолата бас тартуға болмайды, себебі біз әу баста тендерді ұтқан кезде, осы міндетті мойнымызға алған болатынбыз. Бірақ журналистика тұрғысынан материалды жетілдіруге, жақсартуға әбден болады. Біздің тәжірибемізде президент әкімшілігімен де, өзге де органдармен де келісімге келген жағдайлар көптеп кездеседі».

Мемлекеттік тапсырысты алудан бас тартқан редакциялар өз шешімдерін мемлекеттік тапсырыс алған жағдайда билік тарапынан бақылаудың жүру қаупі бар екендігімен түсіндіреді.

«Өзге де жарнама берушілер секілді мемлекет тапсырыс алған БАҚ-нан мемлекеттік құрылым жайлы ЖАҒЫМДЫ ақпарат күтеді. Бізде ТӘУЕЛСІЗ БАҚ деген түсінік жоқ десе де болады. Тәуелсіз дегеніміз оппозициялық деген сөз. Ал қалғандарының бәрін мемлекеттік тапсырысыз-ақ билік редакциялар, меншік иелері арқылы бақылап отыр. Сондықтан мемлекеттік тапсырыс алған БАҚ автоматты түрде, заңды дерлік негізде билікке тәуелді болады».

Жалпы алғанда редакторлардың басым көпшілігі мемлекеттік тапсырысты қарама-қайшылыққа толы құбылыс, оны қазақтандық журналистикаға тек жақсылық әкеледі біржақты түрде деп санауға болмайды деп есептейді. Сонымен қатар редакторлар мемлекеттік тапсырыстың аймақтық БАҚ-на, қазақ тілді БАҚ-на көрсететін қолдаудағы және мемлекеттік тілді игеру секілді маңызды тақырыптарды қозғаудағы маңызды рөлін атап көрсетті.

Редакторлар мемлекеттік тапсырысты бөлу жүйесін реформалау және жетілдіру қажет, БАҚ-на көрсетілетін қысымға және мемлекет тарапынан жүргізілетін бақылауға мүмкіндік бермеу үшін аталған саланың ашықтығын арттыру керек деп санайды.

МЕМЛЕКЕТТІК ТАПСЫРЫСТЫҢ ҚАЗАҚСТАН ЖУРНАЛИСТИКАСЫНА ЖҮРГІЗЕТІН ЫҚПАЛЫ. ЖУРНАЛИСТЕР ПІКІРІ

Қазақстандық журналистердің пікірлері мемлекеттік тапсырысты бағалауға келгенде редакторлардың пікірлерімен бір жерден шығып отыр. Олардың ойы мемлекеттік тапсырыс жүйесі әлі де болса жетілмеген, сондықтан да көп жағдайда бұқаралық ақпарат құралдарының дамуына кері әсерін тигізеді дегенге келіп саяды. Сонымен қатар, журналистердің көпшілігі бірқатар өзгерістер енгізілген жағдайда мемлекеттік тапсырыс елдегі БАҚ-на оң әсерін тигізуі мүмкін деп санайды.

«БАҚ-ның қиын да күрделі жағдайын ескерер болсақ, қандай болмасын қаражат көзінің артық етпесін түсінеміз. Ал тапсырыс берушінің, бұл жағдайда мемлекеттің, ықпалы қаржының көлеміне байланысты болмақ. Егер басылымға қолдау білдіруші тек мемлекет болса, онда, әрине, ол басылымды тәуелсіз деп айта алмаймыз. Ал егер басылым тәндер ұтып алып жатса, онда мемлекет көп жағдайда оған үлкен ықпал жүргізе қоймады»¹.

«...Мемлекеттің қаржылық қолдау көрсететіні тамаша. Алайда, мұндай жағдайда ол редакцияның ісіне араласпауы қажет деп ойлаймын. Яғни билік ақшасын берді ме, бітті ол БАҚ туралы ұмытуы қажет. Әрине, шектен шыққандық болып көрінуі мүмкін, бірақ біз тек осылайша тәуелсіз БАҚ-дарын және жалпы дені дұрыс медиа нарықты дамыта аламыз. Ал БАҚ-дарын қаржыландырудың қазіргі түрі – күлкілі дүние, мұнда қандай тәуелсіздік туралы айтуға болады».

«Онсыз да бюджеттен қаржыландырылып отырған мемлекеттік, партиялық басылымдар бар. Тапсырыспен жазылатын материалдарды соларға беруге болады. Ал жекеменшік басылымдарға осындай материалдар түсіп жатса, ол мұндай БАҚ-на деген сенімге сызат түсіруі мүмкін. Яғни ол бостандығынан айрылуда немесе ақша үшін еркіндігін құрбан етуде деген қауіп туады. Бұған байланысты мысалы «Время» газетіне базына айтуға болар еді. Мемлекеттің ең жақсы көмегі – басылымның саясатына және оның жарнама берушілермен қарым-қатынасына араласпауы».

Мемлекеттік тапсырыс аясында материалдар дайындаған журналистер билік өкілдері тарапынан қысым көрмегенін, алайда өз-өзіне деген цензураға кезіккенін айтады. Ал мемлекеттік тапсырыс арқылы ақысы төленген материалдар дайындамаған журналистер билік тарапынан қысым көрсету қаупі бар екендігімен келіседі

«Тапсырыс аясында мақалалар жазған болатынмын, бірақ қысым көрдім деп айта алмаймын. Алайда мұндай материалдарда шынайы жағдай емес, өңделген, бұрмаланған жағдайдың сипаты берілетіндігі бар. Басқаша айтсақ, мемлекеттік тапсырыс арқылы жазылған мақалалардың жақсылығы асырылып, жамандығы жасырылып отырылады».

1. Журналистермен сұхбат анонимді түрде жүргізілді. Зерттеу барысында 15 журналист сауалнамаға қатысты.

«Егер мен мемлекеттік тапсырыспен жұмыс істесем, тапсырыс беруші тарапынан үлкен қысымға ұшырап, нақты не жазу керек, қалай жазу керектігі бойынша тапсырма алар едім деп ойлаймын».

«Жай тапсырыс бойынша жазған күнің өзінде, ең болмағанда мақаланың форматы мен көлемі бойынша шектелулер болады. Ал таныстарымның тәжірибесіне қарағанда, мемлекеттік тапсырыспен жұмыс барысында, материалды ұсынуда белгілі бір шектеулер туындауы мүмкін (тек біржақты көзқарастың болуы немесе «ыңғайға» келмейтін көзқарастың еленбеуі я мүлде алынып тасталуы секілді)».

Жалпы алғанда қазақстандық тілшілер мемлекеттік тапсырыс жүйесінің ашықтығын дамыту қажет деп санайды және мемлекеттік тапсырыс ақысын төлеген материалдарды жариялаған БАҚ-тың бейтараптығына үлкен қоғамдық бақылау орнатса деген пікірді қолдайды.

Жарияланымдардың сипаты

Мемлекеттік тапсырыс аясындағы жарияланымдар көп жағдайда бірсіпатты болып келеді: олар мемлекеттік органдар жүргізіп отырған саясат жайлы жағымды ақпарат береді. Мұндай жарияланымдарда әдетте республикамыздың белгілі бір салада жеткізген жетістіктері, мемлекеттік органдардың сәтті істері жайлы айтылады. Сонымен қатар қазақстандық биліктің қарсыластары деп саналатын топтардың оң көзқарасы да жиі беріліп жатады, олардың арасында оппозициялық партиялар, кейбір демократиялық мемлекеттердің үкіметтері, қоғамдық ұйымдар және дәстүрлі емес діни ұйымдар кездеседі.

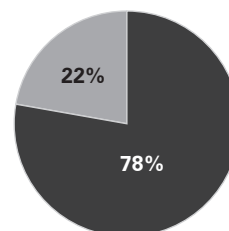
Жарияланымдардың бір бөлігі бейтарап немесе даулы сипатта болып келеді. Әдетте мұндай материалдарды мемлекеттік тапсырыстың жалпы редакциялық саясатқа кері әсерін тигізетінін қаламайтын жекеменшік газеттер береді.

Мемлекеттік органдар мемлекеттік тапсырыс аясында жарияланған мақалалардың мазмұнына бақылау жүргізбейтіндіктерін айтады. Олардың мәліметтеріне қарағанды, БАҚ мұндай материалдарды өздері дайындайды. Алайда мемлекеттік тапсырысты тұрақты алып отырған мемлекеттік және жекеменшік БАҚ-ның өкілдері мүлде басқа ақпарат берді. Мысалы, Астана қаласында орналасқан, аты-жөнін атамауды жөн көрген жекеменшік басылымның редакторы мемлекеттік тапсырыс аясында жазылған материалдардың бәрі жауапты органдармен, ал нақты осы басылымға қатысты айтсақ Астана әкімдігінің (әкімшілігінің) ішкі саясат бөлімі және ақпарат және байланыс министрлігімен келісіліп өтетінін айтты. Редактор материалдардың айтарлықтай өзгеріске жиі ұшырайтындығын да жеткізді. 2009-2010 жылдары мемлекеттік тапсырыс аясында кем дегенде он материал дайындаған республикалық басылымның журналисті де осыған ұқсас мәлімет берді. Оның айтуынша, «жазылған жарияланымдардың бәрі жоғары орындардың бақылауынан өткен». Журналист бұған редактордың жауапты екенін айтып, материалдарын цензураға ұшыратқан ведомствоның атауын айта алмады.

Осылайша мемлекеттік тапсырыс аталған жолмен Қазақстанда цензура жағдайын туғызып отыр, яғни жарияланымдар мемлекеттік органдардың тарапынан тексеріске ұшырап, оларға түбегейлі өзгерістер енгізілуде.

Мемлекеттік тапсырыс жүйесінің енуі мемлекеттен қаржыландырылатын басылымдардың өз-өзіне деген цензурасын да туғызды. БАҚ жергілікті және республикалық билікті сынға алатын жарияланымдарды дайындауға қауіптенеді, себебі бұл мемлекеттік органдармен арадағы қарым-қатынасқа сызат түсіріп, басылым кейін мемлекеттік тапсырысқа түрлі себептермен қол жеткізе алмай қалуы мүмкін. Мемлекеттік тапсырыс қысым көрсету және елдегі бұқаралық ақпарат құралдарын шектеу құралына айналды. Оның негізгі себептері соңғы жылдардағы көптеген масс-медиа өкілінің дағдарыстың кесірінен жарнама берушілерді жоғалтуы, қаржылық қиындықтарға кезігуі болып отыр. Мұндай жағдайда мемлекеттік тапсырыс саны аз қаражат көздерінің біріне айналды.

Мемлекет қызметіне байланысты жарияланымдардың сипаты



■ Жағымды сипатта
■ Бейтарап сипатта

Мысалдар

Редакциялардың басым көпшілігі мемлекеттік тапсырыс аясында материал жариялағанда, оны ерекшелеп көрсетпейтіндіктен, зерттеу авторларына болжаммен шектелуге тура келді. Түрлі материалдарды қарастырған олар мемлекеттік тапсырыс шеңберінде берілді-ау деген мақалаларды алды. Мақалалар жарияланымның сипатына, стилистикасына және тақырыбына байланысты таңдалды.

«МОСКОВСКИЙ КОМСОМОЛЕЦ В КАЗАХСТАНЕ» ГАЗЕТИ

25 тамыз 2010 жыл

ЕҚЫҰ. Кеше, бүгін, ертең¹.

ЕҚЫҰ – осы бір күрделі де қысқарған сөз бүгінгі күні елдің бәріне таныс, көшедегі кез-келген адамды тоқтатып, сұрай қалсаңыз, ол Сізге әр әріптің артында қандай сөз тұрғанын және бұл ұйымның төрағасы қазір Қазақстан екенін айтып бере алады. Алайда Еуропадағы Қауіпсіздік және Ынтымақтастық Ұйымы (ЕҚЫҰ) атты аймақтық құрылымның қашан пайда болғаны, немен айналысатыны және мүше-мемлекеттерді қайда бастап бара жатқандығы жайлы екіншісі біле бермейді.

Осы ұйым туралы қоғамның білім көкжиегін арттыру мақсатымен, 25 тамыз күні, Көкшетауда, әлеуметтік маңызы жоғары «Еуропадағы қауіпсіздік және ынтымақтастық Ұйымының қызметі жайлы қоғамның білім деңгейін арттыру бойынша кешенді шаралар өткізу» мемлекеттік әлеуметтік тапсырысының аясында «ЕҚЫҰ: кеше, бүгін, ертең» атты семинар өтті. Шараны Ақмола облысы ішкі саясат Басқармасының қолдауымен «Фокус» кеңес беру орталығы және Қазақстан Республикасының Мәдениет Министрлігі ұйымдастырды.

Семинар аясында қала жұртшылығы ЕҚЫҰ-ның тарихымен, ұйымның бүгінгі күні алдына қойып отырған мақсаттарымен, міндеттерімен және аймақтық қауіпсіздіктің тиімді құралы ретіндегі құрған даму жоспарымен танысты.

Қазіргі әлемде жаһандық ауқымдағы алыс-берістің мүшелері шын мәнінде қауіпті мәселелер мен қатерлерге кезігіп отыр. 21 ғасырда әлемдік қауымдастықтың алаңдаушылығын туғызып отырған лаңкестік, адам саудасы, климаттың өзгеруіне байланысты проблемалар ЕҚЫҰ-на мүше мемлекеттердің бірде-бірін айналып өтпейді. Осы себепті аталған ұйым қаруландыруға бақылау жүргізу, превентивті дипломатия, сенім және қауіпсіздік шараларын нығайту, адам құқығы, сайлауға бақылау жүргізу, экономикалық және экологиялық қауіпсіздік секілді мәселелерді кеңінен қамтып, оларды шешу жолдарын қарастыруды мақсат тұтады.

1. Редакция бұл мақаланың мемлекеттік тапсырыс аясында жарияланғанын көрсетті

Семинарға қатысушылар ЕҚЫҰ-ның қауіпсіздік мәселелері бойынша қабылдаған нақты шешімдерімен және олардың қалай орындалып жатқандығымен танысты. Семинар жұмысында Қазақстанның ЕҚЫҰ-

ға төрағалық ету қызметі жайлы ақпарат ерекшеленіп айтылды және еліміздің аталған ұйымның әріптесі мен аймақтық көшбасшы ретінде мойындалуының маңыздылығына назар аударылды.

Семинарға қатысушылар Қазақстан жұртшылығын ЕҚЫҰ қызметімен кеңінен таныстыру азаматтық қоғамның дамуы мен ұйым шеңберіндегі қауіпсіздік пен әріптестік мәселелерінің маңыздылығын түсінудің кепілі бола алады деп атап өтіп кетті.

Семинарға мемлекеттік органдар, саяси партиялар, ҮЕҰ, бұқаралық ақпарат құралдары өкілдері қатысты.

«ИЗВЕСТИЯ – КАЗАХСТАН» ГАЗЕТИ

15 қазан 2010 жыл

Ұрпақ қатынасы үзілмеуде

Қазақстанда ҚР Азаматтық альянсы осыдан бірнеше ай бұрын негізін қалаған «Біз – бір командамыз!» жалпыұлттық кампаниясы жалғасын табуда. Осы күндері шара аясында Астанада, Оралда, Ақтауда және Теміртауда акциялар өтті, өтіп жатыр және алдағы күндері де өтпек.

Өткен сәрсенбі күні Астанада мүгедектердің ұлттық Күніне арналған, жастар Конгресі мен Қазақстан студенттерінің Альянсы бірігіп ұйымдастырған «Ұрпақ байланысы» атты қайырымдылық акциясы өтті. Шара барысында оқушылар қарттар үйіндегі қамқорлықтарына алған қарттардың көңілін аулап, өз қолдарымен жасаған сыйлықтарын табыс етті, шағын концерттік бағдарламаларын қойды.

Орал қаласында осыған ұқсас «Жүректен жүрекке» ұранымен түрлі жастағы жандардың кездесуі өтті. Жергілікті қоғамдық-медициналық мекемеде қарттар мен мүгедектерге арналған концерт қойылды, оны Батыс Қазақстан облысының жастарының Ассоциациясы өзірледі. Концерттен кейін ұйым белсенділері қарттарға ескерткіш сыйлықтар тапсырып, олардың өмір тарихы мен тілек-ұсыныстарын тыңдады. «Осындай шаралар арқылы біз қарттар үйінде тұрып жатқан жалғыздікті зейнеткерлер мен мүгедектерге қолдау білдіргіміз келді, оларға мереке күні ғана емес, әр күн сайын қамқорлық танытсақ дейміз», - дейді ассоциация мүшелері.

Батыс-Қазақстан облысының аграрлық-техникалық университетінде «Біз – бір командамыз!» кампаниясының аясында Қазақстан жастары Конгресінің кубогы үшін мини-футболдан жарыс өтті. Тартысқа жергілікті орта мамандырылған және кәсіби лицейлердің дайындаған 13 командасы түсті. «Мұндай жарыстар денсаулықты нығайтып, адамды рухтандырады. Ал Нұрсұлтан Назарбаевтың жастар арасында салауатты өмір салтын насихаттаудың өзектілігін атап көрсеткен, Қазақстан халқына арнаған «Жаңа онжылдық – жаңа экономикалық өрлеу – Қазақстанның жаңа

мүмкіндіктері» жолдауына байланысты мұндай шаралардың маңыздылығы тіпті де арта түспек», - дейді турнирді ұйымдастырушы конгрестіктері.

Бүгін ашылып отырған, Теміртау қаласындағы ҚР еңбек сіңірген жаттықтырушысы Амантай Айдархановты еске алуға арналған «Магнитка оттары» атты үшкүндік дзюдодан республикалық ашық турнир да осы мақсатты көздеуде. «Бұл жарысқа қатысатын үміткерлердің саны жылдан-жылға өсу үстінде. Сапасы да артуда. Оның үстіне, осы жылы 18 қазан күні біз «Магнитка оттары» аясында 1997-2000 жылдары туылған балалар арасында жарыс өткізгелі отырмыз», - дейді жарысты ұйымдастырушы комитет. Ел үміткерлерімен қатар татамиге Ресей, Өзбекстан, Қырғызстан, Тәжікстан спортшылары да шығады деген жоспар бар. Бес елден жалпы саны 30 команда келуі тиіс. Сондықтан Айдархановтың турнирін халықаралық деп айтуға әбден болады.

Ал ертең Ақтауда «Біз – бір командамыз» кампаниясының аясында жергілікті студенттер Альянсы жастар саясатының облыстық орталығында патриоттық құндылықтарды қалыптастыруды, көпұлтты Қазақстанның барлық азаматтарына деген толеранттылық пен құрмет рухында жастарды тәрбиелеуді мақсат тұтқан ұлттық байқау өтеді. Жоғарғы және орта оқу орындарының студенттері түрлі ұлт өкілдерінің тағамдарын дайындауда, театр өнері бойынша, ұлттық сипаттағы қолдан жасалынған сыйлықтар дайындауда жарысқа түседі.

«ЭКСПРЕСС-К» ГАЗЕТИ

19 қазан 2010 жыл

Ерекше назар аясында

Трансұлттық қауіп пен лаңкестікке қарсы күрес барысында мемлекеттер ЕҚЫҰ-ның ұжымдық қауіпсіздік концепциясының шеңберінде шаралар кешенін дайындауы қажет.

Желтоқсан айында Астанада өтетін Ұйым саммиті ЕҚЫҰ алдында тұрған проблемалар мен міндеттердің кешенін қарастырады. Өңгіме болатын тағы бір жаһандық мәселе – трансұлттық қауіп пен халықаралық лаңкестік болып отыр. Венада өткен конференцияда да бұл тақырып көтерілген болатын. Бұл мәселенің маңыздылығын ашып көрсету үшін ЕҚЫҰ Астанада да, Валлетте де (Мальта) бір күнде, қатар жүрген конференциялар өткізді. Бірнеше күн бұрын Астанада Ұйымға мүше-мемлекеттердің сарапшылары лаңкестіктің алдын-алу мәселелері бойынша конференцияға қатысты. ЕҚЫҰ-ның қазіргі төрағасы Қанат Саудабаев өз сөзінде былай деді:

– Халықаралық лаңкестік ұлтқа, дінге, мекен-жайына, шекараға қарамайды. Лаңкестікке қарсы тиімді саясат жүргізу әскери-саяси, экономикалық-экологиялық және гуманитарлық бағыттарды қамтитын шаралар кешенін қолдануды талап етеді. Міне, сондықтан да ЕҚЫҰ-ның қауіпсіздік мәселесіне байланысты концепциясы практикалық толықтырулар мен біздің ортақ іс-

әрекетіміздің дамуын қажет етіп отыр. Қауіпсіздік қатерлерінің алдын-алу мақсатында Қазақстан ЕҚЫҰ-ның төрағасы ретінде Ұйымның дағдарыстық жағдайларды реттестірудегі қуатын арттырудың маңыздылығына баса мән береді. Мұндай қадам ЕҚЫҰ-ның Қырғызстандағы дағдарыстық жағдайға қатысты қатынасын қарастыруда өзін-өзі ақтады, аталған елде ұзақ уақытты тәртіпсіздіктерді экстремистік және лаңкестік топтар пайдаланып кетуі әбден мүмкін болатын. ЕҚЫҰ Қырғызстанға қиын-қыстау кезеңнен өту кезіндегі қолдау көрсетуін әлі де болса жалғастырып келеді.

Сонымен бірге Валлеттеде ЕҚЫҰ-ның жерортатеңіздік әріптестерімен бірлесіп өткізген конференциясы болып өтті. Мальтаның сыртқы істер министрі Тонио Борг ЕҚЫҰ жауапты аймақта күннен-күнге күрделі қиындықтардың көбейіп келе жатқандығын айтып, олардың көпшілігінің ұлтаралық немесе трансұлттық екенін атап кетті:

– Бұл – қару-жарақ, адам, есірткі саудасы, заңсыз көшіп-қону, лаңкестік, шыдамсыздық, дұрыс басқарудың жолға қойылмауы, энергетикалық жетіспеушілік немесе оған қол жеткізу алмаудың салдарынан туындаған кедейлік пен теңсіздік, қауіпсіздікке төнген қатер, - деді ол.

Шынымен де ЕҚЫҰ енді құрылып жатқан кездегі қауіп-қатер бүгінгі күні өз өзектілігін жоғалтып отыр. Оның есесіне жаңа кедергілер туындады, ал оларға қарсы күресу жолдары енді қарастырылуда. Бірақ, бұл шаралар кешігіп қалған тәрізді.

Ал Қазақстан болса әлсіз тұстарды дәл атап көрсетіп берді. Жекелеп алғанда біздің ел 1992 жылы аймақтағы қауіпсіздікті қамтамасыз ету мақсатында азиаттық мемлекеттердің қарым-қатынасын нығайтатын Азиядағы өзара ықпалдастық пен сенім шаралары жөніндегі кеңес (АӨЫСШК) құруды ұсынды. 2002 жылы өткен АӨЫСШК-нің алғашқы саммитінде-ақ Алматы актісі мен лаңкестікті жою және өркениет арасындағы диалогқа қолдау білдіру туралы Декларацияға қол қойылды.

Осы мәселелер Қазақстан қатысқан өзге де аймақтық бастамаларда көтерілді: ол Шанхай Ынтымақтастық Ұйымы және Ұжымдық қауіпсіздік бойынша Ұйымдық Келісім. Ал бүгін Қазақстан мойындалған аймақтық көшбасшы және ЕҚЫҰ төрағасы ретінде кең көлемде жұмыстар атқаруда. Мысалы, біздің мемлекет лаңкестікке және есірткі саудасына қарсы бірнеше жобаға демеуші болды, шекараны бекітуге, Ауғанстандағы жағдайды тұрақтандыру әрекеттеріне қатысты.

Нұрсұлтан Назарбаевтың «Сындарлы он жыл» атты еңбегінде аймақтық және жаһандық сипаттағы қарқынды түрде дамып келе жатқан жаңа қауіп түрлеріне айтарлықтай орын бөлінген. Кітаптың тарауларының бірі «Белгісіз бедерлі белдем» деп аталады. Бұл тарауда Орта Азия мемлекеттерінің көпшілігіне қауіп төндіріп отырған есірткі бизнесінің жаһандық проблемалары ашып көрсетілген. «Лаңкестік, сепаратизм, экстремизм – бұл соғыс. Басқа кез-келген соғыс секілді, мұнда да біз – лаңкестікке қарсы коалицияның мүшелері мен ерікті мемлекеттер қару қолданбай тұра ал-

маймыз. Алайда, лаңкестікті біржолата жойып жіберу мүмкін емес, ол үшін байлар мен кедейлерді теңестіру керек, бейбітшілік туралы декларация мен жер шарындағы миллиондаған адамды тәуелді қылатын және үлкен табыс әкелетін қару саудасын, есірткі тасымалдауды, геосаяси амбицияларды, халықтар мен мемлекеттерге зиян әкелетін эгоистік мүддемізді де жоюымыз қажет. Алайда қандай бір керемет қару болмасын, ол бұл жерде әлсіздігін танытады, себебі елдер мен халықтарды лаңкестікке қарсы күрес деген желеумен тас дәуіріне қайта апарудамыз, осылайша «лаңкестік» түсінігінің аман қалуына себепші болып отырмыз. «Халықаралық лаңкестік» дегеніміз - өз бетінше пайда болған құбылыс емес, ол мұзтаудың су бетіне шыққан бөлігі ғана. Біз лаңкестікті түбімен қосып, құртып жібере алмаспыз. Бір айтарлықтай көрнекті мысал келтіре кетсем, осыдан он жыл бұрын БҰҰ Ассамблеясында мен БҰҰ-на мүше-мемлекеттерге келесідей қарапайым ғана ұсыныс тастадым: келіңіздер, күш біріктіріп, ерікті қадамға барайық, дағдарыстық аймақтардағы және дамушы мемлекеттердегі мәселелерді шешуге елдеріміздің әскери бюджетінің бір пайызын бөліп берейік. Мұндай қадам қарама-қайшылықтарды реттеуге және бірқатар қарсылықтар мен туындаған жанжалды мәселелерді шешуге көмектесер еді. Сол кездің өзінде жаһандандудың айқын біліне бастаған белгілері мен әлемнің «полярлы» тұрғыда бір қалыпқа тоқтамауы, осы себептердің салдарынан туындайтын қатердің бетін ашып көрсетті. Бірақ, қазақтарда «Қауіп дабыры естілгенде адам керек болады, ал оның көлеңкесі түскенде – адам көзінен айрылады» деген сөз бар. Екіжақты және жақсылықты көздеген бастамаға шақыруды тыңдар құлақ болмады...», - дейді автор кітабында.

Бұл мәселенің көлемін жеткізу үшін қосымша статистика бере кетсек. MIPT Terrorism Knowledge Base мәліметтеріне қарағанда әлемдік масштабтағы лаңкестік әрекеттердің саны өскен. 2000 жылдан 2006 жылға дейінгі аралықта тіркелген лаңкестік актілердің жалпы саны 14 934 (117 ел). 2009 жылы әлемнің 83 елінде 11 000 лаңкестік әрекет орын алды, олардың нәтижесінде 15 700 адам қаза тапты. 2009 жылы лаңкестік әрекеттер саны 6 пайызға кеміген, алайда актілер салдарынан қаза тапқандар саны шамамен 5 пайызға өскен...

«МЕГАПОЛИС» ГАЗЕТИ

20 шілде 2009 жыл

**«Сен Құдаймен сөйлессең, ол – дұға,
ал Құдай сенімен сөйлессе, ол – шизофрения»**

Өзіндік «Менін» жоғалту, көшбасшыға көзсіз табыну, қоғамнан бөлектену, шизофрения және басқа да көптеген құбылыстар дәстүрлі емес діндер соңынан ерушілердің психикасына әсер ету арқылы пайда болады.

Редакциямызға тараздық Степановтар туралы (фамилия өзгертілді) өзгеше әңгімесі бар әйел адам хабарласты. Әдетте отбасы мүшесі сектанттардың шырғауына түссе, оған өз күшімен немесе психологтардың көмегімен

қолдау көрсетуге тырысады. Бірақ көп жағдайда құқыққорғау органдырына жүгіне бермейді. Тіпті жүгінген күннің өзінде кінәлілердің жауапқа тартыла қоятыны неғайбыл.

Бұдан бірнеше жыл бұрын Степановтардың кәмелетке толмаған қызы Бішкектегі әпкесіне қонаққа барады. Сол жерде ең алғаш рет «Благодать» евангелие-христиан миссионерлік орталығына» кіріп көреді. Таразға оралған соң, ол «Благодать» шіркеуінің жергілікті филиалына бас сұғуын жиілетеді. Әу баста қыздың ата-анасы бұған үлкен мән бере қоймайды. Ең бастысы ішпесе, темекі тартпаса, есірткі қолданбаса болды. Алайда уақыт өте келе қызбаланың ата-анасымен қарым-қатынасы алшақтай бастайды, жаңа кірген дінінен қатысы жоқ дүниелерге деген қызығушылығы төмендейді.

Аталған діни бірлестіктің пасторы Данияр Алибаевты іс-әрекеттерінде қылмыстық құрам болмағандықтан қылмыстық жауапкершілікке тарту мүмкін болмады. Алайда, кешенді тұрақты сот психологиялық-психиатриялық сараптамасының қорытындысына сәйкес, қыз балада психопатиялыққа тән типтегі мінездің акцентуациясы салдарынан туындаған обсессивті-компульсивті бұзылу белгілері байқалған.

Мамандардың айтуынша, «Благодать» евангелие-христиан миссионерлік орталығы» діни бірлестігінде қыз балаға қатысты психологиялық қысымның келесі түрлері қолданылған: НЛБ (шіркеуге тарту, діни салттармен өткен топтық сеанстар), суггесия (сендіру), жас ерекшелігін пайдалану (сыйлықтар жасау, ойындар ойнату, ән айту, тегін түскі ас). Бұлардың бәрі ата-анасына қарсы шығуға, тұйықталуға, діни ой-пікірінің қалыптасуына, көңіл күйінің аяқ асты өзгеруіне, гипертермия әсерінен галлюцинацияға дейінгі қысқа уақытты көру психикалық эпизодқа, жою синдромымен обсессивті-компульсивті бұзылу белгілерінің қалыптасуына әкеліп соққан. Дінге жаңа сенушілерді тарту қиын емес, оларды сол жерде ұстап қалу, бағындыру, шынайы өмірден ажыратып алу қиын. Пайғамбар атын жамылушылар пайдаланатын көптеген әдіс-тәсілдер бар. Мысалы, ер адамдарды сектаға тарту қиын, алайда олар белгілі бір дінге кіріп жатса, ой-пірінен айныту да қиын. Ал әйел адамдарды үгітке көндіру оңай болса, ұстап қалу қиынға соғады.

Махаббат жауыны

Отандық психиаторлар мен психологтардың арасында секта маманы болмағандықтан, ресейлік ақпарат көзіне – Ф.В.Кондратьевке жүгінуге тура келді, бұл еңбек «Современные культовые новообразования («секты»), как психолого-психиатрическая проблема» деп аталады:

– Дінге сенетіндердің тобының арасына келген жаңа адам ерекше қарым-қатынасқа ие болады, оған топтық психологиялық ықпал жүреді, яғни «махаббат жауыны» болды – жаңа адамға барлығы оң қарайды. Бұл күдік-күмәнді жойып, «жаңа отбасына» деген сенім туғызады. Жылы қарым-

қатынас туғызу үшін ойындар ойналады, ән айтылады, адамдар бір-бірімен құшақтасып, мақтаулар айтады. Нәтижесінде жаңадан келген адам өз ортасына тап болғандай сезініп, өзін жақсы сезінеді. Топ оны назарынан бірде-бір минутқа тыс қалдырмайды. Мысалы, Сан Мен Мунның «Бірыңғай шіркеуінде» «сандвич» деп аталатын процедура бар, ол бойынша жаңадан келген адам өзіне қойылған екі тәжірибелі адептің жанына шықпайды, соңғылар онымен қарым-қатынасқа түсуге «құлшынып» тұрады, оны діни топқа тарта түседі.

Бұдан кейін «жаңа» адамның санасына секта ілімінің ақиқатығы жайлы идеяны енгізе бастайды. Сонымен қатар жалпы қоғамда қалыптасқан ой-пікірлерге деген қарсылық туғызуға тырысады, оны қоғамнан аулақтануға үгіттейді. Яғни жаңа өмірдің ескі өмірге деген қарсылығы жүреді.

Жаңадан келушінің санасына «ақиқат» дінді әбден сіңіру үшін сектанттар оның өзіне арналған уақытын шектеуге тырысады. Сонымен қатар әлсіздік сезімін туғызуға тырысып, өздерін қолдау көрсетуші адам ретінде ұсынады. Уақыт өте келе жаңа ережелерді, салттарды игеру жүреді. Осы мақсатта жаңа адамды медитация жасауға үйретеді, қайталана беретін іс-әрекеттер жасатады, ол өз кезегінде жалған сезімдер туғызады. Көптеген секталардың тәжірибесінде гипноздау кездеседі, оның арасында нейролингвистикалық бағдарламалау да бар, яғни түсініксіздеу тіл арқылы дін негіздерімен адамның санасын улап, оны бұрынғы өмірінен ажыратып алуға тырысады. Осының бәрінің нәтижесінде шырғаға ұшырағандардың тұлғалық сипаты өзгеріске ұшырайды, психологиялық өзгерістер пайда болады, кейбір адамдар әу бастан-ақ психикалық ауытқуларға ұшырауы мүмкін.

Сектаға тартудың маңызды шарты – адамның өзіндік «Менін» жоғалтуы, ерік-жігерінен айрылуы.

Бұдан кейін кезеңде жаңа діннің басшылары дін мүшелерінің есін жиғызбауға тырысады. Күәгерлердің сөзіне қарағанда бұл үзіліссіз жасалынатын дұғалармен, ашығумен (мұны, сектанттар денсаулықты нығайту мен рухты жетілдіру үшін қажет деп түсіндіріледі, сонымен қатар ол міндетті нәрсе), ұйқыны қандырмаумен (рухани жаттығулар үшін делінеді), тәндік және ақпараттық оқшауланумен қатар жүреді.

Бұдан кейін тартылған адамға кінә, қорқыныш сезімдерін ұялату кезеңі жүреді. Оның жеке проблемаларын көтеріп, өткен өмірін қозғау процестері жүреді, жазалау мен мақтау қатар жүреді, оның сеніміне кіріп, құпиясын білу арқылы жаңадан енген адамды бақылап, өз ыңғайына жығуға тырысады.

Психологиялық өңдеу барысында ажаңдан келген адам сектадан шығу туралы әңгіме айтпақ тұрсын, оның іліміне қандай да бір күмән айтуға тырыспайды.

Тұлғаның өзгеруі сектаға кіргендерді сын айту қабілетінен айырып, өздерінің жағдайына басқаша тұрғыдан қарауға мүмкіндік бермейді.

Жаһандық әлеуметтік проблемлар барысында адам үшін есірткінің кесірінен адам жоғалту қиын ба, әлде қоғам, отбасы, мемлекет мүддесіне қарсы сектаның қаржылық жағдайын арттыратын робот-сектантпен қалу қиын – мұны ажыратып айту қиын.

Көмек болмай ма?

Проблема тек сектанттармен ғана шектеліп қалмауда, елде осындай ағымдардың жетегінде кеткен жандарға қол ұшын созатын мамандар жоқ. «Перспектива» ҚҰ-ның жетекшісі, психолог Ажар Дәулетаеваның пікірен қарағанда, қоғам мамандармен байланысқа шығу деңгейіне әлі жеткен жоқ. Адамдардың көбі қиындықтар туындағанда өзімен-өзі болғанды қалайды, олардың дәстүрлі емес дін құшағында кету қаупі өте жоғары. Мұндай діннің шырмауында қалғандарға қолдау көрсететін, оларды қабылдап алатын, арнайы мекемелер мен мамандар да жеткіліксіз.

Осындай пікірді халықаралық деңгейдегі жаттықтырушы, психолог Виктор Гребенников та айтып отыр: - Секталар – кесіп алып тастау керек қатерлі ісік. Алайда мемлекет психология, психотерапия, дағдарыс орталықтары секілді қажетті ғылыми институттарды ашпай отырса, адамдарда мәдениет қайдан дамысын. Бізде мамандар аз, оларға қол жеткізу қиын, бұл сиқыршылардың, сектанттардың және өзге де көз бояушылардың мүмкіндігінің жоғары екендігін білдіреді», - дейді ол.

Мемлекеттік тапсырыс: болжам

Мемлекеттің БАҚ-на берілетін мемлекеттік тапсырысты құрал ретінде пайдаланудан бас тартпайтын түрі бар, биліктің ойынша қоғамға осындай жолмен өзекті және маңызды тақырыптар ұсынылып отыр. Сонымен қатар, мемлекеттік тапсырысты билікпен пікірі бір редакциялардың да қолдайтыны белгілі.

Мемлекеттік тапсырыстың мемлекеттік емес БАҚ-на деген ықпалы да өсуі мүмкін, бұл өз кезегінде басылымның менеджментінің төмендеуіне әкеліп соғады, себебі ол бюджеттен бөлінетін қаржыға ғана сүйеніп, өз бетінше жарнама берушілерді тартуға тырыспайды. Егер осы күнге дейін БАҚ оқырмандардың мүддесінен көп жағдайда шыға алмай келсе, бүгінгі күні бұл тенденция тіпті де өсу қарқынына ие. Бірте-бірте Қазақстанның көптеген масс-медиясы тапсырыс берушінің ғана (бұл жағдайда мемлекеттің) мүддесінен шығатын тақырыптар тізімін беру арқылы өздеріне деген қызығушылықты төмендетіп алу қаупі бар.

Қажетті шаралар қабылданбаған жағдайда мемлекеттік тапсырыстың ашықтығы да артпайды. Қазіргі жағдайға қарағанда, мемлекеттік органдар да, редакциялардың өздері де мемлекеттік тапсырыс жайлы толық ақпарат беруге ұмтылмайтын сияқты. Ал тапсырыс жайлы ақпараттың формальді түрде берілуі оған қоғамның қол жеткізе алмауын туғызып отыр. Бұл оқырмандардың БАҚ-на деген сеніміне сызат түсіреді және мемлекеттік тапсырыстың негізгі мақсаттары жайлы мәселені шешімсіз қалдырады.

Сонымен қатар елде мемлекеттік тапсырыс саласына жүргізілетін қоғамның бақылауы іс жүзінде қалыптаспаған. Тапсырыс алушы және тапсырыстың көлемі туралы ақпаратты толықтай жариялауды медиа ұйымдар ғана қолдап отыр, ал құқықорғау институттары, саяси партиялар, өзге де қоғамдық институттар мемлекеттік тапсырыстың ашықтығына, қоғам бақылауында болуына байланысты қандай да бір қызығушылықтарын білдірер емес.

Қалыптасқан жағдайды мемлекеттік тапсырыстың жетілуіне жауапты мемлекеттік органдардың, дәлірек айтсақ республика үкіметінің, ақпарат және байланыс министрлігінің жетекшілерінің өзгерістер енгізуі, олардың саяси ерік-жігері өзгертуі мүмкін. Мемлекеттік тапсырысты алатындардан бастап жалпы халыққа оң ықпалын тигізуге қызмет ететін мемлекеттік тапсырыстың ашықтығын билік жетілдіреді, саяси ерік-жігерін көрсете алады деген үміт жоқ емес.

Ұсыныстар

МЕМЛЕКЕТТІК ОРГАНДАРҒА

- Қаражатты бөлуге бақылау орнату үшін және мемлекеттік тапсырысты тарату мысалы ретінде жекелеген өтініштерді қарастыру үшін ақпарат және байланыс министрлігінің жанынан БАҚ-дағы мемлекеттік тапсырысқа бақылау бойынша қоғамдық кеңес құру. Кеңеске БАҚ, медиа ұйымдар өкілдерін, парламент депутаттарын шақыру;
- Мемлекеттік тапсырыс аясында қаражат алуға үміт білдіргендердің өтінішін қарастыратын комиссия отырысын қоғам өкілдері – медиа ұйымдар, саяси партиялар, өзге де қоғамдық институттарсыз өткізбеу;
- БАҚ-на мемлекеттік тапсырыс беретін мемлекеттік органдардың сайтында екіжақты келісімдер жайлы ақпарат орналасқан арнайы бөлімдер беру;
- Мемлекеттік тапсырыс аясында бөлінген қаражаттың тиімді түрде жұмсалыуына талдау жасап, оны жариялау.

БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНА

- Арнайы хабарландырулар арқылы мемлекеттік тапсырыс аясында қаржы алып отырғандығы жайлы ақпарат беру және тапсырыспен жарияланған материалдарды белгімен көрсетіп отыру.

ҮКІМЕТТІК ЕМЕС ҰЙЫМДАРҒА

- Мемлекеттік тапсырысқа жүргізілетін қоғамдық бақылауды, оның тиімділігін талқыға салу, мемлекеттік органдардан мемлекеттік тапсырыс аясындағы қаражатты талқылауға қоғамды қатыстыруды талап ету арқылы күшейту;
- Мемлекеттік тапсырыстың тиімділігі мен мақсаттылығы бойынша зерттеулер мен талдаулар жүргізу, олардың нәтижесін мемлекеттік органдарға, БАҚ-на және қоғамға жариялап отыру.

MediaNet халықаралық журналистика орталығы «Қазақстан БАҚ-дағы мемлекеттік тапсырысқа жүргізілген мониторинг» жобасының аясындағы зерттеуге қатысқан барлық редакторларға, журналистерге, медиа ұйымдар өкілдеріне өз алғысын білдіреді.

**GOVERNMENT PURCHASES ON THE
MEDIA MARKET OF KAZAKHSTAN.
IS IT GOOD OR NOT?**

INTRODUCTION

The issues related to how the government purchase policy affects the mass media of Kazakhstan have not been widely covered and researched in recent few years, although the government purchases have been gradually changing into more powerful tool of supporting the mass media of the country. At a time of economic crisis during last few years, many media outlets – including those who had not previously claimed for the government support – started to compete for getting government purchase orders.

Such type of financing has played positive role for many media outlets in different regions of the country, as well as for specialized media with small circulation. In many ways the government purchases have become a useful tool to support mass media that are published in Kazakh language and have problems with selling advertising space.

At the same time, through its purchase policy the government has been reinforcing its influence on the mass media. Right after this tool was introduced, many researchers claimed that it would be used to prevent non-governmental media outlets from criticizing the official authorities at risk of losing government contracts for financing.

The results of the survey, conducted in 2010 within the framework of the Project “Monitoring of Government Purchases on Media Market of Kazakhstan”, showed that the opponents of this issue were right about many things. The purchase policy is still not transparent enough; the true objectives of the tenders that the government bodies conduct are often not clear; many private media outlets have almost stopped to develop their own management policy, relying only on the purchases made by the government.

Moreover, this has caused the high development of self-censorship among the mass media of Kazakhstan. Editors and journalists are afraid of writing and publishing “too shooting” reports, afraid they could fail to get the contracts with the government in the future.

This analytical brochure includes information about tendencies in the field of the government purchases, opinions by the editors and journalists who were questioned within the survey, and presents general view of what the today purchase policy of Kazakh government is.

On starting this project, the team of the “MediaNet” International Center for Journalism supposed that its implementation would cause the government to change its policy in regard to allocation of funds when making purchases, as well as motivate the media outlets and government bodies to be more transparent when using these funds.

This brochure contains three sets of recommendations, addressed to the government bodies, mass media and non-governmental organizations. All of them are aimed at making the system of the government purchases on the media market more transparent.

GOVERNMENT PURCHASES IN 2009/2010

Regarding the information policy, the year 2009 was marked with wide spread of government purchases in the mass media of Kazakhstan.

According to different sources, up to 50 % of all Kazakh media were dealing with the government purchases in 2009. At the same time, the fields covered by the purchases were different. For instance, the Ministry of Internal Affairs of the country spent 4.4 million tenge on buying the production of TV program about the activity of the law enforcement bodies in the country.

In 2009 the Ministry of Foreign Affairs (MFA) of Kazakhstan allocated 486 million tenge to purchase “the services on implementing information and promotion campaigns in mass media of Russia and CIS”. These funds were allotted among PR agencies, which then bought articles about Kazakhstan in media outlets. 403 million tenge were spent by the MFA to buy “services on implementing information and promotion campaigns in the global and regional mass media”. Finally, the government spent 140 million tenge to provide publicity of foreign policy in the Kazakhstani mass media. Another 837 million were assigned to the embassies of the country abroad for the purposes of “information and promotion activities”.

The government had large-scale purchases in the regions of Kazakhstan. The amounts of the government purchases varied, but every region spent near 100 million tenge on the purchases in the field of information policy. Thus, mass media received at least 1.6 billion tenge from the administrations of the regions, capital and city of republic status.

The main agency - responsible for allocating funds under the government purchase policy in mass media in 2009 – was the Ministry of Culture and Information. Last year the Ministry made purchases of 2.2 billion tenge regarding the aims of information policy. It conducted several tours of tenders among mass media, most of which were republic ones. 1.9 billion tenge were spent for the purposes of implementing the government information policy through newspapers and magazines, and 0.3 billion – through electronic mass media.

At the same times, among the contractors were not only government-backed media (national and regional) but also private outlets. The largest amounts of the government purchases in the field of the information policy were received by the state run mass media – newspapers “Kazakhstanskaya Pravda” and “Egemen Kazakhstan” (each of them got near 2 million US dollars), and “Khabar” and “Kazakhstan” TV channels. As for the non-governmental media outlets, such newspapers as “Express K”, “Central Asia Monitor”, “Vremya” and several others were the ones to win large funds under the government purchase contracts.

The official statistics says that in 2010 the amounts of the government purchases didn't change on the national level. At the same time, in regions the corresponding amounts had 10-15 % increase at least, and in some regions this figure was even higher.

However, according to the data provided by the Ministry of Information and Communications – which became responsible for allocation of government purchases after the reformation of the Ministry of Culture and Information – the list of the contractors has remained the same. This information allows drawing two ideas: either the government bodies are totally satisfied with the way their contractors covered the issues last year, or before the tenders were opened the Ministry had initially decided who would receive the contracts.

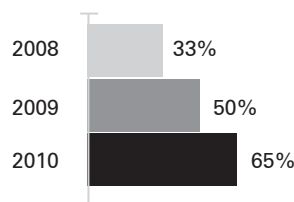
These ideas can be implicitly inferred from the results of the government tenders, published on the web-site of the Ministry of Information and Communications. For example, several tenders in a row have the same participants, among which are the state-run “Kazakhstanskaya Pravda” and “Liter” newspaper controlled by the leading party “Nur Otan”. By turn they were winning several tenders. Similar data is provided on the web-site of the Ministry of Foreign Affairs of Kazakhstan.

The regions of the country also have the situation when the same media outlets, with few exceptions, become the winners of tenders for the government buying. In many occasions the government institutions have their own favorite media that get the contracts due to stronger relationships with the akimats (or local administrations), or separate departments, or certain officials.

Only several cases are known when the outlets tried to challenge the results of the tenders for the governments purchase contracts (in Kostanay and East Kazakhstan regions), but failed.

At the present moment, 70% of the mass media are already covered with the government purchase policy, the observers say. And this figure is most likely to increase in the future.

How the quantity of the government contractors among mass media changed in past three years¹



1. Provided on the basis of analysis of different information sources and speeches of officials.

TRANSPARENCY OF THE CONTRACTS

The government purchase policy on the media market is absolutely non-transparent. While publishing the information about its contracts with mass media, the government bodies put it together with the information about any other contractors they have. And this happens although the information about how much money a media outlet received from the government to publish articles for its benefit is certainly different from the information about how many pens the Ministry bought, for instance.

The lack of understanding how important it is to provide transparent information about the government contractors among mass media causes this information to be partly close or difficult to be researched.

During the recent years none of the ministries published the united list of the government contracts among mass media. In its list of 2009 the Ministry of Culture and Information didn't provide corresponding data about the amounts of the government purchases given to the mass media.

The regional akimats either don't publish full information about the mass media which win the government contracts, or provide only the names of corresponding media outlets without giving particular figures of the amounts or don't publish any names at all. The local administrations act the same way.

The government companies also often don't reveal complete data about the mass media to which they award contracts for information or advertising placement.

According to the media outlets, they find out about the media tenders for the government buying either from the web-sites of the government bodies – where such information is usually published – or from e-mailed announcements. None of the media outlets reported that they got information from particular official of some government body.

At the same time, there is only one national newspaper in Kazakhstan that publishes information about which articles are paid by the government. Its name is "Moskovskiy Komsomolets in Kazakhstan". Other media outlets prefer "to integrate such publications", without informing if they are paid from the state budget.

The authors of the survey think that such policy misguides the readers and viewers who don't perceive such publications, programs or TV reports as products ordered and purchased by some government institution.

Not all of the editors, questioned within the framework of the survey - agreed with the above stated point. But, the majority admitted that it would be right way to inform about which article or report is purchased by the government.

... *"Do we specify somehow which reports are issued under the contract with the government? No. We publish them as ordinary pieces. In case an article is written in really good and professional way, it will be hard*

to define where it comes from. Besides, there is a sort of stereotype: any information prepared under the government contract should praise somebody or something. This is not entirely true. In the reports we make for the government we often raise problem issues. Nevertheless from which source the article was paid, it's important for us to show the problem and find the way to solve it¹.

Under the government purchase contracts we sometimes have to publish reports of a head of some regional department of agricultural sector. Apparently, he or she will write only about achievements in his or her particular region. And owing to reports of journalists on some problematic issues, we try to preserve a balance. Otherwise, there won't be any difference between our outlet and some newspaper of an akimat².

"I think it would be honest to indicate that an article is issued under the contract with the government. It especially concerns the private TV broadcasting companies, because the national channels are financed by the government anyway. The viewers initially understand this. So, there is no cheating here³.

"While reading different kinds of print media, I would like to know which articles are published on the government funds. And it would be very good if there was some system to mark such materials. For example, a newspaper could indicate that an article was placed for the purposes of either publicity or partnership. From my opinion, such kind of attitude would be more honest towards the readers who, by the way, usually start to respect the outlet more for that⁴.

"We don't specify if the article is published under financing of the government, which is contrary to advertising materials paid by the commercial companies, for example. In spite of these materials being obviously similar, we don't mark the government paid ones. Because even working under the contract with the government, we try to turn such information into a news report or analytical easy-readable material, i.e. try to make it fit our format. Therefore, we don't think it's necessary to mark it with some special signs⁵.

Currently, it's almost impossible to identify which materials are purchased by the government. We could only assume that corresponding data is available to officials of profiled government departments, who receive narrative reports from the media outlets. This is actually the only way we could imagine how they monitor the publications.

Meanwhile, several departments assured they had been monitoring the reports financed by the government and preparing analysis of such publications. We failed to find this analysis in free access. The information was not provided even on the terms of confidentiality.

1. All of the interviews are provided on terms of anonymity. Within the survey 15 editors of Russian and Kazakh speaking mass media were interviewed.

TOPICAL ISSUES

The range of topics the government chooses to cover within its information policy is rather wide. At the same time, there are a number of topics that have been in high demand for several years. And they are most likely to stay the same in the future.

The key topics to be purchased by the government and then published are the state language policy, status of the state language, the history of language and culture. The state-run and private media outlets that get the government contracts cover these issues at most. There are also some popular clichés used to report on the language related issues: for example, publications about the Kazakh nationals of the Slav origin who can speak the state language. The contests for knowledge of the Kazakh language are always widely covered, with promoting the idea of how important it is to study it.

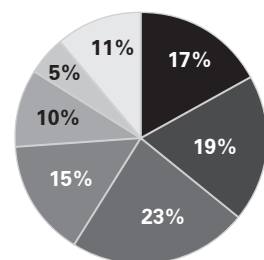
Also particular opinion is paid to the propaganda of Kazakh culture and history, especially in the Kazakh speaking mass media, where the share of such publications often exceeds the one third of total amount.

Among the other popular topics covered by the media, especially by the private outlets, is the Kazakhstan chairmanship in OSCE, development of democracy, forming of party system, security and defense. The media outlets often publish reviews of little-known experts in politics, who analyze development of political trends in Kazakhstan and other countries, indicating the negative lessons of the democratic development and highlighting the importance of “own way of development” for the country.

A separate topic for coverage is critics of the public organizations and so called non-traditional religious unions. Such materials are more often published by the regional mass media, rather than national ones. As a rule, a single article can be published in several newspapers at one time.

Finally, the topic that is permanently covered under financing of the government is the Message of the President towards the People of Kazakhstan. The content of the message changes every year, followed by the changes in publications. But overall, their context as well as approach to their creation are always the same: “the message shows us the way for development”, “the message is the main program document of the year”. The points of the message are explained to the officials who then publish their own articles and analytical reports. Discussion of the message and successful results of its implementation are included into the column “Behind the message lines”, which is present in the majority of the national media, as well as in the private outlets (under other headlines, though).

Range of topics covered under the government purchase policy¹.



- Message of the President
- Work of government bodies
- Language policy
- Culture and history
- Topical issues
- Combating corruption
- Other

1. On the basis of monitoring of the government tenders.

GOVERNMENT PURCHASES - IS IT GOOD OR NOT? WHAT THE EDITORS THINK

From 50 to 70 percent of private mass media are awarded with the government purchase contracts in Kazakhstan, different sources say.

The editors are deeply concerned about the sharp decrease in number of the advertisers. So, they consider the government purchases as one of few opportunities to cover their expenses. The working conditions are especially tough for the mass media of the regions – where it is more difficult to attract advertisers. Moreover, the government purchases play important role for the Kazakh speaking mass media that also have difficulties to get profits from advertising.

Regarding this, the editors (questioned within the monitoring of situation in the field of the government purchases) indicated that such contracts have positive results for many mass media of the country.

“Generally speaking, I think it’s not bad that other media outlets get funds from the government, while the government should support the business enterprises, including media. It’s vital for the Kazakh speaking press, especially if the government really wants Kazakh language to take its own place in the life of the population of the country. Precisely for these purposes, we do need the Kazakh speaking TV channels and press”.

“Today we have the situation when those media that survive due to advertising can be counted on fingers. And anyway they are financed by a person, or some large corporation, or an association of corporations. Sales and subscription are not the only sources of income for mass media. In other cases the government purchases are the way for them to survive. Because if there are no funds, it’s obvious there are no money to pay to journalists, designers, layout makers and etc. And you also should pay rent, connection and so on. Thus, if an outlet has no permanent big advertisers, own sponsor, government purchase contract, it would close shortly. So, the mass media try to get those contracts. Those of them who say they don’t work with the funds received from the government – are not completely honest, to speak frankly”.

“...The government purchases have good impact. We are not China or any other country that influences the minds of its population by means of mass media. From my opinion, in our conditions, the materials paid by the government don’t cause the minds of people to be distorted. They are not a method of extreme impact on public opinion. On the other hand, the government purchases are sometimes perhaps the only source of financing to help mass media to survive and keep straight. Bad thing is that today we have only government purchases, while the amounts of commercial advertising have dropped dramatically. In most of the cases if some large companies give funds to some mass media, it means that these media are affiliated with these companies”.

“The question of the government purchases on the media market is quiet contradictory. On one hand, the government interest is involved.

On the other hand, the thing is about the interest of a reader. And these interests more often don't match. The topics the government wants to cover under its contracts with the media are often not interesting to the readers. Besides, the journalists themselves face difficulties when working with materials under such contracts, as there is always certain amount to write and sometimes there is no newsbreak at all. As a result, the quality of the final product suffers, followed by negative perception of the reader. If a media outlet publishes such material many times, a reader could simply lose his credit".

At the same time, the majority of editors working in media that get paid from the government also notes that the purchases often become a tool of pressure on the mass media, as the government waits for favorable and loyal coverage of the official policy in return of the contracts.

"In conditions of the economic crisis it happened so that only the government had funds to provide. That was a time when the role of the government purchases became essentially important. Such contracts can't be called censorship. But when the media outlet uses funds provided by the government, it starts to look at some things differently and cover them correspondingly".

"As a rule, the government financing supposes active involvement of the body (which awards the contract) into the process of creating the paid materials. Often these are the "requests" about how it should be revealed here and what is better to emphasize "there". But such kind of pressure was made only regarding the paid material and not the outlet in general".

"...Through its contract the government can purchase the loyalty of some mass media. Everything can be sold and bought here, even the conscience. However, there are many good examples. For instance, when the government financed 'Zona.kz' web portal to develop the column "Let's speak Kazakh", its power concerned only this particular content. I think that this is good example of partnership relations between a media source and the government body that makes a purchase".

"Cooperation on commercial basis poses limits on the editorial policy, as the media outlet initially tries not to spoil relations with such potential financing sources as advertisers or the government. This is the moment when so-called self-censorship – or self-limitation in publishing a particular material - reveals itself. For example, we cooperate with the department A. And we receive some report or comment which criticizes the work of this department A. We will most likely avoid publishing such kind of material or try to reflect the opinion of the department itself. Although we always try to do the latter, but in this particular case we will provide maximum comments by this department A".

"Of course a media outlet will always get interference into its policy in case the government purchases materials there. Often the pressure

I. Seytkazy Mataev said during the press conference on September 10, 2010, Almaty

reveals through telephone calls and some recommendations. I want to mention here that you can actually negotiate with the government about changing or specifying topics and material amounts in case of proper reasoning. Surely, we can't refuse of the responsibilities we take when winning the tender. But we can modify the situation; improve it from the journalist point. We had many cases when we managed to reach compromise with the administration of the President and other government bodies".

Those media outlets that refuse of the government purchases are in first place afraid of falling under control of the government as a client.

"The government, as well as the majority of advertisers, expects that after receiving its funds the press will write about the activity of its bodies only in GOOD way. We almost have no such thing as INDEPENDENT MASS MEDIA. Independence means opposite. Other media are controlled by the government without any purchase contracts - through editorial boards and owners. So, if an outlet gets the contract, it automatically and legally becomes dependent from the government".

Overall, the majority of the editors think the government purchases to be a contradictive phenomenon, which can't be considered as "good" for the Kazakhstani journalism at once. At the same time, the editors indicate that the government purchases play important role for the regional and Kazakh speaking mass media, as well as for the purposes of popularizing such topical issues as studying of the state language, for example.

However, the editors are sure that the system of funds allocated by the government needs reformation and improvement. It should be more transparent in order to prevent the government from attempting to put pressure and control over the mass media.

IMPACT OF THE GOVERNMENT PURCHASE POLICY ON THE KAZAKHSTANI JOURNALISM. WHAT THE JOURNALISTS THINK

The Kazakhstani journalists have the same opinion about the government purchases as the editors do. They think it's far from being perfect and often damages the development of the mass media of the country. At the same time, many of them admit that under certain conditions the government purchases could play positive rather than negative role for the mass media.

"Considering the poor condition of media outlets, any financing is helpful. The level of pressure by a client – in this case it's the government – depends from the amount of money it spends. If the government is the only investor for the outlet, the latter can't be considered as an independent one. If the outlet wins a tender, the government doesn't have considerable impact on it then".

"...It's excellent that the government provides financial support. But, I also think that it should not meddle into the editorial policy in this case. You give the money and forget it. Yes, it sounds impudently. But it's really the way to develop independent mass media and media market on the whole. It's ridiculous how media outlets are financed in our country. There is no way to speak about their independence".

"There is the government press – related to the parties – that is financed from the budget anyway. So, why don't they buy all materials there? For a private outlet, receiving the government order can hit its image significantly. There is a threat that the outlet will thus lose its independence or be ready to limit the latter in favor of making profit.

In this regard, claims can be made against "Vremya" newspapers, for instance. The best support the government can provide is to avoid cutting into the policy of the outlet and its relations with advertisers".

The journalists who prepared materials purchased by the government mentioned that they didn't suffer some pressure from behalf of the officials. On the other hand, they confessed of using self-censorship. Those who have never wrote reports paid by the government agreed there is high risk of the government control in regard to this.

"I had to write such kind of materials, but I didn't suffer from pressure at those moments. The problem is that these materials often reflect sophisticated information. Roughly speaking, the government-paid articles provide information dragged in out of nothing".

"If I work on the material purchased by the government, the pressure from the client's side will be serious. There will be exact instructions of how to write and non-flexible approach to any editing".

"Even when you write any other paid material, there will be limits in format and size. However, as for the government buying, the experience of my friends shows there are limits in presenting the material (most probably, one point of view will be presented, while other point or points of non-interested side will be ignored or simply deleted)".

In general, the Kazakhstani reports stand for more transparency concerning the government purchases and higher public control that could remove doubts about how objective the mass media are when placing the materials paid by the government.

1. All of the interviews with journalists are provided on terms of anonymity. 15 journalists were questioned within the survey.

MOODS OF THE PUBLICATIONS

In most cases, the moods of different publications purchased by the government are the same – positive towards the policy conducted by the government bodies. As a rule, such publications describe the achievements of the country in some fields, and successful activities of separate government institutions. There are also cases of criticizing those who are considered as the opponents of the official authorities. They are opposition parties, governments of some democratic countries, public organizations and so called non-traditional religious unions.

A part of publications can be characterized as neutral or polemical. Such materials are often published by private newspapers that try to make them go in line with the general editorial policy.

The government bodies assure they don't control the content of the publications they purchase in media outlets. According to them, mass media act on their own when developing such materials.

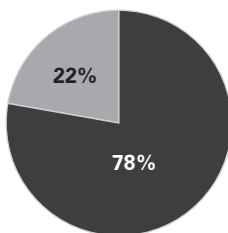
The representatives of state-backed and private media – that constantly receive the government contracts – provide opposite information. Thus, an editor of the private outlet, with its head office in Astana, who preferred to stay anonymous, informed that all of the materials paid by the government should be approved by the responsible bodies. For this particular outlet it is the Division of Internal Policy of the Astana Akimat and the Ministry of Information and Communications. The editor also mentioned that the materials were often considerably edited.

Similar information was provided by a journalist of the national media outlet, who prepared at least 10 government-paid publications in 2009 and 2010. According to him, "all of them were approved in the cabinets of top officials". The journalist didn't name the authorized departments which had censored his articles, explaining his editor was in charge of getting the approval.

Summing it up, in many cases the government purchases introduced censorship in Kazakhstan, when publications should be approved by the government bodies and can be significantly modified afterwards.

The introduction of the government financing system has also enlarged the practice of self-censorship among the media outlets that get funds from the government. Mass media are afraid to prepare shooting publications that criticize regional and republican authorities, which can cause the government to refuse of funding for different reasons in the future. The government purchases have become a tool of imposing pressure and limits on the mass media. Among the reasons for that was the fact that in recent years many media outlets got under financial dependence from the government while they had lost advertisers within the economic crisis. And the government-paid materials have become one of the few financing sources.

**Moods of publications
in regard to the state
activities**



- Positive
- Neutral

TYPICAL EXAMPLES

As the dominating majority of the media outlets don't indicate that the materials are published upon the purchase order of the government, the authors of the survey had to base on assumptions. On choosing a publication, the survey authors admitted it could be an example of the material paid by the government. The authors also paid attention at the mood of the publications, their style and topic.

"MOSKOVSKY KOMSOMOLETS IN KAZAKHSTAN" NEWSPAPER

August 25, 2010

OSCE. Yesterday, today and tomorrow¹.

Today the abbreviation of OSCE has already become a buzz word. Anyone can tell the full name of organization and even explain that now Kazakhstan is a chair nation there. But not everyone can tell when the organization appeared, what it deals with and where the member countries can come under the guidance of this regional structure with a sounding name of the Organization for Security and Cooperation in Europe (OSCE).

With the aim to increase awareness about this organization, on August 25 the seminar "OSCE: Yesterday, Today and Tomorrow" was held in Kokshetau within implementation of socially important project under the government financing – "Realization of the complex of activities for improving the awareness of the society about the actions of the Organization for Security and Cooperation in Europe". The event was organized by the "Focus Consulting Center" Public Foundation, Ministry of Culture of the Republic of Kazakhstan, under support of the Department of the Internal Policy of Akmola Region.

Within the framework of the seminar, the city community got acquainted with the foundation history of OSCE, its tasks and objectives nowadays, as well as development perspectives of the organization as an effective instrument of the regional security system.

Presently, when in the modern world all of the members of global dialogue face real problems and threats, the OSCE countries have also deep concerns about such challenges of the 21st century as terrorism, human traffic and climate changing. For this reason, the organization particularly aims at solving wide range of problems, including control over weapons, preventive diplomacy, strengthening of trust measures and security, human rights, elections observing, as well as ecological and economical security.

The seminar participants were informed about certain decisions taken by the OSCE in regard to security issues and the ways they are implemented on site. During the seminar they made special accent on the information about the Kazakhstani OSCE chairmanship and noted that this given opportunity is a matter of trust and recognition of our republic as important partner of the organization and the regional leader.

1. The editors indicated the publication was paid by the government.

The seminar members also indicated that increase of population awareness about the OSCE activities in long-term period will contribute to development of the civil society and understanding of the importance of the complex approach to the issues of security and cooperation within the framework of OSCE.

Among the seminar participants were the representatives of the government bodies, political parties, NGOs and mass media.

“IZVESTIYA – KAZAKHSTAN” NEWSPAPER

October 15, 2010

The connection between generations not to be broken

In Kazakhstan continues its running the national campaign of “We are one team!”, started by the Civil Alliance of Kazakhstan several months ago. These days its actions took, are taking and will take place in Astana, Uralsk, Aktau and Temirtau.

Last Wednesday the School of State Service of the Youth Congress together with the Student Alliance of Kazakhstan organized a fundraising event “Connection between generations”, dedicated to the National Day of disabled people. During this event the school children visited their mentees in the old age home. The children gave to the old people handmade gifts and showed short concert program.

Similar warm meeting under slogan “From heart to heart” took place between the people from different generations on the same day in Uralsk. In the local hospital for old and disabled people the Youth Association of West Kazakhstan region arranged the concert. After it the Association’s activists presented the old people souvenirs and gladly listened to their life stories and wishes. “In such way we would like to support retirees and disabled people who are alone, and show we care about them not only on holidays but also every day,” said the members of the Association.

In West Kazakhstan Agriculture and Technical University, within the “We are one team!” campaign, a mini-football tournament took place. 13 teams from the local secondary specialized and professional schools competed to win Cup of the Youth Congress of Kazakhstan. “Such competitions strengthen health and body,” the organizers said. “They are also important in regard to the Message addressed by Nursultan Nazarbaev to the Kazakh people (“A new decade – new economic growth – new opportunities for Kazakhstan”), where the president particularly highlighted the importance of promoting health way of life among the youth”.

The same commitment is followed by the 10th Open Republican Tournament on Judo, dedicated to the memory of honored sports master of Kazakhstan – Amantay Aydarkhanov. The contest is starting today in Temirtau and will last for three days. “The number of contestants increases every year,” the

organizers comment. "The quality increases as well. Besides, this time – on October 18 – we are holding Championship among the children born between 1997 and 2000." The event is also expected to host judoists from Russia, Uzbekistan, Kyrgyzstan, Tajikistan and etc – 30 teams overall. That's why the tournament named after Aydarkhanov can be called an international contest.

And tomorrow the Student Alliance of Aktau will hold a national contest in the regional center for the youth policy – also within the framework of "We are one team!" campaign. The contest is aimed at forming of patriotic values and raising the youth in the atmosphere of tolerance and mutual respect to all people of our multinational country. The students of higher and secondary education institutions will compete in cooking of national dishes of different peoples, drama skills, making handicraft souvenirs with ethnic motives.

"EXPRESS-K" NEWSPAPER

October 19, 2010

In zone of special attention

To combat the transnational threats and terrorism, the member countries should elaborate a set of measures within the OSCE concept of collective security.

The Organization Summit, taking place in December in Astana, will consider the complex of problems and tasks set before the OSCE. The most serious global threat to be discussed is the transnational threats and international terrorism. These topics were also discussed on the conference held in Vienne. In order to show how important these problems are in different parts of the world, one the same day the OSCE conducted conferences in Astana and Valletta (Malta).

Several days earlier, in Astana the experts of OSCE member countries met at the conference on the issues related to combating terrorism. The current chairperson of OSCE – Kanat Saudabaev - said the following words in his speech: "The international terrorism has no nationality, religion, address and boundaries. The implementation of effective anti-terrorism policy demands an integrated complex of measures that would cover military, political, economic, ecological and humanitarian aspects. This is why the integrated OSCE concept for the security issues today especially needs the certain practical measures, as well as reinforcement of our joint efforts. Regarding the issues of preventing security threats, Kazakhstan – as a chair nation of OSCE – pays high attention to improvement of the Organization potential in handling crisis situations. This approach already proved itself while OSCE was developing the strategy of responding to the crisis situation in Kyrgyzstan, where there was real possibility that ongoing massacres and chaos could be used by extremist and terrorist movements. OSCE keeps up helping Kyrgyzstan to overcome difficulties of the transitional period.

At the same time the OSCE conference took place in Valletta, with the participation of the Organization's Mediterranean partners. Tonio Borg, the Minister of Foreign Affairs of Malta, explained the regions of OSCE responsibility faces more and more difficult problems that are mainly of cross-national or trans regional character. They are traffic in arms, drugs and people, illegal migration, terrorism, intolerance, lack of proper governance, poverty, discrimination, security threats, occurred in the result of energy deficit or lack of access.

The threats that existed at times of OSCE foundation are not essential nowadays. New difficulties appeared, and the ways to overcome them are being developed now. Obviously, the measures are already late.

Meanwhile, Kazakhstan in relatively due time defined the hot buttons. In particular, in 1992 our country proposed to call the Conference on Interaction and Confidence-Building Measures in Asia (CICA) – an organization aimed at strengthening of cooperation among the Asian countries for the purposes of providing security in the region. During the first CICA Summit in 2002 the members signed Almaty Act and Declaration On Eliminating Terrorism and Promoting Dialogue Among Civilizations.

The same aspects were covered by other regional initiatives – depending on the field of competence – where Kazakhstan also participates: Shanghai Cooperation Organization and Collective Security Treaty Organization. Today Kazakhstan – the recognized regional leader and present chair nation of OSCE – has expanded its activities to larger scale. Thus, our country took several obligations, in particular the sponsorship of international projects related to combating terrorism and drugs traffic, strengthening of boundaries, including the context of stabilization of situation in Afghanistan. In his book "The Critical Decade", Nursultan Nazarbaev paid remarkable attention to new threats of regional and global matter. One of its chapters has a title "Zone of Special Attention". This chapter reveals the global problems of drug business, which large scale threatens the security of most countries of the Central Asia. "Terrorism, separatism and extremism are the war," the author wrote. "And like in any other war we – the members of anti-terrorism coalition and countries of good will – can't stop using weapons. But, it's impossible to defeat terrorism without defeating huge gap between rich and poor worlds, declarations about peace and weapons being supplied at the same time, drug addiction of millions of people on the planet and negative trends to make huge money on it, geopolitical ambitions and egoistic interests damaging the nations and countries. But all the weapons – even deadly ones – are helpless here. Forcing the countries and peoples into "stone age" in the rage of combating terrorism, we will only give new life to the meaning of "terrorism" again and again, without letting it become a history. When we understand that "international terrorism" is not a separate phenomenon but a top visible part of the iceberg, we will be able to cut not only the mushroom caps of the terrorism. Let me give one not the most remarkable but vivid example. Ten years ago, during the UN Assembly, I made simple proposal to the member countries of the UN: let's unite our efforts, make a step of good will and give one percent of the total

military budget of all countries to solve the problems of crisis regions and developing countries. It would allow solve some disputes and avoid some arising contradictions and conflict situations. At that time, the fast-spreading globalization and indefinite poles in the global policy already alerted about the upcoming threats related with their development and consequences. But, as the Kazakh saying goes: "When a person hears the steps of a threat – he becomes deaf, and when he sees its shadow – he becomes blind". The call for mutual and favorable compromise was not heard..."

Here is statistics to illustrate the scale of this problem. According to data provided by MIPT Terrorism Knowledge Base, the number of terrorist attacks increased in global scale. From 2000 to 2006 the total number of them comprised 14,934 (in 117 countries). In 2009 11,000 attacks were performed in 83 countries, with 15,700 killed. In 2009 the number of terrorist acts decreased by 6%, and the number of killed – by approximately 5 %...

"MEGAPOLIS" NEWSPAPER

July 20, 2009

***"When you are talking to the God – it's a pray.
When the God is talking to you – it's schizophrenia"***

Loosing yourself, complete obedience to the leader, separating apart from the community, schizophrenia and many other things are brought by the non-traditional religions by means of affecting the minds of their followers.

A woman told a very interesting story to our newspaper about the Stepanovs family living in Taraz (the name was changed). As a rule, if a family member gets into a sect, his relatives try to help him themselves or using the services of psychologists, rarely addressing to the law enforcement. But, even in last case the responsible people are not always called to account.

Several years ago, a teenage daughter of the Stepanovs visited her sister in Bishkek, where she for the first time came to Evangelic Christian Missionary Center "Blagodat" (or "Mercy"). After returning back home, the girl started to go to the local branch office of "Blagodat". And as it usually happens, her parents saw nothing suspicious about her behavior at first time. Main thing for them was that their beloved child doesn't drink alcohol, smoke and have drugs. Soon she started to grow apart from the parents, losing interest to everything except new cult.

The law enforcement refused to institute a case against the priest of this religious union – Daniyar Alibaev – as they found no evidence of his committing a crime. However, the psychological and psychiatric joint expertise concluded that the girl suffers from obsessive compulsive disorder she developed in her character in the form of addictive personality disorder. As the specialists think, when visiting the office of Evangelic Christian Missionary Center "Blagodat", the following methods of psychological pressure were used against the girl: Neuro-Linguistic Programming or

NLP (inducement into the church, group sessions in combination with the religious rituals), suggestion, using of her teen age (presents, games, songs and free lunches). The above mentioned pressure caused the reaction of opposing her parents, closure of her personality, forming of religious views, mood swings, short-term visual hallucination together with hyperthermia, as well as forming of obsessive compulsive disorder with syndrome of rejection.

It is not so difficult to attract the potential followers to enter a cult. It's much more difficult to get them stay in it, subordinate and tear them from the reality. There are a lot of methods and tricks the false prophets use. For instance, it's often hard to bring male adepts into the sect. But, if it works, they will stay there for a long period of time. The women are more flexible. It's easy to bring them in but more difficult to make them stay.

They will bomb you with their love

As we failed to find specialists on cults and sects among our psychiatrists and psychologists, we referred to the Russian source: "The modern cult formations (sects) as a psychiatric and psychological problem" by F.V. Kondratiev.

"After brining a newcomer into the group of adepts, he is placed into the atmosphere of group psychological pressure, main part of which is "bombing with love". The latter leaves no ways to doubt and strengthens the demand to belong to "a new family". To create common spiritual feeling, the sects use playing, singing, hugging, touching and praising. As a result, the newcomer has a feeling it is him they were waiting for. He is something special, and all the sect members are very glad to talk to him. The newcomer doesn't stay without supervision even for a minute. For example, in the Unification Church of San Men Mun there were special instructions for a newcomer being always surrounded by two experienced adepts who are obliged to communicate with him and involve him into the cult group.

Then, the sect actively introduces to the newcomer's mind the idea that its religion is absolute truth. And due to "particular attitude" towards him, he is entrusted with this idea. At the same time, they form negative reaction to other commonly accepted ideas and set that he should be isolated from the social life. The new life is compared to the old life.

To fix that "entrusted absolute truth" in the mind of the newcomer, the adepts try to take his time under control, especially the time when he can think about the new information. They try to make him stop comparing the information provided by the group with the reality. They also make him feel helpless, and by pretending to support him – they peddle ideas of new behavior.

During some time, the newcomer further learns new dogmas and rituals. For these purposes, they teach him meditation, introducing into the atmosphere of permanent monotonous songs and repeating activities. Being used many

times, the latter create the state of high suggestion. Many new cults apply the direct hypnotic influence, including neuro-linguistic encoding: “charging” tongue with specially designed strange slang that gives new meanings to already known words and have different goals – from breaking previous old contacts to forcing the adept to stay in the cult.

As a result, the newcomers have their individual orientations of behavior changed. Signs of psychological deformation appear which sometimes initially reveals mental disorders in some adepts.

To make the involvement into the sect successful, its leaders should make the adepts lose their individuality, own initiative and ability to express own will.

During the year after involvement, the leaders of new cults continue to watch the newcomers in order to not let them doubt. The witnesses say this goal can be achieved through constant praying in combination with hard work and poor diet (with an explanation that it’s necessary for improvement of health and revealing of true spirit, or it’s important part of the rituals), deficit of sleeping (as a part of spiritual practice), physical and information isolation from everything that could raise some doubts about the activities of the cult. Then they make the new adept form the feeling of fear and fault, by means of confessions under the veil of creating atmosphere of unity and closeness. The revealed personal problems, negative facts from the past, fears and secrets provide information about the emotional weaknesses of the newcomer and allow manipulating him through direct or indirect threats, as well as shifting of punishments and prizes.

Rather often the psychological pressure is aimed at making the person afraid for his life in case he doubts about the absolute truth of the cult or wants to leave the sect.

The changes of personality prevent the new adepts from being able to critically evaluate their own psychological state. They lose the ability to express own will, as well as ability to freely choose the religion they want to follow.

In regard to global social problems, it’s hard to say what is more dangerous for the society: to lose its member because of narcotics or lose him because he turns into a cult addict who contributes to the financial wealth of the sect that contradicts the interest of his family, society and state.

Can somebody, please, help?

The problem is not only about sect members but also lack of specialists who could help people to get free from the pressure of non-traditional religions.

According to a psychologist and head of “Perpspektiva” Public Foundation – Azhar Davletaeva, our society has not yet reached the necessary level of communicating with the specialists. The majority of people suffers from

problems on personal level and can get help from the representatives of the non-traditional religions. Besides, we almost have no specialists who would provide qualified help and support, no special institutions where the victims of new cults could come.

Similar opinion was expressed by the trainer of international level, a psychologist – Viktor Grebennikov. "Sects are like tumors that should be cut and thrown away. How the people can develop their culture, if the government doesn't open scientific institutes for psychology, psychiatry, or crisis centers. As long as we have few specialists, as long as they are not available and we know little about them, there will always be a chance for sects and cults to develop.

GOVERNMENT PURCHASES: FORECAST

Obviously, the government is not going to refuse from the tool of purchasing materials in mass media. From opinion of the authorities, it's a good way to present topical issues and important information to the people. Besides, it's clear that the government purchase policy is supported by those media outlets which are totally loyal towards the authorities.

At the same time, the impact of the government purchases on the non-governmental mass media will gradually increase. This will cause the top managers of the outlets to lose their professionalism, while they will no longer think about seeking for new advertisers but rather wait for new contracts from the government. Previously the mass media of the country were weakly aimed at the interests of the readers. And presently the situation is only becoming worse. Soon it could cause many media outlets of Kazakhstan to stop being interesting, presenting to their readers only that range of topics which is good for the client which is the government.

In case no measures are taken, the government order will stay non-transparent. Neither government bodies nor media outlets seem to have interest in providing full information about the government contracts. And the official coverage of such information makes it unavailable for the society. Such practice decreases the level of trust towards mass media from the readers, and gives no answers on the question about true objectives of the government purchases.

Also there is almost no system of public control over the issues related to the government purchases. Only media organizations stand for complete transparency of information about the government contractors and amount of funds spent, while the human rights institutions, political parties and other public institutions show no interest in making this field more transparent and controlled by the society.

Probably, the situation can be changed due to political will of the government top officials - responsible for the allocation of the funds, in particular the state government, and the Ministry of Information and Communications. There is slight hope that the government will express its political will and make the mentioned field more transparent, which does big favor to the government contractors, as well as the final consumers – all the countrymen.

RECOMMENDATIONS

TO THE GOVERNMENT BODIES

- To establish public council for control over the government purchases in mass media under the Ministry of Information and Communications in order to control the allocation of budgets, consider separate applications as examples of contracts distribution. To invite the representatives of mass media, media organizations and parliament members to take part in the council;
- To conduct sessions to consider applications for receiving financing from the government only in presence of media organizations, political parties and other public institutions.
- To create on the web sites of the government bodies that make purchases in mass media the special sections to provide related information;
- To monitor the effectiveness of spending the government funds and make it public.

TO MASS MEDIA

- To present information about government financing through special announcements and to mark the materials paid by the government.

TO NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATIONS

- To reinforce the public control over the government purchases on the media market, by rising discussion of their effectiveness and addressing to the government bodies with a demand to let the public participate in discussion of allocating government funds among the outlets;
- To conduct survey and monitoring of effectiveness and purposefulness of the government purchases, to inform the government bodies, mass media and the public about the results of such work.

The International Center for Journalism "MediaNet" expresses special thanks to all editors, journalists, representatives of media organizations who took part in the survey within the Project "Monitoring of Government Purchases on Media Market of Kazakhstan".

Аналитический обзор

ГОСЗАКАЗ В СМИ КАЗАХСТАНА: ПОЛЬЗА ИЛИ ВРЕД?

Редактор и руководитель проекта: Вячеслав Абрамов

Ассистент руководителя проекта: Юлия Кузнецова

Дизайн/верстка: Света Грудницкая

Перевод на казахский язык: Динмухамед Зиядин

Перевод на английский язык: Арсения Филипенко

Тираж издания 700 экземпляров

Отпечатано в типографии «ВТСОМ»

Международный центр журналистики MediaNet, 2010

Проект поддержан Фондом Сорос-Казахстан



Сараптамалық шолу

ҚАЗАҚСТАНДЫҚ БАҚ-ДАҒЫ МЕМЛЕКЕТТІК ТАПСЫРЫС:
ПАЙДА МА, ӨЛДЕ ЗИЯН БА?

Редакторы және жоба жетекшісі: Вячеслав Абрамов

Жоба жетекшісінің көмекшісі: Юлия Кузнецова

Әрлендіру/қалыптау: Света Грудницкая

Қазақ тіліне аударған: Дінмұхамед Зиядин

Ағылшын тіліне аударған: Арсения Филипенко

Таралымы: 700 дана

«ВТСОМ» баспаханасында басылып шығарылды

MediaNet Халықаралық журналистика орталығы, 2010

Жоба Сорос-Қазақстан Қорының қолдауына ие



Analytical review

GOVERNMENT PURCHASES ON THE MEDIA MARKET OF KAZAKHSTAN.
IS IT GOOD OR NOT?

Editor and the head of the project: Vyacheslav Abramov

Assistant of the head of the project: Julia Kuznetsova

Design/makeup: Svetlana Grudnitskaya

Kazakh translation: Dinmukhamed Ziyadin

English translation: Arseniya Philipenko

Print run 700 copies

Printed by «BTCOM»

International Center for Journalism MediaNet, 2010

Project supported by Soros-Foundation Kazakhstan



