

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

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

ЗЕРТТЕУ НӘТИЖЕЛЕРІ

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

RESULTS OF RESEARCH

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

УДК 070
ББК 76.0

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

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

ISBN 9965-9860-9-6

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

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

УДК 070
ББК 76.0

P 450100000
00(05)-08

ISBN 9965-9860-9-6

© Международный центр журналистики MediaNet
© Фонд Сорос-Казахстан

СОДЕРЖАНИЕ / МАЗМҰНЫ / CONTENTS

04 Введение

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

32 Кіріспе

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

60 Introduction

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

ВВЕДЕНИЕ

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

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

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

Исследование проходило в три этапа:

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

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

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

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

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

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

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

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

- выявлены ключевые риски для масс-медиа.

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

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

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

МЕДИЙНЫЙ ЛАНДШАФТ КАЗАХСТАНА

Масс-медиа в Казахстане

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Республиканские масс-медиа

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

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

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

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

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

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

Региональные масс-медиа

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

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

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

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

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

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

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

Интернет-медиа

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

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

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

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

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

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

1. Данные агентства по информатизации и связи Республики Казахстан.

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

Медийные организации

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

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

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

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

РАЗВИТИЕ МАСС-МЕДИА В КАЗАХСТАНЕ

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

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

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

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

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

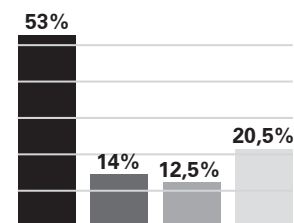
«СМИ находятся продолжительное время на одном уровне. Где-то наблюдается регресс, потому что общество становится все более и более закрытым».

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

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

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

Развитие СМИ



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

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

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

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

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

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

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

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

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

СВОБОДА И НЕЗАВИСИМОСТЬ МАСС-МЕДИА

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

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

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

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

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

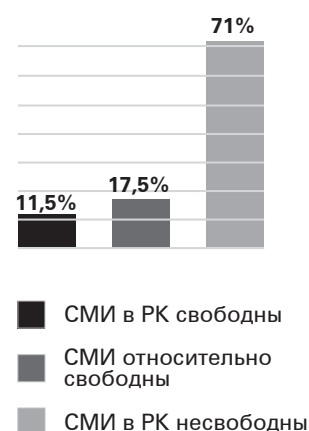
«Любое СМИ – чья-то собственность, выполняет какую-то определенную политику».

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

Цензура и самоцензура

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

Свобода СМИ



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

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

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

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

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

Влияние на СМИ

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

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

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

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

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

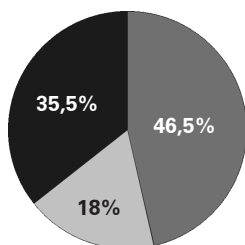
Часть опрошенных, указывая, что влияние на СМИ оказывает, прежде всего, его собственник, отмечали это как положительный фактор, поскольку именно на нем лежит функция по налаживанию и поддержанию связей с властями и бизнесом, и он выступает в роли своего рода буфера, ограждающего редакцию от попыток внешнего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

ВЛИЯТЕЛЬНОСТЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

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

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

Роль СМИ в обществе



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

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

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

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

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

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

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

Доверие к СМИ

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ДОСТУП К ИНФОРМАЦИИ

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ПОДГОТОВКА И ПЕРЕПОДГОТОВКА ЖУРНАЛИСТОВ

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

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

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

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

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

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

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

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

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО О СМИ

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

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

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

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

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

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

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

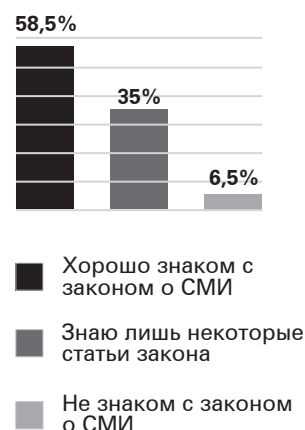
Журналисты критикуют казахстанское законодательство о СМИ за неконкретность и жесткость, а также за отсутствием в нем норм, которые бы действовали в поддержку СМИ в случае, например, поиска информации или доступа к ней.

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

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

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

Насколько вы знаете закон о СМИ



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

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

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

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

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

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

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

САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

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

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

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

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

«Кодекс этики журналиста – это утопия».

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

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

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

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

Отношение к органам саморегулирования СМИ

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

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

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

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

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

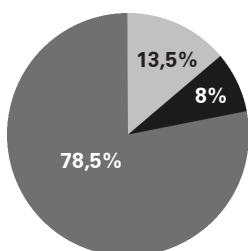
Журналисты в целом достаточно критично относятся к идее создания органов самоуправления СМИ, которые бы занимались рассмотрением споров между редакциями и гражданами, либо юридическими лицами.

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

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

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

Знаете ли вы, что такое органы саморегулирования СМИ



- Знаю хорошо
- Не знаю
- Знаю, но немного

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

Создание профсоюза журналистов

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

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

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

«Только молодым журналистам нужен профсоюз».

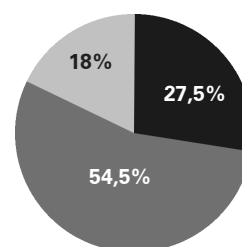
«Подобные организации создаются время от времени, но потом куда исчезают. По-моему, специфика творческой профессии не позволяет создать устойчивый и стабильный профсоюз».

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

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

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

Необходимо ли создать в Казахстане профсоюз журналистов.



■ Да
 ■ Нет
 ■ Затрудняюсь ответить

ПОТРЕБНОСТИ МАСС-МЕДИА

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

КЛЮЧЕВЫЕ РИСКИ ДЛЯ МАСС-МЕДИА

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

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

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

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

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

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

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

РЕКОМЕНДАЦИИ

По изменению законодательства

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

Государственным органам

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

- Усилить контроль в области доступа журналистов к информации, расширить инструкции для чиновников и специальных департаментов по работе с прессой.

Медийному сообществу

- Расширить взаимодействие между казахско- и русскоязычными средствами массовой информации для преодоления возникающих барьеров и предоставления гражданам полной информации о происходящем в стране на обоих языках. Учредить общественный совет по взаимодействию СМИ, издающихся на государственном и официальном языках.
- Активизировать участие в диалоге с правозащитными и медийными институтами по реформированию казахстанского законодательства о СМИ.
- Сделать более прозрачной структуру собственности масс-медиа в республике, что способствовало бы лучшему пониманию в обществе позиций СМИ.
- Активизировать сотрудничество с вузами и образовательными структурами для улучшения ситуации в сфере подготовки кадров.

Медийным организациям и донорским институтам

- Усилить мониторинг исполнения обязательств Казахстаном в области свободы выражения мнений.
- Проводить регулярные исследования в сфере программ обучения и переобучения журналистов.
- Продолжить и расширить правовое обучение журналистов.
- Сфокусироваться на нескольких программах по обучению журналистов, в частности, способствующих развитию плюрализма мнений и свободы слова: журналистское расследование, аналитическая журналистика.
- Расширить программы обучения и переобучения по финансовой и экономической журналистике.
- Учредить постоянно действующую экспертную группу по анализу проблем медийного сообщества для выработки рекомендаций в сфере масс-медиа.
- Расширять взаимодействие медийных организаций, работающих в целях развития средств массовой информации, проводить более скоординированную политику в области программ помощи.
- В случае обсуждения Кодекса этики журналистов привлечь к этой работе международных экспертов, принимать подобный документ только после широкого обсуждения в медийном сообществе.
- Продолжить обсуждение необходимости внедрения в республике органов саморегулирования СМИ, внедрять подобную практику только на пилотной основе и ввести институт ротации в таких органах и четкого соблюдения принципа представленности в них различных сторон и представителей общества.

ЗЕРТТЕУ НӘТИЖЕЛЕРІ

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

КІРІСПЕ

«Қазақстан масс-медиасы: негізгі ойыншылар, мүмкіндіктер, қажеттіліктер мен қауіп-қатерлер» зерттеуін 2009 жылы Сорос-Қазақстан Қорының қолдауымен MediaNet Халықаралық журналистика орталығы жүргізді. Зерттеу Қазақстанның 10 аймағын (Алматы, Астана қалаларын, Ақмола, Алматы, Ақтөбе, Атырау, Жамбыл, Қарағанды, Қостанай, Оңтүстік Қазақстан, Солтүстік Қазақстан, Шығыс Қазақстан облыстарын) қамтыды.

Зерттеудің негізгі мақсаттары республикадағы масс-медианың дамуының негізгі қажеттіліктерін, БАҚ-на (Бұқаралық ақпарат құралдары) төнетін қауіп-қатерлерді анықтау және медиалық, донорлық бірлестіктерге, мемлекеттік органдарға, медиа-құрылымдарға ұсыныстар әзірлеу болды.

Зерттеуге 350-ден астам журналист, редактор, БАҚ-ның меншік иелері, мемлекеттік органдар, үкіметтік емес ұйымдар, журналистер дайындайтын мемлекеттік және жекеменшік оқу орындарының өкілдері қатысты.

Зерттеу үш кезеңмен өтті:

- бірінші кезең барысында республикалық және аймақтық мерзімді және электронды басылымдар – масс-медиа саласындағы негізгі ойыншылар жайында ақпарат жинақталып, өңделді;
- екінші кезеңде Қазақстанның 10 аймағынан журналистермен, редакторлармен, БАҚ-ның меншік иелерімен, ЖОО, мемлекеттік органдар, ҮЕҰ өкілдерімен 280-нен астам сұхбат жүргізілді; сонымен қатар, электронды пошта арқылы аймақтық журналистерден 70-тей қысқаша сауалнама алынды;
- үшінші кезең ақпаратты өңдеу мен ұсыныстар даярлауға арналды;

Зерттеу барысында авторлар ақпараттың ашық көздерін, мемлекеттік органдар базаларын, бұқаралық ақпарат құралдарының мәліметтерін пайдаланды. Қорытынды құжатта сұхбаттардан келтірілген барлық үзінділер құпия негізде (анонимді) жарияланады.

Соңғы жылдары республикада БАҚ ісіне жүргізілген шолулардың ең бір көлемдісі болған бұл зерттеудің негізгі нәтижелері мыналар:

- зерттеу республика масс-медиасының ұжымдық портретін көрсетеді, яғни журналистер журналистердің көзімен; репортерлар мен редакторлар зерттеу аясында БАҚ-ның даму жолында пайдаланылуы мүмкін түйткілді мәселелер мен шешімдерді өз көзқарастары тұрғысынан білдіреді;
- зерттеу қазіргі кездегі медиа-бірлестіктің негізгі мәселелерін айқындады;
- сонымен қатар, масс-медианың ең әуелі экономикалық және шығармашылық салаларында шоғырланған негізгі мәселелері анықталды;
- масс-медиаға төнетін негізгі қауіп-қатерлер анықталды;

Түйткілді мәселелерге, қажеттіліктерге, мүмкіндіктер мен қауіп-қатерлерге талдау жасаудың өзі БАҚ-ын қолдау бағыты мен медиалық ұйымдар және донорлық бірлестіктер тарапынан болатын көмектік бағдарламаларға дұрыс бағыт-бағдар беріп, түзетулер енгізуге мүмкіндік туғызады. Мұның өзі масс-медиа саласындағы жағдайды журналистер мен редакторлар және басқа да қызығушы жақтардың – мемлекеттік органдардың, ЖОО-ның, халықаралық және жергілікті медиалық құрылымдардың түсінуін жақсартады.

Қорытынды құжат зерттеудің қамтылған мәселелерге сәйкес блоктарға бөлінген негізгі нәтижелеріне шолу болып табылады. Құжатта, сонымен қатар, зерттеу нәтижелері бойынша әзірленген елдің медиалық көрінісіне шолу және ұсыныстар берілген.

Зерттеу нәтижелері мен қорытындылары міндетті түрде зерттеу авторларының және Сорос-Қазақстан Қорының көзқарасын білдірмейді, бірақ жобамен жұмыс барысында жиналған пікірлерге шолудың нәтижесі болып табылады.

ҚАЗАҚСТАННЫҢ МЕДИА КӨРІНІСІ

Қазақстандағы масс-медиа

Қазақстанда 2970-тен астам тіркелген бұқаралық ақпарат құралдары жұмыс істеуде, олардың 200-ден астамы электронды БАҚ¹. Масс-медиа негізінен ірі қалаларда – Астанада, Алматыда және облыс орталықтарында шоғырланған. Әрі бұрынғысынша аудандық аз тиражды газеттерді шығару ісі де жалғасып келеді.

Қазақстанда басылымдардың негізгі бөлігі (85-90%-дан астамы) мемлекеттік емес болып табылады. Мемлекеттік басылымдар жергілікті әкімшіліктердің қолдауымен (билік органдарының өкілдері) елдің барлық аймақтарында жұмыс істеуде. Астана мен Алматыда бірнеше мемлекеттік республикалық газет-журналдар шығарылады, республикалық мемлекеттік телевизия мен радиостанциялар хабар таратады.

Ресми статистиканың Қазақстандағы басылымдардың көпшілігін тәуелсіз етіп көрсеткеніне қарамастан, БАҚ-ның негізгі бөлігі билікке адал, оған масс-медиа иелерінің билікке жақындығы, басылымдардың мемлекеттік қаражатты алып отыруы және басқадай жағдайлар себепші болып отыр.

Соңғы жылдары БАҚ-ның меншіктік түріне қарамастан, басылымда мемлекеттік әлеуметтік тапсырыс жариялау таралған, яғни республикалық және жергілікті мемлекеттік органдар БАҚ-да түрлі тақырыпта әлеуметтік маңызы бар ақпаратты жариялау конкурсын жариялайды. Масс-медиа конкурсқа өтініш жібереді, оның жеңімпаздары әдеттегідей билікке ыңғайлы басылымдар болады. 2009 жылы Қазақстанның мәдениет және ақпарат министрлігі бойынша БАҚ-ы мемлекеттік әлеуметтік тапсырыс шеңберінде 1,1 млрд. теңге (7,3 млн. АҚШ доллары) алды². Және тек белгілі бір басылымдар жылма-жыл мемлекеттік ақпараттық саясатты жүргізу тапсырысын алушы болып шығып отырады.

Қазақстандағы бұқаралық ақпарат құралдарының меншік иелері–көбінесе коммерциялық корпорациялар, қаржылық-өндірістік топтар, ал аймақтарда ірі және орта деңгейдегі бизнесмендер. Әдетте, меншік иелері өздерінің БАҚ-ның иесі екенін жария қылмайды: басылымдардың ресми меншік иелері жекеменшік компаниялар немесе делдалдар болып табылады.

Республикада бірнеше ірі медиа-холдинг бар, олардың иелері не қаржылық-өндірістік топтар, не ірі бизнесмендер. Сонымен қатар, холдингтерге мемлекеттік бұқаралық ақпарат құралдары да біріккен («Арна медиа» холдингі – «Хабар», «Ел арна», «Қазақстан», CaspioNet телеарналары, «Қазақ радиосы», «Хабар», «Шалқар» радиостансалары, «Егемен Қазақстан», «Казахстанская правда» газеттері, «Қазинформ» ақпараттық агенттігі және басқалар) және

1. Қазақстан Республикасының мәдениет және ақпарат министрлігінің 2009 жылғы қыркүйек айындағы мәліметтері.

2. Мәліметтер Қазақстан Республикасының мәдениет және ақпарат министрлігінің сайтынан алынды.

«Нұр Отан» партиясы иелік ететін БАҚ бар («Астана» телеарнасы, NS және РДВ радиостансалары, «Айқын», «Литер», «Түркістан» және басқалар). Басқа холдингтер формалды құрылымдарға жатпайды.

Қазақстанда биліктік және оппозициялық бұқаралық ақпарат құралдары деп бөлу кең таралған. Оппозициялық басылымдарға оппозициялық партиялар мен белсенділердің қолдауымен шығатын ұзын саны 10-нан аспайтын газеттер ғана жатады. Елде бейтарап БАҚ із жүзінде жоқтың қасы, олардың белгілі бір саяси немесе қаржылық топты қолдауы жарияланымдардан, басылым сыңайынан байқалады. Немесе БАҚ бейсаяси ұстанымды таңдап, қауіпті тақырыптардан аулақ болуға тырысады.

Түрлі қолданылып жатқан шараларға қарамастан республикада қазақтілді және орыстілді масс-медианың арасындағы алшақтық азаймай тұр, соңғы кезде бұл екі бағыт мүлде бөлек екі әлемде жүргендей. Кейбір қазақ және орыс тілдерінде газет немесе журнал шығаратын басылымдар болмаса, елдің негізгі екі тілінде шығатын БАҚ өзара әріптестік қарым-қатынасқа бармауда. Жоғарыда аталған екітілді басылымдардың редакцияларының өзінде қазақ және орыстілді журналистердің әріптестік қарым-қатынасы жартымсыз..

Мұның өзі басылымның мазмұнына әсер етеді, кейде БАҚ қарама-қарсы, қайшылықты мазмұнда болып келуі мүмкін, қазақтіліндегі басылымдар орыс тілді БАҚ-да көтерілген мәселелер туралы жазбайды немесе керісінше. Бұл халықтың теріс, тіпті қарама-қайшылықты мәлімет алуына, тілдік топтар арасында түсініспеушіліктің туындауына алып келеді.

Сонымен қатар, қазақ және орыс тілді журналистердің арасында тақырып таңдауда, баяндауда, кәсіби деңгейде үйлесімсіздік байқалуда.

Республикалық масс-медиа

Қазақстанда жарық көретін бұқаралық ақпарат құралдарының ширек бөлігі республикалық болып табылады. Баспасөз құралдары мемлекеттік және жекеменшік тарату жүйелері арқылы таралады, электронды БАҚ мемлекеттік эфир жүйелерін пайдаланады, сонымен қатар, хабарды кабелдік жүйе немесе спутник арқылы тарату да таралған.

Қазақстан телеарналарының бірқатары республика тұрғындарының жартысынан астамын қамтып, хабар таратады («Хабар», «Қазақстан», «Ел арна» мемлекеттік телеарналары, жекеменшік КТК, НТК, «Рахат», «Жетінші арна», «Астана» және 31 арна телеарналары). Бұлардың шамамен жарты бөлігі Астанадан, ал қалғаны Алматыдан хабар таратады.

Республикалық мерзімді БАҚ-ның көпшілігінің Алматыда орталық кеңселері бар, Алматының және аймақтардың ірі баспаханаларында басылып шығады (негізгі үлес Қарағанды, Ақтөбе, Шымкент қалаларында).

Республикалық БАҚ-ның басым бөлігі барлық тақырыпты қамтитын қоғамдық-саяси бағытта шығады, сонымен қатар 20-дай белгілі іскери басылым бар (газеттер мен журналдар).

Қазақстанда, ресми мәліметтер бойынша, 10-нан астам ақпараттық агенттік бар. Олардың бесеуі ірі агенттік болып табылады, агенттіктердің негізгі бөлігінің Алматыда орталық кеңселері орналасқан (мемлекеттік «Қазинформ» мен ресейлік-қазақстандық біріккен «Новости-Казахстан» агенттіктерінен басқалары).

Барлық республикалық мерзімді және электронды басылымдардың Астанада үлкен тілшілер қосыны және Қазақстан аймақтарының басым бөлігінде стрингерлер жүйесі (штаттан тыс тілшілер) бар. Тек бірнеше басылымның ғана шет елде тілшілері жұмыс істейді.

Аймақтық масс-медиа

Қазақстанның барлық аймақтарында жалпы саны 50-ден кем емес мемлекеттік және жеке меншік бұқаралық ақпарат құралдары жұмыс істейді. Кейбір аймақтардағы мерзімді және электронды БАҚ-ның саны басқа бір аймақтардан едәуір артық. Аймақтардағы БАҚ саны тұрғындардың санына және сол аймақтағы ықпалды топтарға байланысты (ірі қаржылық топтар, өндіріс орындары, бизнес). Ықпалды топтар, әдеттегідей, жергілікті БАҚ-на иелік етеді.

Көшбасшы аймақтарға БАҚ-ның санына қарай, Қарағанды, Павлодар, Ақтөбе, Оңтүстік Қазақстан, Шығыс Қазақстан және Атырау¹ облыстары жатады. Бұл облыстарда өзінің кәсібилігі және ықпалдылығымен осы аймақтарда ғана емес, одан да тыс жерлерде белгілі болған көптеген басылымдар шоғырланған.

БАҚ-ның саны жағынан Қызылорда және Солтүстік Қазақстан облыстары аутсайдер болып табылады. Басқа аймақтарға қарағанда бұл облыстарда тұрғындар санының азырақ болуына байланысты масс-медиа саны да едәуір аз.

Соңғы жылдары республикада аймақтарды және онда басылып шығатын БАҚ-ын тілдік принцип бойынша бөлу байқалады. Оңтүстік және батыс аймақтарда қазақ тілінде шығатын газеттер едәуір көбірек болса, солтүстік, орталық және шығыс аймақтарда орыс тілінде шығатын басылымдар көбірек. Кейбір аймақтарда (мысалы, Қызылорда облысы) телехабарлар тұрғындар қажеттілігіне (негізінен этникалық қазақтар) сәйкес көбінесе қазақ тілінде таратылады.

1. Ашық ақпарат талдауы – мемлекеттік органдар мен ҰЕҰ ақпараттары, мәліметтер базасы.

Республикалық деңгейде мерзімді басылымдар арасында орыс тілді басылымдар алдыңғы орында тұр, саны жағынан қазақ тілінде шығатын газет-журналдар санынан асып түсіп отыр. Әйтсе де екі мыңыншы жылдар ортасынан бастап мемлекеттік тілде сөйлейтін азаматтардың көбеюіне байланысты қазақ тіліндегі басылымдар санының өсіп отырғандығы, орыс тіліндегі басылымдардың қысқара басталғандығы байқалады.

Интернет-медиа

Республикада 2008 жылғы мәлімет бойынша халықтың 14%-ы интернет пайдаланады¹. Интернет-пайдаланушылар санының өсуіне байланысты интернет басылымдар саны да өсіп келеді. Олардың көпшілігі қоғамдық-саяси бағыттан гөрі, ақпараттық, ойын-сауықтық бағытты ұстанады.

Сол сияқты мерзімді басылымдардың (мысалы, «Время», «Литер» газеттері) интернет-нұсқалары кең таралған. Әдетте, газеттер онлайн-хабарлар үшін арнайы материалдар әзірлемейді, газет бетінде жарық көрген материалдарды сайтта орналастырумен ғана шектеледі. Бұл жағдайда оқырмандарды мақалаларға түсінік беріп, талдау жасау мүмкіндігі қызықтырады.

5 және одан көп жыл бойы Қазақстан мен одан тысқары жерлердегі жағдай туралы талдамалық материалдар мен жаңалықтарды жинап, таратумен айналысатын интернет-ресурстардың танымалдылығы арта түсті.

Соңғы екі жылда блоггерлер – жүйелік күнделік авторларның саны өсіп отыр. Қазіргі кезде жаңа блогтар бұрыннан белгілі Livejournal.com (оның танымалдылығы 2008 жылы қазан айында Қазақстандағы тұрақты шектелердің қойылуына байланысты кеми түсті) немесе LiveInternet ресурстарында да, жақыннан бері ашылып жүрген жергілікті ресурстарда да ашылып жатыр. Жүйелік басылымдардың көпшілігі тұрмыстық мәселелерге, оқиғаларға арналған, күнделік авторлары саясат пен экономика тақырыбына сирек жазады.

Қазақстандағы интернет-ресурстардың көбі ойын-сауық мазмұнында бағытталған, оны интернет пайдаланушылардың негізгі бөлігінің жастар болуымен түсіндіруге болады. Және бір бағыт жұмыс үстіндегі қоғамдық-саяси ресурстардың танымалдығы, сондықтан, олармен бәсекеге түсу қиынға соғады.

2009 жылы тамызда Қазақстанда қызу пікірталастардан кейін қабылданған ақпараттық-коммуникациялық желілер туралы заңға өзгертулер мен толықтырулар енгізілгеннен кейін (интернет туралы заң), Интернетте пайда болуы мүмкін цензурадан қауіп бар, бұған көптеген ресурстарда модераторлардың санының көбеюі, тіркеуге алудағы және

1. Қазақстан Республикасының ақпараттандыру және байланыс агенттігінің мәліметтері.

хат жіберу мен сайттарға пікір жазудағы қатаңдық дәлел бола алады. Сонымен қатар, жаңа заңның қабылдануы өзгертулер енгізілгенге дейін де елдегі саяси жағдайларға байсалдылықпен қараған блоггерлерге – азаматтық журналистерге қалай әсер ететіні белгісіз.

Медиа ұйымдар

Қазақстанда 15-тен астам белсенді республикалық және аймақтық үкіметтік емес ұйымдар бар, олар мақсатымыз сөз бостандығы мен бұқаралық ақпарат құралдарының дамуына ат салысу деп жариялайды.

Медиа ұйымдар журналистерге заңдық көмек көрсетеді («Әділ сөз» Халықаралық сөз бостандығын қорғау қоры, Қарағандыдағы MEDIALIFE қоры және басқалар), журналистердің біліктілігін көтеруге арналған тренингтік бағдарламаларды жүзеге асырады (MediaNet Халықаралық журналистика орталығы, «Интерньюс-Қазақстан», Солтүстік-Қазақстан құқықтық медиа-орталығы және басқалар). Әдетте, ұйымдар бірден түрлі бағытта бірнеше жобаны жүзеге асырады.

Қазақстанда журналистердің еңбек құқығын қорғауға бағытталған кәсіби журналистеродағы жоқ. Республикада Қазақстан журналистерінің одағы – масс-медиа жұмысшыларының кәсіби ассоциациясы, сонымен қатар электронды БАҚ-ын біріктіретін - телерадиохабар таратушыларының ұлттық ассоциациясы бар. Сонымен қатар, Қазақстанда бірқатар халықаралық үкіметтік емес ұйымдар жұмыс жасайды – Internews Network өкілдігі, Institute for War and Peace Reporting (IWPR) және басқалар.

ҮЕҰ-дың көпшілігі Сорос-Қазақстан Қоры, Астанадағы ЕҚЫҰ Орталығы, Фридрих Эберт атындағы Қор, Ұлыбритания, АҚШ, Нидерланды елшіліктері, ЮСАИД және өзге де жергілікті және халықаралық донорлық ұйымдардың гранттарымен жұмыс істейді. Медиа ұйымдар республикалық ұйымдар сирек қатысатын мемлекеттік әлеуметтік тапсырыстарға да қатысады.

МАСС-МЕДИАНЫҢ ДАМУЫ

Қазақстанда масс-медиа 90-ыншы жылдардың басында, ел тәуелсіздік алған соң үлкен қарқынмен дамыды. Жыл сайын оқырманды жарқын, елең еткізер материалдарымен, журналистиканың жаңа түрлерімен баурап алуға тырысқан жаңа басылымдар ашылып жатты. Қазіргі кезге дейін ол басылымдардың көпшілігі жабылып қалды, бірақ соған қарамастан, сол кездегі Қазақстанның тәуелсіз журналистикасының бет-бейнесі сынды болған ең бір көзге түсерлері қалды, оған мысал ретінде, 1991 жылы жарық көрген және сол кезден бері көптеген өзгерістерге ұшыраған, әлденеше рет меншік иесін ауыстырған «Кара-ван» газетін жатқызуға болады.

1990-ыншы жылдардың соңында елге белгілі, үкімет үшін тәуелсіз сынаушы болған көптеген тәуелсіз телевизия және радиостансалар жабылып қалды. Осы кезден бастап олардың орнында не жаңа электронды БАҚ пайда болды, не ескі БАҚ түбегейлі өзгерістерге ұшырады, Қазақстанның телевизиясы мен радиосы іс жүзінде тәуелсіз және сынаушы болып саналуын тоқтатты.

Зерттеу барысында БАҚ, мемлекеттік органдар, ҰЕҰ өкілдері, ЖОО оқытушыларының пікірі бойынша масс-медиаының соңғы 3-5 жылда өзгерістерге ұшыраған-ұшырамағаны анықталды. Сұралғандардың көпшілігі БАҚ-да айтарлықтай өзгерістер болған жоқ деген пікірге келіп тоқтады.

Зерттеуге қатысқандардың жартысынан астамы (53%) Қазақстанның бұқаралық ақпарат құралдарынан дамуды байқамағанын айтады. Оған негізгі себептердің арасында жеткілікті қаржыландырудың жоқтығы, журналистерге қойылған қатаң шектеулердің болуы атап көрсетілді.

«БАҚ баяу дамуда. Сапалы БАҚ-ның жоқтығы анық көрініп тұр. Күшті даму үшін жағдай жоқ. Телевизия мен радиоға кері кетушілік байқалуда»¹.

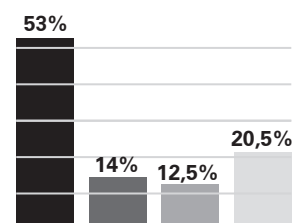
«БАҚ ұзақ уақыт бойы бір деңгейде тұр. Кей жерлерде кері кетушілік байқалуда, себебі, қоғам күннен-күнге тұйықталып, жабылып барады».

«Мемлекеттік БАҚ дамудың бір деңгейінде тұр, себебі, ол жерде үйлестірушілік жұмыстар бар».

«Мемлекеттік БАҚ-ның журналистеріне өздерінің кәсіби міндеттерін орындау, яғни шындықты іздеу, объективті материалдар беру қажет емес. Тек басшылықтың тапсырмасын орындап, мемлекет, билік, шенеуніктер жайлы жақсы мазмұндағы материалдар беріп отырса болғаны. Сондықтан, кәсіби тұрғыдан келгенде журналистер тоқырап жатыр».

Сұхбат бергендердің БАҚ-ның келер жылдары қалай дамуына

БАҚ дамуы



- БАҚ дамымады
- БАҚ дамуы айтарлықтай болған жоқ
- БАҚ дамыды
- БАҚ-да кері кетушілік байқалады

1. Осы және бұдан кейін келтірілген үзінділер – зерттеу барысында өткізілген жеке сұхбаттар мен фокус-топтардан алынды.

байланысты пікірлері шамамен теңдей екіге жарылды. Жартысынан сәл астамы масс-медиа жақын арада дамидынын, материалды ұсыну барысында жаңа, қызықты қадамдарға баратынын айтты, ал жартысынан сәл кемі, БАҚ-нан айтарлықтай даму күтпейді. Екі жақта БАҚ-ның дамуына екі фактордың әсер ететінін атап көрсетті, олар: қаржы және саясат.

БАҚ-ның көптеген редакторлары мен меншік иелері алдыңғы жылдарға қарағанда жарнама көлемі мен қаржыландырудың ауқымды түрде қысқаруына байланысты өз масс-медиясының дамуындағы жоспарлардан, жаңа жобалардан бас тартуға мәжбүр болғандықтарын атап көрсетті. Олардың біразы жарнаманың бұрынғы көлемінің қалпына келетініне көздері жетсе, жаңа ойларды жүзеге асыруға дайын екендіктерін жеткізді.

Журналистер мен редакторлар масс-медияның дамуы елдегі саяси жағдайға және мемлекеттік органдардың БАҚ-на бұдан да кеңірек еркіндік беруге деген дайындығына байланысты екенін атап айтты.

Редакторлар мемлекет тарапынан масс-медиаға, әсіресе электронды БАҚ-на, бақылау орнату тенденциясын көңіл алаңдатарлық деді. Көпшілігі мемлекеттік органдар тарапынан бақылау әлсіресе, көптеген БАҚ аудитория үшін өтімді болар еді және қазіргіге қарағанда елдеқайда қызықты және мазмұнды материалдар дайындар еді деген пікірге тоқтады.

Сұралғандардың көпшілігі дағдарысқа қарамастан алдыңғы жылдары да байқалған БАҚ-ның техникалық дамуы жалғасады деген пікір білдірді. Мерзімді баспасөз өкілдері БАҚ-ның дизайны мен беттеп, басып шығарылуын, электронды БАҚ-ның журналистері хабар таратудың сапасының жақсаруын күтеді, сонымен қатар эфир телеарналары мен радиостансаларына салмақты бәсекелес бола алатын спутникті және кабелді хабар тарату дамиды деген пікір бар.

Журналистер, сонымен қатар, қоғам талаптарына жауап беретін, тек ойын-сауықтық бағытта жұмыс істей бермейтін интернет-жобалардың дамуын күтетінін атап көрсетті.

Сонымен бірге, сарапшылардың көбі алдағы жылдары БАҚ аудиториясы пассивті болады, талдамалық ақпараттың сапасының дамуын талап етпейді, тек болып жатқан оқиғаларға деген қызығушылықпен шектеліп қалады деп санайды.

МАСС-МЕДИАНЫҢ ЕРКІНДІГІ МЕН ТӘУЕЛСІЗДІГІ

Қазақстан дәстүрлі түрде баспасөзі тәуелсіз емес елдердің қатарына жатқызылады. Freedom House және «Шекарасыз репортерлар» құқыққорғау ұйымдарының индекстерінде Қазақстан соңғы орында, көптеген халықаралық ұйымдар елде БАҚ-ның билік тарпынан жасалған бақылау астында жұмыс істейтінін, журналистердің саяси, экономикалық және қоғамдық оқиғалар мен жағдайларды еркін сипаттай алмайтынын атап көрсетуде. Еркін баспасөздің жағдайы Қазақстанда соңғы бес жыл бойы нашарлауда.

Зерттеу көрсеткендей, қазақстандық журналистер мен медиа-салада жүрген сарапшылардың пікірі халықаралық зерттеушілер мен ұйымдардың пікірімен шамамен бір жерден шықты. Репортерлар мен редакторлар, өздері жұмыс істейтін басылымның меншіктік түріне қарамастан, республика не аймақтарда БАҚ-ын тәуелсіз деп айтуға болмайды дейді.

«Мүмкін журналистер белгілі бір тақырыптарға келгенде тәуелсіз түрде жаза алатын шығар, бірақ жалпы, олай емес. Себебі, БАҚ бизнес-жоба ретінде қарастырылмайды».

«Жоқ, БАҚ-ын еркін деп санамаймын. Оған себеп биліктің қысым көрсетуі, қорқытуы емес, журналистердің, редакцияның өздері қойған белгілі бір шеңберден шықпауы. Көптеген журналистерде сұрақ қою мәдениеті қалыптаспаған, олар тек спикер не айтса, соны жазады».

«БАҚ тапсырыстың, биліктің, құрылтайшының еркінің шегінде тәуелсіз. Салыстырмалы түрде объективті БАҚ бар, бірақ олар өте аз».

«Кез келген БАҚ – біреудің жеке меншігі, белгілі бір саясатты атқарады».

Сұхбат берген редакторлар мен журналистердің көпшілігі БАҚ-ның тәуелсіздігі салыстырмалы ұғым деп жатты, бір тобы БАҚ-ның еркіндігі деген мүлдем жоқ деді, бірақ бәрі дерлік қазақстандық баспасөз – аймақтық және республикалық – тәуелсіз емес деген пікірге келіп тоқтады.

Цензура және өз-өзіне деген цензура

Қазақстандық медиа-мамандардың басым бөлігі (65%-дан астамы) Қазақстанда белгілі бір дәрежедегі цензура бар деп сенімді. Және барлық дерлік репортерлар, редакторлар, меншік иелері республикада цензураның классикалық үлгісі емес, журналистердің өз-өзіне деген цензурасы осы саладағы негізгі түйткілді мәселе екенін атап көрсетті.

БАҚ еркіндігі



Журналистер билікке түрлі басылымдарда жарық көретін материалдарды қадағалап отыруды баяғыда тоқтату керек екенін атап көрсетті, себебі, репортерлар мен редакторлар өздері де редакцияларда бар шектеулерді анық біледі. Бірнеше мемлекеттік басылым мен телеарналардың корреспонденттері оларда басылым бетіне немесе телеэфирге шыға алмайтын белгілі бір тақырыптар мен тұлғалардың тізімі бар екенін айтты. Сонымен қатар, редакторлардың бір тобы материалдарды түзетіп отыру үшін түрлі мемлекеттік органдар (мемлекеттік органдардың деңгейі басылым масштабына байланысты) өкілдермен тұрақты қатынаста болатындығын хабарлады.

Сұралғандардың жартысы өз-өзіне деген цензураны журналистердің ең басты мәселелерінің біріне жатқызды. Редакторлардың пікірінше репортерларда әлеуметтік және саяси мақалалар мен репортаждар дайындауда қорқыныш бар, себебі ол сот ісіне, шенеуніктер тарапынан наразылыққа, жұмыстан шығып қалуға әкеліп соғуы мүмкін.

Сонымен қатар, меншік иелері мен редакторлар түйткілді, өзекті мәселелер көтерілген материалдарды жариялауға тәуекел етпейтінін айтты, оған себеп мемлекеттік әлеуметтік тапсырыстың қаржыландырыуынан айрылып қалу қаупі. Бұл аталған тапсырыстардың тәуелсіз баспасөздің дамуына кедергі болғанын атап көрсеткен, айтылған пікірлерді нақтылай түседі.

«Тікелей цензура жоқ. Цензураның келесі формасы бар: меншік иелері, редакторлар, басылым шығарушылар, журналистер – белгілі бір материалдың неге әкеліп соғатынын анық біледі. Осы жерден келіп өз-өзіне деген цензура пайда болады.»

БАҚ-на ықпал

Зерттеу аясында сұралғандардың пікірі түрлі күштердің БАҚ-на ықпал етуі жайындағы сұраққа келгенде екіге жарылды. Үштен бір бөлігі масс-медиаға меншік иесі ықпал жүргізеді деп санаса, 40 %-дайы ең көп ықпал жүргізетін билік деген пікірді ұстанды.

Мұндай ықпалды журналистер сипаттай келе, оны жағымсыз деп атап көрсетті, себебі, билік пен меншік иелері журналистер мен редакторларды тақырып таңдауда, жағдайды суреттеу еркіндігіне шектеу қояды.

Сонымен қатар, редакторлар бизнестің негізгі жарнама беруші ретінде БАҚ-на деген ықпалының күшейгенін айтты, яғни ол басылымға өз талаптарын қояды, ал масс-медиаға өз кезегінде жарнамадан түсетін түсімнен айырылмау үшін жарияланымдарын шектеуіне тура келеді.

Сұралғандардың ең аз бөлігі БАҚ-на ықпал жүргізетін редактор екенін атап көрсетті, зерттеуге қатысушылардың пікірінше, редактор өте сирек жағдайларда басылымның саясатын анықтайды.

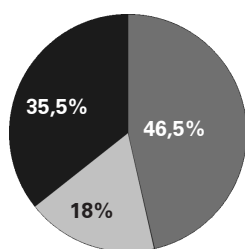
Қатысушылардың бір бөлігі меншік иесінің БАҚ-на ықпал жүргізуінің жақсы тұстарын атап кетті, олардың ойынша, меншік иесінің міндетіне билікпен, бизнеспен қарым-қатынас қалыптастыру кіреді және ол редакцияны сыртқы қысымнан қорғайтын буфер іспеттес.

БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНЫҢ ЫҚПАЛДЫЛЫҒЫ

Масс-медиа түрлі елдерде бақылаушының немесе саяси, қоғамдық салада белсенді ойыншының рөлін ойнайды, саясаткерлер мен қоғам қайраткерлерін өз бақылауына алады, олардың іс-әрекетіне түсініктеме беріп отырады. Қазақстанда ғана емес, жалпы Орта Азияда БАҚ-ның рөлі жұртшылыққа болған оқиға, құбылыс жайында ақпарат беріп отырумен ғана шектеледі, журналистер жағдайдың дамуына болжам жасайтын талдаушы, сарапшының рөлінде өте сирек шығады.

Зерттеу барысында сұралғандардың көпшілігі қазақстандық қоғамда БАҚ өз мүмкіндігіндегі рөлді ойнай алмай отыр есептейді.

БАҚ қоғамдағы рөлі



- БАҚ ешқандай рөл ойнамайды
- БАҚ рөлінің маңызы төмен
- БАҚ қоғамда салмақты рөл ойнайды

«БАҚ ұсақ-түйек мәселелерді шеше алады, адамдарға көмек бере алады. Олар үшін ең бастысы – саясаттан, үлкен саясаттан аулақ жүру. Үлкен саясат облыс әкімінен басталады».

«Билік БАҚ-ын тыңдайды, жергілікті билік оларды көмекші, қажет жерде айтып жіберуші деп санайды, жарияланымдарға құлақ асады».

«БАҚ оқиғаны берумен ғана шектеледі, БАҚ бетінде терең, жан-жақты талдаулар, мәселені шешу жолдарын қарастыру, сараптамалық пікірлер жоқ».

«БАҚ қазір бұрынғыдай рөлге ие емес. Көп адамдар нақты қай БАҚ-ның кімнің қол астында екенін шамалап біледі. Егер бұрындары көпшілік кім кімнің сойылын соғып жүргенін анықтап, ұғына алмаса, қазір оқырмандардың, көрермендердің басым бөлігі қайбір газеттің оппозицияның, енді бірінің мемлекеттің мүддесін көздеп жүргенін түсінді, бұл БАҚ-на деген сенімнің шайқалуына әкеліп соқты».

«Көпшілік арасында БАҚ баяғыда-ақ беделін жоғалтқан. Кейде аудитория сенен артық біліп жатады».

Сонымен қатар, медиа-сала өкілдерінің бір бөлігі республика БАҚ-ның қазіргі рөлі қандай да бір мәселені шешудегі ықпалға ие деп санайды. Сондай-ақ, репортерлар мен редакторлардың көпшілігі баспасөз бұрынғыдай қоғам пікірінің қалыптасуына ықпал етеді, қатардағы азаматтар журналистерге құлақ асады деп есептейді.

БАҚ-на деген сенім

Зерттеу барысында сауалнама жүргізілгендер аудитория қазақстандық баспасөзге қаншалықты сенеді деген сұраққа да жауап берді. Медиа-сала өкілдерінің 60%-дан астамы БАҚ оқырмандар мен көрермендердің сеніміне ие деп нық сенімді, тағы 20%-дайы көпшілік БАҚ-на сенеді, бірақ тұрақты емес деп есептейді, қалғаны қоғамда журналистерге деген сенім баяғыда жоғалған деп ойлайды.

Осылайша, сұралғандардың басым бөлігі қоғам БАҚ-на сенімсіздіктен гөрі сенімділікпен қарайды деп санайды.

Соған қарамастан, БАҚ-ның шешім қабылдайтын жандарға деген ықпалын бағалауда, журналистердің көпшілігі баспасөз айта кетерліктей ықпалға ие емес деп санайды. Шенеуніктер масс-медианы не одақтас, не қарсылас ретінде қабылдайды және көп жағдайда журналист жұмысын елеусіз қалдырады немесе БАҚ ісіне сенбеушілікпен, күмәнмен қарайды. Бұған көптеген басылымдардың өздерінің ақпараттық қызметінің өрісін шектеуі де, масс-медидағы сараптамалық деңгей мен көлемнің елеулі түрде қысқаруы да әсер етуде.

«Кейбір БАҚ-на билік те, қоғам да құлақ асады. Бірақ БАҚ-на деген сенім мәселесіне күмәнмен қараймын».

«Бұқаралық ақпарат құралдарына қарапайым оқырман сенеді. Өздерін мазалап жүрген мәселелерін, сұрақтарын БАҚ-мен бөліседі. Халық пен біздің арамызда бір бірімізге деген қолдау бар».

«БАҚ тек жекелеген мәселелерге келгенде ғана ықпалды, ал үлкен, күрделі мәселелер шешілмейді».

«БАҚ-на деген сенім аудиторияның – нақты оқырманның білімімен, жұмыс орнымен, өмір сүру деңгейімен көп жағдайда байланысты. Қалада адамдар сын көзбен қарайды, ал аймақтарда дәстүр бойынша БАҚ-на деген сенім бар».

Сонымен қатар, сауалнамаға жауап бергендер республикалық деңгейде де, әр аймақта да ықпалды деп айтуға болатын басылымдардың барлығын, оларға шыққан жарияланымдардан кейін, белгілі бір мәселенің шешімін табуы немесе шенеуніктердің жауап қатуы мүмкін екенін атап көрсетті.

Барлық аймақта дерлік журналистер ықпалды БАҚ-ын атап айтып отырды, олар үлкен тиражы бар немесе географиялық қамту аумағы үлкен жекеменшік газеттер мен телеарналар болды. Мемлекеттік басылымдар сирек айтылды, сұралғандардың айтуынша халық оларға сенімнен гөрі, сенімсіздікпен қарайды.

Осыған қатар, көптеген аймақтық журналистер, редакторлар мен меншік иелері республикалық масс-медианың елеулі түрде ықпал жүргізетінін, аймақтық БАҚ көтере алмаған мәселелерді көтеріп, оларды талқылап отыра алатынын деп атап көрсетті. Репортерлар неғұрлым өткір мәселелер көтеріп, журналистік зерттеулер жүргізген, сыни мақалалар жариялаған басылымның ықпалды бола түсетінін айтты. Мұндай басылымдар қарапайым адамдардың да, шенеуніктердің де қызығушылығын туғызады.

АҚПАРАТ АЛУҒА ҚОЛ ЖЕТКІЗУ ЖОЛДАРЫ

Ақпаратқа қол жеткізу Қазақстан масс-медиасының ең өзекті, маңызды мәселелерінің бірі болып қалуда. Журналистерге бұрынғысынша мемлекеттік органдардан ақпарат алу өте қиын.

Зерттеуге қатысқан журналистер мен редакторлар БАҚ туралы заң мен мемлекеттік қызмет туралы заңның репортерларға қажетті және сұралған ақпаратты беру туралы бөлімі жұмыс істемейді. Мемлекеттік органдар заңмен белгілеген мерзімге шыдамайды, редакцияның сұранысын ескерусіз қалдыратын кездері де аз емес, немесе материал дайындау барысында қолдануға жарамсыз жаза салынған жауапты берумен шектеледі.

Шенеуніктерден телефон арқылы ауызша пікір алу мәселесі де шешімін таппай тұр, мемлекеттік ірі қызметкерлердің көбі хат түрінде сұраныс жіберуді сұрайды, оларға жауап тез арада келе қоймайды, осыған байланысты мақала өзінің өзектілігін жоғалтады.

Тағы бір шешілмеген мәселе мемлекеттік органдардың сыни көзқарастағы және оппозициялық басылымдармен, түйткілді мәселелері бар материалдар дайындайтын журналистермен бірлесіп жұмыс жасаудан қашуы. Мемлекеттік басылымдардың ғана қызметкерлері ақпарат алуда қиындықтарға сирек кездесетіндіктерін айтты, олар ақпаратқа оңай қол жеткізеді, себебі мемлекеттік органдар олардың жіберген сұрауларына ықыласпен, ешқандай жағымсыз немесе сыни көзқарастан қорықпай жауап береді. БАҚ-ын бұлай алау журналистердің жұмысындағы теңсіздікті тудырады.

«Біздің әкімшіліктермен, баспасөз қызметтерімен тізе қосып жұмыс жасайтынмызға қарамастан, кейде ақпарат алу қиын болып жатады, бұл олардың БАҚ-мен теріс пиғылдағы қатынаста болғандығынан емес, олар тек өз жұмысын дұрыс атқара алмайды. Кейбір құрылымдарда баспасөзбен бір қалыпқа түскен жұмыс жоқ».

«Бізге мемлекеттік органдардан ақпарат алу өте қиын. Министрге жету үшін, әуелі оның көмекшісінің көмекшісіне жетіп алу керек».

«Ақпарат алуда аса бір үлкен кедергілерге кездесіп отырған жоқпыз, тек кейде ақпарат беруші, білу керек болып тұрса да, білмей кабинеттен кабинетке жібереді. Сол маманның білмейтін дүниесін білемін деп жүргенде уақытың кетіп қалады. Мемлекеттік органдар өздерінің пайдасына болса, онда ақпарат береді. Ал материал өзекті мәселе көтеріп отырса, онда көбінесе, журналистік сауалға сүйкете салып жауап беріп жатады».

«Негізгі қиындық – бюрократизм, байланысқа баруға құлықсыздық таныту. Мемлекеттік органдар өздеріне абырой өпермейтін ақпарат бергісі жоқ».

«Мемлекеттік органдарға жазбаша сауал жіберу – өнімсіз тірлік, я кешіктіріп жауап береді, я толыққанды жауап бермейді. Бұл, енді, сұраққа байланысты, мақтау болса, жауапты бірден береді, тіпті сұхбатқа шақыруы мүмкін, ал проблемалық сауал күмән мен қорқыныш туғызады».

Ақпарат алудағы тағы бір түйткілді мәселе ретінде журналистер белгілі бір тақырып бойынша түсінік беру қажет жағдайда сарапшылардың аздығынан қиналатынын айтты. Мұндай адамдармен байланысты кеңейту қиын, әсіресе аймақтарда, ол жерлердегі журналистер түсініктеме, пікір үшін басқа қалаларға, әдетте, Алматы мен Астанаға хабарласады.

ЖУРНАЛИСТЕРДІ ДАЙЫНДАУ ЖӘНЕ ҚАЙТА ДАЙЫНДАУ

Қазақстанның медиа-саласының өкілдері кадр тапшылығы мен журналистердің кәсібилігінің төмендігін масс-медиа саласындағы ең басты мәселелердің бірі ретінде атап көрсетті.

Журналистік қоғамның кәсібилігінің жоқтығының негізгі себептері ретінде осы сала өкілдері білім беру жүйесі деңгейінің төмендігін, республикадағы журналистік қызметтің, әсіресе ақпаратпен жұмыс шектеулігін және репортерлар мен редакторларды қайта дайындау бағдарламаларының тапшылығын көрсетті.

Журналистер ЖОО-да студенттер журналистиканың қазіргі кездегі талаптары мен шындықтары жайында жеткілікті білім алмайтынын, оқу орнын бітірушілердің редакцияларға келген соң қайта дайындықтан өтетінін атап көрсетті. Осыған байланысты редакторлар ЖОО-мен тығыз қарым-қатынас орнату қажет екенін, олардың журналистерді теориялық тұрғыдан дайындайтын бағдарламаларын тәжірибелік дайындыққа баса назар аудара отырып өзгерту керек екеніні айтты.

Сұралғандардың 65%-дан кемі елдің әр аймағындағы медиа ұйымдардың жұмысымен таныс екенін көрсетті. Зерттеуге ат салысқандардың шамамен жартысы түрлі тренингтік бағдарламаларға қатысқан.

Репортерлар мен редакторлар қайта дайындық пен біліктілікті көтеруде қажеттілік бар екенін айтты, ҮЕҰ ұсынған деңгейдің жеткіліксіз екенін атап көрсетті.

«ҮЕҰ өткізетін тренингтер кәсіби журналистерден гәрі ЖОО-ның бітірушілері үшін көбірек келеді, яғни егер сенде тәжірибе бар болса, сен тренингке онымен бөлісу үшін, біреуден алып, білімді біреуге беру үшін келесің, ал іс жүзінде ештеңе алмайсың».

Медиа-мамандар ЖОО-на да, медиа ұйымдарға да, журналистиканың нақты бағыттары бойынша, әсіресе іскери журналистика мен құқықтық бағыт, шоғырланған жұмыстар жасаудың қажеттілігі жайында айтты. Бұл саладағы бағдарламалардың көптігіне қарамастан көптеген редакцияларда құқықтық бағытта сауаттылықты көтеру қажеттілігі бар. Журналистер егер оларды жала жапты деп айыптаса немесе сотқа тартып жатса өздерін қалай қорғау керектігі жайында жеткілікті ақпарат білмейтінін айтады.

Көптеген редактордар мен журналистер ЖОО-да оқытушы ретінде, тренинг жүргізушісі ретінде шығуға дайын екендіктерін айтты, себебі редакциялардың көпшілігінде дайындығы жоғары кадр тапшылығы бар екенін, сәйкесінше оларды іздеу, дайындауда шешілмеген мәселелер бар екенін көрсетілді.

БАҚ ТУРАЛЫ ЗАҢ

Қазақстанның бұқаралық ақпарат құралдары туралы заңнамасы журналистер мен редакциялар қызметінің сұрақтарын реттеп отыратын, құқықбұзушылық орын алған жағдайда жауапкершілік тағайындайтын заңдар жиынтығынан тұрады. Республикада жала жабу бойынша қылмыстық жауапкершілік бар, қазіргі кезде бір журналист осы айып бойынша бас бостандығынан айрылып жазасын өтеуде¹.

Зерттеуге қатысқан медиа-мамандардың көпшілігі БАҚ туралы заңмен таныс екенін және оған бірқатар өзгертулер енгізу қажеттігін атап айтты.

Сұралғандардың 70 %-дан астамы заңды жетілдірілмеген деп санайды. Көпшілігі не заң мүлде қажет емес, не заңның қандай болатынына қарамастан құжат жұмыс істемейді деген ойда.

«Журналистиканың жоғарғы деңгейге көтерілуіне мүмкіндік бермейтін шектеулер өте көп».

«Заңның жетілмеген тұстары өте көп. Іс жүзінде мүлде жұмыс істемейтін тармақтар бар».

«Қазақстанның БАҚ туралы заңын либералды деп айту қиын, бұл негізі журналистер үшін шектеуші секілді. Шектеу қоятын нормалар өте көп және ерік беретіндері өте аз».

«БАҚ туралы заңның шенеуніктерге БАҚ-на ақпарат беруді міндеттеу туралы бөлімі іс жүзінде жұмыс істемейді. Бұл бөлім толықтыруларды қажет етеді немесе жаңа заң қабылдау қажет».

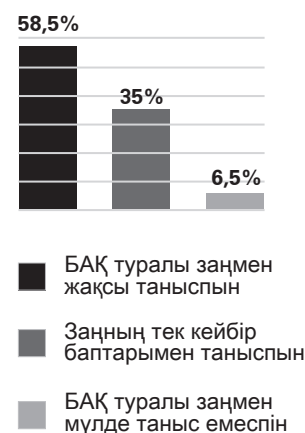
Журналистер БАҚ туралы қазақстандық заңнаманы нақтылықтың болмауы мен қатаңдығы үшін, БАҚ-ын қолдауға бағытталған нормалардың жоқтығы үшін, мысалы, ақпарат іздеу және оған қол жеткізу, айыптайды.

Медиа қоғам, сонымен қатар, жала жабу үшін заңмен қаралған жазаның ақылға сыйымсыздығын, өтемақы сомасы бойынша шектеудің жоқтығын және ар-намысқа келтірілген нұқсан бойынша сотқа шағымдану мерзімінің шексіздігін атап айтты.

Осыған байланысты журналистер мен редакторлар бұқаралық ақпарат құралдары туралы заңның толықтырулар енгізілуі тиіс екі бөлімін атап көрсетті.

Бірінші – ақпаратты алу жайында арнайы заңды қабылдау, ол шенеуніктерді (кей журналистер бизнес құрылымдарды да кіргізді) журналистің сауалына тез арада жауап беріп, қажетті, талап етілген, қоғамдық маңызы бар ақпаратпен қамтамасыз етуге міндеттесе. Сұралғандар осы заңды бұзушыға қолданылатын шаралардың қажеттілігін айтты.

БАҚ туралы заңмен қаншалықты таныссыз



1. Солтүстік Қазақстанның журналисті Вадим Курамин жала жапты деген айып бойынша 3 жыл 10 айға сотталды.

Екінші – жала жабу айыбынан қылмыстық мәнді алып тастау, ар-намыс, іскерлік беделге келтірілген нұқсан бойынша өтемақы сомасын және сотқа шағымдану мерзіміне шектеу қою.

Сонымен қатар, журналистер мемлекеттік құпия мен банк құпиясы жайлы заңдарды нақтылауды ұсынды, олар репортер жұмысына едәуір кедергі, әрі олардың кәсіби міндеттерін орындауға қауіп төндіреді. Жеке-леп алғанда, сұралғандардың пікірінше журналист құпия жариялағаны үшін жауапқа тартылмауы керек деп есептейді, себебі ол ақпаратты оның көзінен алып отыр¹.

Журналистер сонымен бірге жаңа масс-медианы тіркеуде және қызмет атқарудағы қазіргі кезде бар «артық шектеулерді» алып тастауды ұсынды. Заң шет елдіктерге қазақстандық БАҚ-ның 20 % деңгейінде ғана үлеске ие бола алатынын, олардың қазақстандық басылымдарға редактор бола алмайтынын және т. б. қарастырған.

Зерттеуге қатысқандар жақында қабылданған Интернет туралы заңға сынмен қарайды және оны блогтар мен өзге де интернет-ресурстарды БАҚ қатарынан алып тастау арқылы өзгертуді немесе мүлде алып тастауды ұсынады, себебі ол ешқандай жағымды өзгерістер әкелген жоқ, тек интернет-қоғам ғана емес, масс-медиа үшін де қосымша шектеулер қойды.

1. 2009 жыл «Алма-Ата инфо» газетінің бас редакторы Рамазан Есергепов мемлекеттік құпияны жариялағаны үшін үш жылға сотталды, құпия ретінде Жамбыл облысының ұлттық қауіпсіздік Комитеті департаменты директорының республика ҰҚК басшысына арнап жазған хаты алынды. Журналистің осы бап бойынша сотталуы, қазақстандық журналистика тарихында алғаш рет болып отыр.

БҰҚАРАЛЫҚ АҚПАРАТ ҚҰРАЛДАРЫНЫҢ ӨЗІН-ӨЗІ ҚАДАҒАЛАУЫ

Қазақстанда соңғы жылдары журналистердің этикалық кодексін құруға бірнеше рет талпыныс болды, бірақ, ешқайсысы нәтиже бермеді. Тек кейбір БАҚ редакцияларында өзіндік этикалық ережелері немесе кодесі бар.

Қазақстандық журналистер қоғамдық ұйымдар, билік, азаматтар тарапынан жарияланымдардағы айқайлап тұрған тақырыптар, қорлаушы немесе ұяттан тыс, аморльді фотосуреттер, ар-намысқа нұқсан келтіретін материалдары үшін сыеға ұшырап жатады. Редакциялар мұндай шағымдардың көпшілігін негізсіз деп санайды.

Жыл сайын жарияланымнан кейін БАҚ-нан талап етілетін өтемақы көлемі өсуде. Мұндай жағдайдағы шағымдар көбінесе қолайға келмеген БАҚ-ын қаржылық тұрғыдан жойып жіберу мақсатында болады, бірақ масс-медиада этикадан тыс жарияланымдардың жарық көруіне байланысты да айыптар аз болмайды.

Журналистер бірыңғай кәсіби этика Кодексін қабылдауға күмәнмен қарайды, олар мұндай құжаттың іске асуы екіталай, ал кейбір редакциялар мақсат үшін этикалық нормаларды бұзғанын жалғастыра береді деп есептейді.

«Журналистика этикасының Кодексі - бұл утопия».

«Әр редакцияның өз ережелері болуы керек, ол жаңадан жұмысқа келген журналистерге редакция аясында қалай жазу керек екеніне көмек береді.».

«Мұндай этикалық кодекс болса жаман болмас еді, тек оның қалай жұмыс істейтінін елестету қиын».

Көптеген редакция қызметкерлері мәселені шешер кезде олар этикалық кодексті пайдаланбай-ақ шешетінін айтты, материал жазарда қарапайым ар-ұяттың нормаларын сақтау жеткілікті деп санайды.

Журналистердің енді бір тобы этикалық Кодекс БАҚ үшін тағы бір шектеу қоюшы болмақ, нәтижесінде билік тарапынан журналистер мен редакциялар жұмысына кедергі ретінде қолданылуы мүмкін деп санайды. Осыған байланысты журналистер мұндай құжат қабылданар жағдайда оны әбден талқылау керек деген кеңес береді, бұл Кодексстің болашақта журналистерге кедергі келтірмей, керісінше көмектесуі үшін қажет.

БАҚ өзін-өзі қадағалау органдарына деген қарым-қатынас

БАҚ өзін-өзі қадағалау органдары соңғы жылдары үлкен демократиялық дәстүрі қалыптасқан Еуропаның елдерінде құрылып, жұмыс істеп

жатыр. Негізі, бұл елдерде масс-медианы моралдік шығын өтемақысы бойынша жауапқа тарту тек кей жағдайларда ғана қолданылады, ал айыппұл сомасы не мүлде жоқ, не үлкен емес.

Өзін-өзі қадағалау органдары азаматтар мен ұйымдардың масс-медиада жарық көрген жарияланымдарға байланысты арыз-шағымдарын қарастырады, сол бойынша БАҚ-на айыппұл белгілейді немесе шағымдарды кері қайтарады, осылайшы дау, жанжалдарды реттеп отырады.

Зерттеу қазақстандық медиа-қоғамның БАҚ өзін-өзі қадағалау органдары жайында іс жүзінде ештеңе білмейтінін, тек осы секілді ұйымдардың шет елдерде бар екенін естігенін ғана көрсетті.

Өзін-өзі қадағалау органдары жайында Қазақстанның тек бір өңірінің – Қарағанды облысының журналистері жақсы біледі, ол жерде қазір республикадағы бірінші БАҚ-на келіп түскен шағымдарды қарастыратын қоғамдық кеңес жұмыс істейді¹.

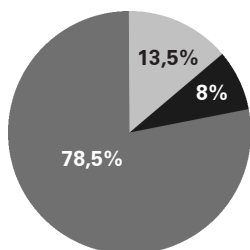
Журналистер редакция мен азаматтар немесе заңды тұлғалар арасындағы дау, жанжалдарды қарастыратын БАҚ-ның өзін-өзі қадағалау органдарын құруға сын көзбен қарайды.

Сұралғандар мұндай органдар қандай формада құрылатынын түсіне алмайтынын айтты. Бұл органның құрамына кім кіреді, олар қандай негізде сайланады, кеңес шешімі орындалуы міндетті ме, осы секілді сұрақтар журналистерде пайда болды.

Репортерлар мен редакторлар кеңестің құзырлығына және оның объективтілігіне күмәнмен қарайды, себебі олар республикалық деңгейде БАҚ-ның бәрінің қолайына жағатын құзырлы тұлғалар көріп тұрған жоқпыз дейді.

Сұралғандардың үштен бір бөлігінен азы мұндай кеңестің шешіміне сеніп, орындауға әзір екендіктерін айтты. Көптеген редакциялар осындай кеңестер құрылып, жұмыс жасай бастағанда ғана бұл іске қатысты өз пікірлерін айта алатынын атап көрсетті.

Сіз БАҚ өзін-өзі қадағалау органдарының не екенін білесіз бе



- Жақсы білемін
- Білмеймін
- Білемін, бірақ аздап қана

1. Кеңесті MediaLife қоғамдық қоры құрды, www.medialife.kz

Журналистер кәсіподағын құру

Қазақстанның БАҚ-ның басым бөлігінде кәсіподақ жоқ. Республикада тек бір ғана кәсіби масс-медиа қызметкерлерінің ассоциациясы бар, ол – Қазақстан журналистерінің Одағы, бірақ ол классикалық кәсіподақ болып саналмайды.

Бірақ, масс-медиа өкілдері көпшілігі қазақстандық журналистердің кәсіподағын құруда ешқандай қажеттілік көрмейді, себебі, біріншіден, ол осы сала мамандарының бәрінің басын қоса алмайды, екіншіден, шын мәнінде жұмыс атқаратын құрылым бола алмайды.

«Журналистика – бәріне бірдей кәсіподақ құратын мамандық емес. Біз осы тәріздес ұйым құрайық дегенбіз, бірақ басшылық үн қаспады және қызметкерлердің бәрі бірдей қосыла қоймады».

«Кәсіподақ тек жас журналистерге қажет».

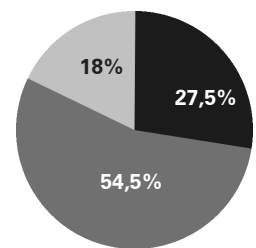
«Мұндай ұйымдар құрылып тұрады, бірақ артынан жоғалып кетеді. Менің ойымша, шығармашылық жұмыстың ерекшелігі тұрақты кәсіподақ құруға мүмкіндік бермейді».

«Жалпы салалық кәсіподақ артық болмас еді. Бізде кәсіподақ оның басында инертті адамдар тұрғандықтан елеусіз рөл ойнайды. Кәсіподақ құруға болдаы, бірақ қажет пе, міне мәселе осында».

Зерттеуге қатысқандар бірыңғай республикалық журналистер кәсіподағын өздеріне елестете алмайды, ол құрылған жағдайда да жақсы жұмыс істей алмайтын құрылым болады деп санайды.

Сонымен қатар, журналистер мұның, бірақ, журналистер құқығын қорғау қажеттілігін, әсіресе аймақтарда журналист құқығы жиі бұзылады, алып тастау деген сөз емес дейді. Осыған байланысты, кәсіподақтар құру туралы талқылау қажет, олар журналистердің шағын топтарымен жұмыс жасар еді.

Қазақстанда журналистерге кәсіподақ құру қажет пе



МАСС-МЕДИА ҚАЖЕТТІЛІКТЕРІ

Қазақстандық журналистердің бәрі дерлік бұқаралық ақпарат құралдарының сапасын көтеру керек деп санайды. Бұған ең бірінші журналистер мен редакторлардың біліктілігін көтеру арқылы ғана жетуге болады.

Сұралғандардың басым бөлігі (90 %-дан астамы) түрлі бағыттағы тренингтер мен семинарларға қатысуға мүдделі екендіктерін айтты. Мұндай тренингтердің журналистер көрсеткен аумағы үлкен болып шықты.

Журналистердің көпшілігін іскери журналистика қызықтырады. Репортерлар мен редакторлар қаржы секторында, банк ісінде, қаржылық институттардың жұмысында білімдерінің аз екенін, макроэкономика жайында аз білетіндіктерін, кей журналистер экономикалық процестер жайлы мүлдем білмейтіндіктерін айтады.

Журналистердің енді бір үлкен тобы өз білімдерін құқықтық салада жетілдіргілері келеді, оларды масс-медиа қызметін реттеу, журналистерді құқықтық жағынан қорғау әдістері, сот жұмысы мәселелері, заңдық техника мәселелері қызықтырады.

Сонымен қатар, журналистер мен редакторлар өздеріне қажетті, қызықты бағыт ретінде халықаралық журналистика стандарттарын, батыс басылымдарының жұмыс моделін, халықаралық журналистиканы, саяси шолуды, экологиялық журналистиканы, ұрыс-жанжалдардан, әлеуметтік мәселелерден ақпарат беріп отыруды көрсетті.

БАҚ өкілдерінің 60 %-дайы масс-медиа менеджменті бағытында ой-өрісін жетілдіруді қажет деп тапты, олар осы бағытта өз білімдерін жеткіліксіз деп санайды.

Редакторлар ЖОО-да білім беру деңгейін көтеруге ат салысуға дайын екендіктерін айтты, себебі, олар оқу орындарының түлектерін – кәсіби мамандардың жұмысқа тұруына мүдделі.

Медиа-мамандар шығармашылық қажеттіліктермен қатар алғашқы орындарға экономикалық қажеттіліктерді де қойды. Журналистер мен редакторлар жарнама берушілер санын кеңейту, бизнеспен қарым-қатынасты жақсарту, редакциялар мен бизнес-құрылымдар арасында ұзақмерзімді байланыстар орнату жағдайын жасау қажет екенін атап көрсетті.

Осыған байланысты басылымдардың коммерциялық және жарнамалық қызметінің жұмысын жақсартуға және олардың кәсіби деңгейін көтеретін жаңа тренингтік бағдарламаларға деген қажеттілік шықты. Қазіргі кезде, басылымдардың шектеулі бөлігі ғана мұндай мастер-кластарға қатыса алады, ол бағдарламалардың қымбаттылығы мен санының аздығынан болып отыр.

Бұдан бөлек редакторлар құрамына басылымдар мен бизнес-құрылым өкілдері кіретін мекеме немесе арнайы кеңестің дамуы жайында айтты, осы мекемелердің арқасында екі жақ өзара қарым-қатынас орнатып, кеңесіп отырар еді дейді.

Редакциялардың тек аз ғана тобы материалдық базаны жақсарту, жаңа қондырғылар сатып алу секілді өткір техникалық қажеттіліктер бар екенін айтты. Мұндай қажеттіліктерді аймақтық және шағын басылымдар сезініп отыр, олар керек жабдықтарды жаңарту қажет дейді, сонымен қатар, кей басылымдар өз типографиясына қол жеткізгісі келеді, себебі, олар басылымын шығаратын жерлердің қызметі қымбат.

Қазақстанда өз бетінше халықаралық донорлық ұйымдардың гранттық бағдарламаларына қатысқан немесе журналистиканың қандай да бір саласын дамытуға арналған жобаларын ұсынған редакция жоқтың қасы. Бірақ, басылымдардың 70 %-дан астамы мұндай бағдарламаларға қатысуға қызығушылық танытты және донорларға жоба ұсынысымен қажетті өтініш жіберуге дайын екенін айтады, себебі, редакциялар тұрақты түрде дамуда және жаңа ойларды талқылайды.

МАСС-МЕДИАНЫҢ НЕГІЗГІ МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН ҚАУІП-ҚАТЕРЛЕРІ

Қазақстандық бұқаралық ақпарат құралдары үшін қатер екі негізде болуы мүмкін: саяси және экономикалық. Әсіресе экономикалық қатерді журналистер мен редакторлар басылым үшін негізгі деп санайды.

Сұралғандардың 60 %-дан астамы өздерінің редакциялары үшін жарнаманы немесе қаржыландыруды жоғалтуды негізгі қатер деп есептейді. Бұл басылымның не жабылуына, не қызметкерлер санының айтарлықтай кемуіне әкеліп соғуы мүмкін. Редакторлар мен репортерлар соңғы бір жарым-екі жылда экономикалық қатердің ықпалыны айтарлықтай өсті дейді. Тек 20 %-ы ғана өз редакциясының қаржылық жағдайын тұрақты деп санайды, ал қалғаны жарнама көлемінің азайғанын, жарнама берушілердің, әсіресе құрылыс компаниялары мен банктердің, кемігенін атап айтты.

Қазақстандық медиа-бірлестік, қазіргі жағдайдың жағымды жағын айта келе, дағдарыстан кейін нарықта тек күшті ойыншылардың қалатынын, олар оқырмандарды ақпаратты беруде қызықты амалдармен, тәсілдермен ұстап қала алатынын айтты.

Сонымен қатар көптеген басылымдар экономикалық қатер жанында менеджмент сапасын көтеру қажеттілігі бар екенін атап көрсетті, бұл редакция тұрақтылығын нығайттып, қазір кездесіп отырған дағдарыстық жағдайға ұқсас сәттерден шығуға көмектесер еді дейі.

Саяси қауіптің арасында медиа-мамандар билік тарапынан жасалатын қысымның күшеюін немесе медиа-саланы толықтай билік қарамағаны алуға деген әрекеттерді атап көрсетті. Мұндай тенденцияны елдің барлық аймағындағы журналистер байқап отыр.

Соңғы жылдардағы БАҚ қызметін бақылауға алу элементі ретінде қолданылатын мемлекеттік әлеуметтік тапсырыстың күшеюі осы тенденцияның аясында деп санайды журналистер. Сонымен қатар, осыған ұқсас мәселе билеуші «Нұр Отан» партиясының 2008 жылдың соңында қол астына бірқатар БАҚ-н алуы да көрсетілді, кейбір сұралғандар, бұл жағдайды жағымсыз деп есептейді, себебі, партиялық холдинке кірген БАҚ елдегі оқиғаларды беруге келгенде объективті бола алмайды.

Аймақтық БАҚ-ның журналистері Қазақстан аймақтарындағы медиа-салаларға иелік ету қаупі бар екенін айтады. Ықпалды топтар қол астына ең бір белгілі, еркін деген БАҚ-ын алуға тырысады, нәтижесінде БАҚ өз өткірлігін жоғалтуы мүмкін.

ҰСЫНЫСТАР

Заңды өзгертуге байланысты

- Заңды пікір білдіру еркіндігі бойынша еуропалық және халықаралық стандарттарға сәйкестендіру.
- Жала жабу және жәбірлеу үшін болатын жазадан қылмыстық сипатты алып тастау.
- Бұқаралық ақпарат құралдарының қызметкерлері мен журналистерге жасалған шабуылдар, қастандықтар мен өлтіруге байланысты жазаны қатайтып, күшейту.
- БАҚ-нан моральды шығынды қалпына келтіруді талап етіп түскен дау соммасына мемлекеттік баж салығын салу.
- Бұқаралық ақпарат құралдарынан ар-намыс, іскерлік беделге нұқсан келтіргені үшін алынатын айыппұл сомасын шектеу, ол үшін Жоғарғы соттың БАҚ-нан алынатын міндетті алым бойынша ұсынысын кеңейту.
- Бұқаралық ақпарат құралдарынан моральдік нұқсан мен шығынға байланысты алынатын өтемақы мен осы жағдайдағы сотқа шағымдану мерзімін шектеу.
- Журналистер мен азаматтардың ақпаратқа қол жеткізуі туралы заңды кеңінен талқылап, қоғамдық ұйымдардың пікірін ескеріп баырып қабылдау.
- Журналистің кәсіби қызметіне кедергі келтіргені үшін жазаны қатаңдату.
- Журналистің сұраған ақпаратын бермегені үшін мемлекеттік қызметкерлерге қолданылатын жазаны қатаңдату.
- Ақпараттық-коммуникациялық заңды қайта қарау немесе алып тастау, сол арқылы интернет-ресурстарды бұқаралық ақпарат құралдары деп танудан бас тарту.
- БАҚ туралы заңға масс-медианы монополизациялауға тыйым салатын өзгертулер енгізу.
- Қазақстандық БАҚ-ның үлесіне шет елдіктердің иелік етуін не алып тастау, не өзгерту мәселесін қарастыру.

Мемлекеттік органдарға

- Ақпараттық саясатты жүргізу бағытында мемлекеттік тапсырыстарды бөлу кезінде бақылау жүргізетін қоғамдық институт енгізу. Мемлекеттік тапсырыс аясында қаржыны бөлерде ашықтық сақтау. Мемлекеттік тапсырысты таратуды бақылау мақсатында қоғамдық кеңес құру.
- Мемлекеттік БАҚ-ының қызметін бақылайтын қоғамдық институт енгізу, сәйкесінше қоғамдық институт (институттар) құру.
- Азаматтық қоғам мен медиа ұйымдардың арасында БАҚ саласындағы қазақстандық заңды реформалау жөніндегі диалог аясын кеңейту.
- БАҚ туралы заңға өзгертулер енуі мен интернет туралы заңды қабылдауда азаматтық қоғам пікірінің шет қалуы мысалында БАҚ туралы заңға медиа қоғамда кеңінен талқыламай өзгертулер енгізуден бас тарту.

- Журналистің ақпарат алуына деген бақылауды күшейту, шенеуніктер мен арнайы департаменттерге арналған баспасөзбен жұмыс жайында нұсқауларды кеңейту.

Медиа бірлестікке

- Қазақ және орыс тілді бұқаралық ақпарат құралдары арасында өзара қарым-қатынасты кеңейту, қоғамға елдегі оқиғалар жайлы екі тілде толыққанды ақпарат беру. Мемлекеттік және ресми тілдерде жарық көретін БАҚ-ның өзара әріптестік қарым-қатынасы бойынша қоғамдық кеңес құру.
- БАҚ туралы қазақстандық заңды реформалау жайындағы екіжақты келіссөздерді құқықорғау және медиа институттардың арасында жандандыру.
- Республикада масс-медиаға иелік етудің құрылымының ашықтығын анықтай түсу, ол БАҚ-ның позициясын жақсырақ түсінуге көмек болады.
- Кадр дайындауда жағдайды жақсарту үшін ЖОО-мен, білім беретін құрылымдармен белсенді түрде әріптестік қарым-қатынаста

Медиа ұйымдар мен донорлық институттарға

- Қазақстанның сөз бостандығына байланысты міндеттерін орындауын қадағалауды күшейту.
- Журналистерді оқыту мен қайта даярлау бағдарламаларына байланысты тұрақты түрде зерттеулер жүргізіп тұру.
- Журналистердің құқықтық білімін жетілдіруді жалғастыру және кеңейту.
- Журналистерді оқыту барысында бірнеше бағдарламаларға баса назар аудару, әсіресе пікірдің жан-жақтылығы мен сөз еркіндігін дамытатын бағдарламалар: журналистік зерттеу, талдамалық (аналитикалық) журналистика.
- Қаржы және экономикалық журналистика бойынша оқыту және қайта оқыту бағдарламаларын кеңейту.
- Масс-медиа саласында ұсыныстар әзірлеу үшін медиа қоғамның мәселелеріне талдама жүргізетін тұрақты түрде жұмыс істейтін сараптамалық топ құру.
- Бұқаралық ақпарат құралдарын дамыту мақсатында қызмет атқарып жатқан медиа ұйымдардың өзара қарым-қатынасын кеңейту, көмек бағдарламаларында үйлескен саясат жүргізу.
- Журналистер этикасы Кодексін талқылаған жағдайда, бұл жұмысқа халықаралық сарапшыларды шақыру, бұл тәріздес құжатты тек медиа қоғамда үлкен талқылау болғанан кейін ғана қабылдау.
- Республикада БАҚ-ның өзін-өзі басқару органдарын енгізу жайындағы талқылауды жалғастыру, бұл тәрізді істі тек сынақ негізінде енгізу және мұндай органдарда ротациялық институт құру, түрлі бағыттардың және қоғам өкілдерінің ұсынылуының нақты принциптерін қадағалау.

RESULTS OF RESEARCH

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

INTRODUCTION

The Research «Kazakhstan Mass Media: key participants, possibilities, needs and risks» was carried out in 2009 by the International Centre of Journalism MediaNet under the auspices of Soros Foundation - Kazakhstan. The research covered 10 regions of Kazakhstan (Almaty city, Astana city, Akmolinsky region, Aktyubinsky, Almaty region, Atyrau area, East Kazakhstan, Zhambylsky area, Karaganda region, Kostanajsky region, North Kazakhstan, South Kazakhstan areas).

The principal objective of the research was definition of key needs for development of mass media in the republic, the basic risks of mass media, issuance of recommendations for media and donor community, state authorities and media structures.

About 350 journalists, editors, proprietors of mass media, publishers, representatives of state authorities, non-governmental organizations, state and private educational institutions preparing journalists, have taken part in the research.

The research included three stages:

- During the first stage the information on the key participants of mass media market – print and electronic publications of republican and regional level, was collected and processed;
- During the second stage more than 280 interviews with journalists, editors, proprietors of mass media, publishers, representatives of institutions of higher education, state authorities and nongovernmental organizations in 10 regions of Kazakhstan was carried out; also approximately 70 brief questionnaires was sent and received by e-mail from regional journalists;
- The third stage was the processing and analysis of the information and preparation of recommendations.

During the research its authors used open sources of information, databases of the state authorities, data of mass media. All the extracts from interviews introduced in the final document, were published anonymously.

The basic results of the research which is one of the most large-scale reviews of mass media activity in the republic for the last years, are as follows:

- The research is actually the joint portrait of the republic mass media – journalists as viewed by journalists; at the same time reporters and editors within the research submit their own view of the existing problems and decisions which can be used for the development of mass media;
- The research set the existing key problems of media community;
- The basic needs of mass media which were first of all concentrated in economic and creative areas, have also been defined;
- The key risks of mass media have been revealed.

The analysis of problems, needs, possibilities and risks allows to correct the directions of support of mass-media and the help programs for them carried out by media organizations and donor community. It will also improve the understanding of mass media sphere situation among journalists and editors and other interested parties – state authorities, nongovernmental organizations, institutions of higher education, international and local media structures.

The final document is the review of key conclusions from the research which are divided into blocks according to the covered questions. The document also includes the review of media landscape of the country and the recommendations prepared based on the results of the research.

The findings and conclusions from the research do not necessarily represent the point of view of its authors and Soros Foundation - Kazakhstan, but result from the review of the opinions collected during the project work.

THE MEDIA LANDSCAPE OF KAZAKHSTAN

Mass media in Kazakhstan

In Kazakhstan, there are more than 2970 registered acting mass media out of which more than 200 are electronic¹. Mass media are concentrated mainly in cities – the capital, Almaty and the regional centers. At the same time the regional newspapers of the limited circulation are still issued.

The bulk of publications (more than 85-90 %) in Kazakhstan are non-governmental. The state publications work in all regions of the country under the auspices of local akimats (executive bodies) and maslikhats (representative bodies). In Astana and Almaty, several state republican newspapers and magazines are published, the republican state television and radio stations broadcast.

At the same time, in spite of the official statistics showing that the majority of the publications in Kazakhstan are independent, the bulk of mass media are loyal to the state authorities due to the familiarity of mass media owners with state authorities, receipt of public funds by mass media and other reasons.

During the last years there is the popular practice of public contract in mass media, irrespective of the form of their property, republican and local state authorities tender for publication of socially crucial information on various themes in mass media. Mass media submit applications for the tender and those mass media usually win who are loyal to the state authorities. In 2009, mass-media have received an order of 1,1 billion tenge (7,3 million US dollars)² within the public contract from the Ministry of Culture and Information of Kazakhstan. Thereat, the same editions receive the public contract for the state information policy every year.

The proprietors of mass media in Kazakhstan are often the commercial corporations, financial and industrial groups, in the regions - usually large and medium businessmen. As a rule, the proprietors do not reveal the information that they are the owners of mass media: the official proprietors are the private companies or intermediators.

In the republic there are several large media holdings which are owned by the financial and industrial groups or large businessmen. Public mass media are also grouped into holdings («Arna media» holding - TV channels «Khabar», «El Arna», «Kazakhstan», CaspioNet, radio stations «Kazakh radio», «Khabar», «Shalkar», newspapers «Kazakhstanskaya pravda», «Eguemen Kazakhstan», news agency «Kazinform» etc.), and the mass media owned by the governing party «Nur Otan» (TV channel «Astana», radio stations NS and RDV, newspapers «Liter», «Aikyn», «Turkestan» etc.) are also united into holding. Other holdings are not the formal structures.

In Kazakhstan, the division into supporting government and oppositional mass media is widespread, at the same time the last group includes

1. The data of the Ministry of Culture and Information of Kazakhstan Republic of September, 2009.

2. The data are received from the site of the Ministry of Culture and Information of Kazakhstan Republic.

no more than 10 newspapers which are published under the auspices of opposition parties and activists. There are practically no neutral mass media in the country – support of some political or financial group is notable and it can be seen in publications and their tonality. Or mass media prefer apolitical view, trying to keep away from dangerous themes.

Despite the undertaken efforts the gap between Kazakh and Russian speaking mass media of the republic which exist almost as in parallel worlds during the last years, is not reduced. The mass media published in two main languages of the country, do not collaborate and cooperate except for those publishing houses which have newspapers or magazines in Kazakh and Russian languages. But even in these editorial offices the cooperation between Russian and Kazakh speaking journalists is minimal.

It also influences on the content of the publications which sometime can be opposite – the Kazakh language mass media do not discuss the problems which are usually touched by the Russian speaking publications and on the contrary. It results in worse or even contradictory informing of people and increasing misunderstanding between different language groups.

Besides, there is the discord in thematic preferences, views of coverage, professionalism of Kazakh and Russian speaking mass media.

Republican mass media

Not less than quarter of all mass media in Kazakhstan are republican. The print mass media are distributed via public and private networks of distribution, electronic mass media use the public aerial networks, broadcasting via cable networks and satellite becomes more popular.

Less than 10 aerial TV channels in Kazakhstan cover broadcasting for more than half of the republic population (public TV channels «Khabar», «Kazakhstan» and «El Арна», private KTK (Commercial Television Channel), NTK (New Television Channel), «Rakhat», «7th channel», “Astana” and «31 channel»). Approximately half of these channels broadcast from Astana, the rest - from Almaty.

The most of republican print mass media have central offices in Almaty and are printed in large printing shops of Almaty and regions (mainly, Karaganda, Aktobe, Shymkent).

The overwhelming majority of the republican mass media position themselves as social and political i.e. universal covering almost all themes, in the republic there are about 20 acting well-known business editions (newspapers and magazines).

According to the official information, there are more than 10 acting news

agencies in Kazakhstan. At the same time, five agencies are large, the majority of them have central offices in Almaty (except for the public «Kazinform» and joint Russia-Kazakhstan agency “News-Kazakhstan”).

All republican print and electronic editions have large correspondent’s offices in Astana and the network of stringers (out-of-staff correspondents) in the majority of Kazakhstan regions, at the same time just some editions have correspondents abroad.

Regional mass media

In all Kazakhstan regions there are all in all not less than 50 public and private acting mass media. At the same time, in a number of regions the quantity of print and electronic mass media considerably exceeds the existing number of mass media in other regions. It depends to a large extent on the quantity of people and concentration of pressure groups (large financial groups, enterprises, business) which are usually the owners of local mass media, in a region.

So, the leading regions by the number of mass media in Kazakhstan are Karaganda region, Pavlodar region, Aktyubinsk region, South Kazakhstan, East Kazakhstan and Atyrau region¹ where many publications known for their professionalism and authority not only in these regions but also outside, are concentrated.

The outsiders by the number of mass media are Kyzylorda region and North Kazakhstan where there are far less of mass media than in other regions which can be explained by a smaller number of population in comparison with other regions.

In the republic for the last years there is the obvious separation of regions and the mass media published in them, by a language principle. In south and western regions of the country there are much more of newspapers published in Kazakh language, in north, center and east – in Russian. At the same time, in a number of regions (for example, in Kyzylorda region) the broadcasting is in national language since it is the need of the population, mainly the ethnic Kazakhs.

At the republican level the Russian language editions which number exceeds the quantity of the Kazakh language newspapers and magazines, remain the leader position among print editions. However from the middle of 2000s there is the tendency of increasing the number of Kazakh language editions and reduction of Russian language publications that is caused by the increase in number of the national language-speaking population.

1. Analysis of the open sources – data bases, information from the state authorities and non-governmental organizations.

Internet media

In the republic, according to the information of 2008, about 14 % of population is the Internet users¹. Upon the growth of Internet users' number there is also the increase of Internet editions. At the same time the majority of them position themselves as infotainment rather than social and political.

Internet versions of print editions (for example, "Time" ("Vremya"), "Liter" newspapers) are also popular. Newspapers usually do not prepare special materials for online version, they just publish the materials of the print version. Readers are attracted by the possibility of commenting the articles.

The popularity of Internet resources which have been working for 5 and more years, collect and distribute news and analytical materials about the situation in Kazakhstan and abroad, has considerably increased.

The number of bloggers – the authors of network diaries - has also been increasing for the last two years. New blogs are being opened now as on the earlier known resources, such as Livejournal.com (its popularity is decreasing due to the constant blocking in Kazakhstan since October, 2008) or LiveInternet, but also on the local resources opened rather recently. The majority of network publications are devoted to everyday life problems and events, less frequently authors of the diaries write about politics and economics.

Incline to the entertaining content is distinguished in the majority of Internet resources in Kazakhstan that can be explained by the inquiry from the users which are mainly the young people, as well as the popularity of the operating social-political resources which are difficult to compete with.

After rough debates and acceptance of the amendments to the legislation on the information and communicative networks (Law on Internet) in Kazakhstan in August, 2009, there is strong anxiety about the possible introduction of censorship on the Internet, which is indirectly proved¹ by the introduction of pre-moderation on many resources, increase in number of moderators and strict rules of registration, sending of messages and commenting on sites. At the same time it is impossible now to evaluate the negative effect of the new law on the activity of bloggers – the civil journalists – who were also rather close-tongued in description of political events in the country before introduction of the amendments.

1. The data of the Agency of Informatization and Connection of Kazakhstan Republic

Media organizations

There are more than 15 active republican and regional non-governmental organizations in Kazakhstan who proclaim their mission to be the assistance to the development of freedom of speech and mass media.

Media organizations render the legal aid to journalists (International Fund of Protection of Freedom of Speech «Adil Soz», MEDIALIFE fund in Karaganda etc.), implement training programs for the journalists qualifications upgrade (International Centre of Journalism MediaNet, «Internews-Kazakhstan», the North Kazakhstan Legal Media Centre etc.). Organizations implement several projects at once in various directions.

In Kazakhstan there is no professional union of journalists which would be aimed at assertion of the journalists' labor rights. In the republic there is the professional association of mass media workers – the Union of Journalists of Kazakhstan, as well as the organization which unites the electronic mass media – National Association of Broadcasters. Several international non-governmental media organizations – the representations of Internews Network, Institute for War and Peace Reporting (IWPR) etc., work in Kazakhstan.

The majority of non-governmental organizations work on the grants of local and international donor organizations, such as Soros Foundation - Kazakhstan, OSCE Center in Astana, Friedrich-Ebert Fund, embassies of the Great Britain, USA, Netherlands, USAID etc. The media organizations in regions also participate in tenders for the public social contract that the republican organizations do less frequently.

DEVELOPMENT OF MASS MEDIA IN KAZAKHSTAN

Kazakhstan mass media actively progressed in the early 1990s after proclaiming the independence of the country. Every year new editions appeared and tried to attract the reader by outstanding materials and new forms of journalism. At present the majority of those editions do not exist any more, upon that several the most remarkable editions which represented independent journalism of Kazakhstan, for example, "Caravan" newspaper which has undergone set of changes and shifts of owners since 1991 when it had started to be published, are still working.

In the end of 1990s, many of the independent TV and radio stations which were popular and independently criticized the state authority, had to close. Since this moment when their place was taken by new electronic mass media or the old ones had been significantly changed, TV and radio of Kazakhstan had practically ceased to be considered independent and critical.

During the research it was being determined how the mass media varied for the last three-five years based on the opinion of mass media workers, representatives of state authorities and the non-governmental organizations, teachers of higher educational institutions. The majority of the respondents agreed that there had not been any considerable changes in mass media.

More than half of the interrogated (53 %) people stated that they had not been noticing any development of mass media in Kazakhstan. One of the main reasons for that is considered to be the absence of sufficient financing as well as the strict limits which the journalists are exposed to.

«Mass-media develop poorly. There is the obvious lack of good mass media. There are no any conditions that help strong development. There is the obvious regress on TV and radio»¹.

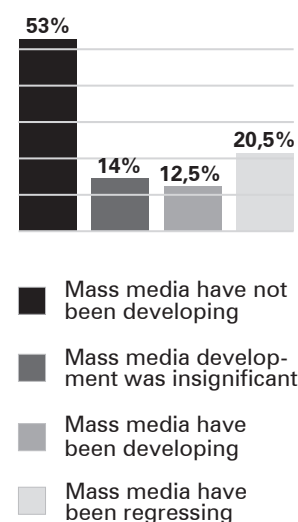
«Mass media have been staying for a long time at one and the same level. In some media there is the regress because the society becomes more and more closed..

«The public mass media are at one level of development since there are coordination».

«Journalists of the public mass media do not need to be occupied with their professional duties, i.e. search for the truth and submit unbiased materials. They only have to follow the instructions of their management and give positive materials about the government, authorities, officials. Therefore, the journalists professionally degrade».

Thus, upon the estimation of how the mass-media will develop the next years the opinions of the interrogated respondents are divided into two approximately equal groups (about fifty-fifty). So, little more than a half of the respondents think that mass media will develop, little less than

Development of mass media



1. From now on – citations from the personal interviews and focus groups carries out during the research

a half does not expect any considerable progress in mass media. Both groups agree that the development of mass media will be influenced by two factors: financial and political.

So, many editors and proprietors of mass media specified that they had to close new projects, give up the plans of development of their mass media due to serious reduction of advertising and financing volumes in comparison with the previous years. Some part of the editors and proprietors noted that they were ready to introduce new ideas after being assured of returning of the previous volumes of advertising.

Journalists and editors also specified that the development of mass media greatly depends on a political situation in the country and readiness of the state authorities to give mass media more freedom.

Editors considered the tendency for more control of mass media, especially electronic mass media, by the government, to be alarming. At the same time, many editors agreed that in case of derestriction of mass media by the state authorities, many mass media could become more popular and prepare much more interesting and informative materials.

The majority of the interrogated respondents agreed that the next years regardless of the crisis, there would be the technical development of mass media which had also been noticeable during the previous years. The representatives of print editions expected improvement of design and imposition of publications, journalists of electronic mass media - quality of broadcasting as well as the development of a satellite and cable broadcasting which was the strong competitor to the aerial TV channels and radio stations.

Journalists also noted that they expected growth of Internet projects which would meet the requirements of society and would not be only entertaining.

At the same time the majority of experts considered that the audience of mass media would remain rather passive the next years and would not require the improvement of quality of analytical information, expressing interest only to current events.

FREEDOM AND INDEPENDENCE OF MASS MEDIA

Kazakhstan is traditionally qualified as the country where mass media is not free. The republic constantly takes the last places in the lists of Freedom House human rights organizations and «Reporters without borders», many international organizations note that mass media in the country work under the control of the authorities, journalists can not freely describe political, economic and public events and the phenomena. Upon that, the situation of mass media freedom in Kazakhstan have been constantly deteriorating during the last five years.

The research showed that Kazakhstan journalists and experts in media sphere held the same view as the international researchers and organizations. Reporters and editors regardless of the form of ownership of the editions they work in, noticed that it was impossible to consider mass media in their regions and in republic as a whole, to be free.

«Probably on the certain themes journalists write independently, but in general - no. Because mass media are not considered as business projects».

«No, I do not consider mass media to be free. And this is not due to pressure or intimidation of journalists by the authorities, but because of the fact that editorial bodies are afraid to outrun some limits which they established by themselves. Many journalists do not have such culture – to ask questions, they write only what speakers say».

«Mass media are free within the order and wish of the authorities, founders. But, there are more impartial mass media, there are very few of them».

«Any mass media is owned by somebody and carries out any certain policy».

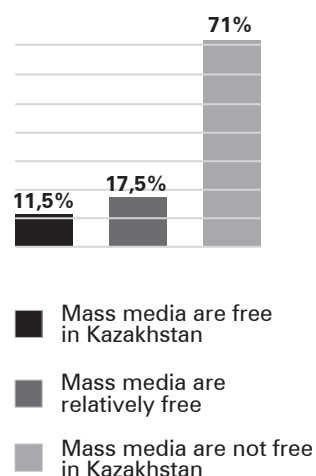
Many interrogated editors and journalists noticed that the concept of mass media independence was relative, some part of them said that freedom of mass media did not exist at all, but the absolute majority agreed that the Kazakhstan mass media – both republican and regional – is not free.

Censorship and self-censorship

The overwhelming majority of the Kazakhstan media specialists (more than 65 %) are sure that the censorship in Kazakhstan exists to a greater or lesser degree. Upon that, almost all reporters, editors and proprietors specify that the main problem in this sphere in the republic is not the censorship in its classical understanding, but self-censorship of journalists.

Journalists note that it is already a long time that the authorities do not need to check up all materials issued in various editions, since reporters and editors know well those frames which exist in editions. Correspondents of several state editions and TV channels noted that they had a list

Freedom of mass-media



of persons and the themes that could not appear in publications or on TV. Besides, some part of editors told that they constantly kept in touch with the representatives of one or another state authority (their level depends on an edition caliber) for correction of materials.

Almost half of the interrogated respondents consider self-censorship to be one of the main problems of journalists. Editors also note that reporters are afraid to prepare articles and reportages about social and political problems as it can lead to lawsuit, claims from officials and loss of job.

Besides, proprietors and editors noted that they were not ready to risk and publish problem materials because of the possibility to lose financing i.e. the state social contract that confirmed the existing and pronounced fears, that introduction of the state social contract had become some kind of a block for development of the independent mass media.

«Direct censorship does not exist. The censorship exists in such a form when proprietors, editors, publishers, journalists – everybody perfectly understand the consequences of the publication of one or another material. This is the reason of the self-censorship».

Influence on mass-media

Upon the estimation of different powers influence on mass media, opinions of the interrogated within the research representatives of mass media divided approximately into fifty-fifty. About third of them noticed that mass media were largely influenced by the proprietor, about 40 % of the respondents noted that the greatest influence was rendered by the authorities.

Characterizing such influence, journalists marked it to be more likely negative, since the authorities and proprietors usually set limitations to journalists and editors in a choice of themes and freedom of events description.

Editors also specified that business as the principal advertiser imposing its conditions, increased its influence on mass media, in this connection mass media had to limit publications because of concerns to lose earnings from advertising.

At the same time, the interrogated respondents considered that the least influence on mass media was exerted by the editor who, as per their opinion, extremely rare defined a policy of the edition.

Part of the interrogated respondents specifying that influence on mass-media is rendered first of all by its proprietor, mark it as the positive factor, since it is his function to establish and maintain partnerships with the authorities and business, and it is the proprietor who works as a kind of shield protecting the edition from attempts of external pressure.

INFLUENCE OF MASS MEDIA

Mass media in the different countries act as the observer or the active player on a political and public field, supervising politicians and public figures and making comments on their actions. Not only in Kazakhstan, but also in the Central Asia, the role of mass media is more likely to inform population about the events and phenomena, journalists extremely rare act as analysts and experts predicting development of events.

The majority of the interrogated respondents noticed during the research that mass-media in the Kazakhstan society did not play the role which they could play.

«Mass media can solve small problems, help people. The main thing is to keep away from politics, from the big politics. The big politics begins already from akim of a region».

«The authorities defer to mass media, the local authorities consider mass media to be the assistant, prompter, react to publications».

«Mass media can only state events, there is no profound analysis and ways to solve problems, there are no expert opinions on mass-media field».

«Mass media do not have any more that role in a society that it had earlier. Many people already imagine who owns the specific mass media. If earlier people did not fully understand who lobbies whose interests, now many readers, viewers already understand that one newspaper defends interests of opposition, another – the government, therefore the trust to mass media has been shaken».

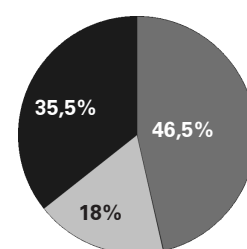
«It is a long time that mass media is not the authority among people. Sometimes the audience knows more than you».

Upon that, part of the interrogated representatives of media sphere thinks that the role which at present mass media of the republic plays, is sufficient enough for rendering influence on solving the problems. The majority of reporters and editors also noted that mass media still influence on the formation of public opinion: citizens defer to journalists.

Trust to mass-media

During the research the interrogated respondents also answered the question on how much, in their opinion, the audience trusts the Kazakhstan mass media. More than 60 % of media sphere workers are absolutely sure that readers and viewers trust mass media, approximately 20 % believe that the audience trust mass-media, but not always, the others are sure that it is a long time that there is no trust in journalists in a society.

Role of mass-media in a society



- Mass media do not have any role
- Role of mass media is insignificant
- Mass media have serious role in the society

Thus, the majority of the interrogated respondents nevertheless tend to think that the mass media are more trusted than are held in distrust in a society.

At the same time, upon estimation of the level the mass-media influenced on the decision-makers, the majority of journalists noted that mass media almost did not render such influence. Officials rarely see mass media as allies or opponents, and more often prefer not to notice work of journalists, or sceptically consider activity of mass-media. Limitation of activity of many editions to information function and considerable reduction of volumes and level of analytics in mass media conduce to it.

«There are some mass media which the authorities and society defer to. But the matter of trust in mass media I put in doubt».

«Mass media are trusted by simple readers. They actively apply with their problems, questions. There is a mutual support between us and the population».

«Mass media are powerful only in some certain problems, the serious problems are not settled».

«The trust in mass media to a large extent depends on education, place of work, standard of living of the audience – that certain reader who is considered as the object of influence. In the cities people are more critical, in regions mass media are traditionally trusted».

At the same time the interrogated respondents note that in each region and at the republican level there is a number of editions which are considered to be influential, after the publications in these editions some problems can be solved or officials may react to the existing situation.

Journalists pointed out such mass media almost in each region, upon that, usually private editions were mentioned – newspapers and TV channels having big circulation or geographical coverage of audience. The state editions which, as per the interrogated respondents, the population treated more likely with distrust rather than trusted them, were named less frequently.

At the same time, many regional journalists, editors and proprietors noted that the republican mass media were nevertheless much more influential and could rise and discuss those problems which could not touch regional mass media. Reporters often pointed out that those mass media became influential which raised the most acute problems, carried out journalistic investigations and published critical materials. Such editions more often provoked interest of simple people and officials.

ACCESS TO INFORMATION

Access to information remains one of the most considerable problems for Kazakhstan mass media. It is still extremely difficult for journalists to receive information from the state authorities.

The interrogated journalists and editors point out that the laws on mass-media and public service regarding submission of the necessary and required information to reporters actually do not work. State bodies do not observe the time established by the law and sometimes absolutely ignore inquiries from editions or provide formal replies which cannot be used for preparation of a material.

There is still a problem of oral comments reception from officials by phone, the majority of large government officials ask for the inquiries in written form, and the answers to the enquiries are extremely slow therefore the materials lose applicability.

Another problem is unwillingness of the state authorities to work with critical and oppositional editions as well as with the journalists who prepare problem materials. Only the journalists of the state editions noted that it was seldom that they had problems with access to the information – state authorities usually willingly answered to their inquiries, not being afraid of a negative or critical view. Such selective treatment of mass media creates unequal work conditions for journalists.

«Notwithstanding that we co-operate with Akimates, press offices, sometimes it is difficult to get information, this is not due to some negative relation of government to mass media but because of their inability to perform their work properly. In some structures there is no well established work with mass media».

«In our country it is very difficult to get information from the state authorities. Before you get to a minister it is necessary to reach the as sistant of his assistant».

«We do not face some special difficulties upon access to the information, except the cases when the person who should know, does not know and starts to send from one office to another. You simply waste time and then find out that this specialist actually knows nothing. State authorities may give the information if there is some advantage for them. If it is a problem material, then only by written inquiries which are answered by formal replies».

«The basic difficulty is bureaucracy and sometimes unwillingness to contact. State authorities do not want to give the information which does not paint them».

«Written inquiry to the state authorities is a losing matter; they will answer too late or provide incomplete information. Though, it depends on the question: praising can be received right now, they may even call to make personal interview but the problem question will cause suspicion and fear».

One more problem upon access to the information is considered to be the lack of experts on different themes which can be commented by journalists. Upon that, the interrogated respondents note that it is the extremely difficult for them to increase such list of contacts, especially in regions: the journalists working there had to apply for comments to the experts in other cities, particularly, in Almaty and Astana.

PREPARATION AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF JOURNALISTS

The representatives of Kazakhstan media sphere consider staff deficit and unprofessionalism of journalists to be one of the main problems in the field of mass media. Upon that, this problem, in their opinion, increases every year.

The journalists consider one of the principal reasons of the journalistic unprofessionalism to be the low educational level, limitation of the professional activity of journalists in the republic by information work and shortage of professional development programs for reporters and editors.

Journalists point out that in higher education institutions students receive insufficient knowledge of the modern journalism requirements and realities, and the graduates of education institutions are actually re-educated when start to work in editions. Thereupon, editors specified the necessity of a closer work with high schools and update of their programs making it more accented on practice than on theoretical preparation.

Less than 65 % of the interrogated during the research respondents are familiar with the activity of the media organizations working in various regions of the country. Approximately half of all participants of the research attended various training programs.

Reporters and editors, marking the great demand for retraining and professional development, noted the insufficiency of the level offered them by the non-governmental organizations.

«The trainings conducted by the non-governmental organizations, are often more suitable for the graduates of high schools than for professional journalists, so it turns out, that if you have an experience, you attend the trainings only to exchange, share some knowledge but you receive almost nothing».

Media experts also marked the necessity of more focused work of high schools as well as the media organizations on some specific directions of journalism, mainly in the field of business journalism and in the legal sphere. Notwithstanding the fact that there are a lot of programs in this sphere, many editions still require development of competence in the legal sphere. Journalists note that they do not have sufficient information on how they can protect themselves in case of filing lawsuit against them or accusation of slander.

Many editors and journalists underline that they are ready to be teachers of high schools and trainers as the majority of editions require new qualified staff and, thus, there is now a problem of finding them and preparation.

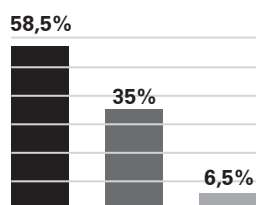
THE LEGISLATION ON MASS MEDIA

The legislation on Kazakhstan mass media includes the big block of laws regulating the matters of the journalists and editions activity, establish responsibility for offences. There is the criminal responsibility for the slander in the republic, at present one journalist serves sentence on the impeachment for slander in the institution of confinement¹.

The overwhelming majority of media experts participating in the research, noted that they were familiar with the legislation on mass media and consider it to be necessary to introduce there a number of changes.

More than 70 % of the interrogated respondents consider the law to be imperfect. Many of them noted that the law on mass media was not necessary at all, or, regardless of the way the law is going to be, emphasized that the document would not work.

How much you are you familiar with the law on mass media?



- I know the law on mass media well
- I know just some articles of the law
- I do not know the law on mass media

«There are too many prohibitions and limiting things which do not allow journalism to move to a high level».

«There are a lot of defects in the law. There are some points which almost do not work in actual practice».

«It is difficult to consider the Kazakhstan legislation on mass-media to be liberal, it is more likely a kind of stopper for journalists. There are a lot of norms which forbid and very little which grant rights».

«The part of the law on mass media which obliges the government officials to give mass media the information, actually does not work. It has already been a long time that this block needed amending or it was necessary to enact the new law».

Journalists criticize the Kazakhstan legislation on mass media for uncertainty and inflexibility as well as for lack of the norms which would support mass media in case of information search or access to it.

The media community also marks the inadequacy of the punishment provided by the legislation for slander, as well as the absence of restrictions – of the sum of indemnifications and limitation periods – in the suits to defend honor and dignity.

Thereupon, the interrogated journalists and editors pointed out the amending of two blocks of Kazakhstan legislation on mass media.

The first one is enactment of the specialized law on access to information which would oblige officials (some part of the journalists also mentioned business structures) to answer quickly to the inquiries of journalists and to provide the demanded socially significant information. Upon that, the interrogated respondents specified the necessity to provide for the sanctions on the infringers of this principle.

1. Journalist from the North Kazakhstan, Vadim Kuramshin, was condemned for slander for 3 years and 10 months.

The second one is decriminalization of punishments for slander, limitation of the sums of penalties for damaging honor, dignity and business reputation as well as the establishing of the limitation periods in such matters.

Besides, journalists suggested making the laws on the state secret and bank secret which seriously limit work of reporters putting at hazard performance of journalists' professional duties, more exact. In particular, the interrogated respondents consider that journalists cannot be made liable for disclosure of secrets as they receive the information from the source¹.

Journalists also suggest refusing from, as they think, currently existing «unnecessary restrictions» for registration and activity of new mass media. In particular, the legislation restrict the foreigners right to possess shares in the Kazakhstan mass media to the level of 20 %, the foreign citizens cannot be the editors of the Kazakhstan publications etc.

The interrogated respondents also critically treat the recently enacted law on the Internet, and offer to change it having been excluding blogs and other Internet resources from among the mass media or to repeal the law as it has not introduced any positive changes but only entered new additional restrictions not only for Internet community but also for mass media.

1. In 2009, Ramazan Eserguepov - the editor-in-chief of the newspaper «Alma-Ata info», was condemned for three years of imprisonment for disclosure of the state secrets. The disclosure performed in the form of publication of the letter from the Director of the National Security Committee Department of Zhambyl region to the head of the republic National Security Committee. It became the first case in the history of the Kazakhstan journalism when the journalist had been condemned by such article.

SELF-REGULATION OF MASS MEDIA

In Kazakhstan for the last ten years there have been several attempts to develop the ethical code of journalists, and none of its was successful. Only in some editions of mass media in the republic there are own ethical rules or codes.

The Kazakhstan journalists are quite often exposed to criticism from public organizations, authorities and simple citizens for infringement of the elementary ethical standards which is expressed in the publication of screaming headings, offensive or immoral photos or the materials which discredit honor and dignity. Editions consider the majority of such claims to be inconsistent.

Meanwhile, the volume of claims to mass media for indemnification of moral harm from publications, increases every year. Such claims are often used as the way to put out of business the annoying mass media, but also the cause for the claims is quite often the unethical publications in mass media.

Journalists of the republic sceptically treat the idea of working out the uniform professional Code of ethics, considering such document to be hardly working, and some editions may continue to break ethical standards to fit the current situation.

«The Journalist Code of Ethics is Utopia».

«Each edition should simply have its own set of rules which would allow new journalists appearing in editions, to pattern his/her way of writing within the edition».

«It would be quite good to have such ethical code, but it is difficult to imagine how to make it work».

Journalists of many editions note that they cope with problems without any ethical code, being guided upon writing of materials by the elementary norms of morals.

Some part of journalists considers that the code of ethics can become one more stopper for mass media, and, consequently, may be used by the authorities to hinder journalists and editions from their professional work. Thereupon, in case of such document acceptance, the journalists recommend to discuss it thoroughly in order its norms helped the journalists in the future but not hindered.

Attitude to the bodies of mass media self-regulation

For the last years the bodies of mass media self-regulation have been established and working mainly in the countries of Europe which have

considerable democratic traditions. As a rule, in these countries claims to mass media with the requirement of moral harm indemnification are something unusual, and the sums of penalties are small or not used at all.

Self-regulation bodies which receive appeals from citizens and organizations against publications in mass media, consider them and impose fines upon mass media, or refuse to applicants, thus, regulating the arising disputes.

The research showed that the Kazakhstan media community practically did not know what the self-regulation bodies were and just had heard that such organizations existed abroad.

Journalists of only one area of Kazakhstan - Karaganda region, are well informed on the self-regulation bodies where the first republican social council considering the claims to mass media, is working now ¹.

Journalists as a whole are rather critical about the idea of establishing the mass-media self-regulation bodies which would be engaged in consideration of disputes between editions and citizens or legal entities.

The interrogated respondents noted that they could not imagine the form such bodies would be established in. One of the main questions for journalists is who will be a member of such a body, what basis its members will be elected on, whether the council decisions will be obligatory for execution.

Reporters and editors doubt the competence of the councils and its objectivity as they do not see in the regions and at the republican level a lot of compromise and competent persons who could suit all mass media.

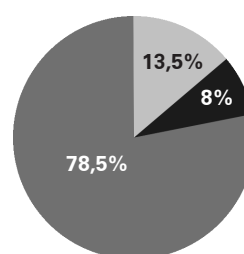
Less than third of the interrogated respondents marked that they were ready to trust the decisions of such councils and follow them. Many editions noted that they could make the decision whether they would participate in such a work only when they obtained a fuller picture of establishing and functioning of such councils.

Establishment of journalists' trade union

The overwhelming majority of mass media editions in Kazakhstan have no trade unions. In the republic there is only one professional association of mass media employees – the Union of Journalists of Kazakhstan which is not the classical trade union.

Meanwhile, the overwhelming majority of media sphere representatives do not consider it to be necessary to establish Kazakhstan trade union

Do you know what the bodies of mass media self-regulation are?

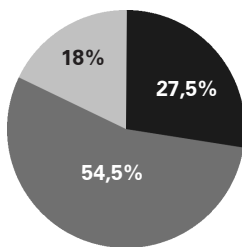


- I know it well
- I do not know
- I know but slightly

1. The council was established by the social fund MediaLife, www.medialife.kz

of journalists since they think that it will not manage, firstly, to unite all workers of the sphere and, secondly, to become really working structure.

Whether it is necessary to create the trade union of journalists in Kazakhstan



- Yes
- No
- I do not know

«Journalism is not the profession that everybody has a worthy trade union. We tried to establish something like that, but we had not received response from management and even not all our employees went in for that».

«The trade union is necessary only for young journalists».

«The similar organizations are created from time to time, but then they disappear. In my opinion, the specific character of the creative profession does not allow to create steady and stable trade union».

«Any general professional trade union would stand us in good stead. The question is that on our end the trade unions as a whole play an insignificant role because they are managed by inactive people. It could be possible to establish trade union, but whether it is necessary»?

The interrogated respondents as a whole note that they can not imagine the uniform republican trade union of journalists which, in case of its establishment, most likely, will not be well working structure.

At the same time, journalists note that it does not cancel the fact that it is necessary to protect the labor rights of journalists, especially in regions of the republic where they are very often violated. Thereupon, probably, it is necessary to discuss creation of local trade union organizations which would work with small group of journalists.

NEEDS OF MASS MEDIA

Almost all Kazakhstan journalists think that mass media need improvement of their quality. It can be obtained, first of all, via the development of professionalism of journalists and editors.

The overwhelming majority (over 90 %) of the media sphere experts interrogated within the research, noted that they were interested to attend trainings and seminars in various fields. Upon that, the specified range of such training programs occurred to be quite broad.

The most part of journalistic audience is interested in business journalism. Reporters and editors note that they have serious vacancies in knowledge of financial sector, work of banks, functioning of financial institutions, they poorly know macroeconomics and some of them do not know the economic processes as a whole.

The big group of journalists is interested in learning the legal sphere – issues of mass media activity regulation, ways of a legal protection of journalists, court work and legal methodologies.

Besides, journalists and editors consider the following themes to be interesting and worth learning: the international standards of journalism, ways of the foreign editions work, international journalism, ecological journalism, political review, coverage of conflicts, social questions.

Approximately 60 % of editors and proprietors of mass media noted that they were ready to learn mass media management as they see vacancies in knowledge of this sphere.

Editors also noted that they were ready to assist in increase of the educational level in universities/institutes as they were interested in new professionals to come for work – graduates of educational institutions.

Media experts, together with the creative requirements, put also economic needs of editions on the first/second places. Journalists and editors noted that there was the necessity to increase a number of advertisers, improve relations with business and create conditions for the long-term relations between editions and business structures.

Thereupon, the necessity to improve work of commercial and advertising departments of editions and increase level of their professionalism via the new training programs was specified. At present, only the limited number of editions can afford to attend such master classes due to its high cost and small number of the programs.

Besides, editors also spoke for the establishment or development of some special councils which members would be the representatives of editions and business structures, and within its frameworks they could enter into and discuss cooperation.

Only the small number of editions noted that they had acute technical needs, such as improvement of material resources, purchase of new equipment. Regional and small editions usually have such needs, they mark the necessity to update the equipment which they use for work, and one of the purposes is a purchase of their own printing shop due to high prices for the services of the printing shops where they print their publications.

In Kazakhstan there are almost no editions which would independently participate in the grant programs of the international donor organizations and offer their own projects directed on the development of different directions of journalism. Upon that, over 70 % of the editions are interested in participation in such programs and are ready to direct to donors the applications with project proposals, as the editions constantly generate and discuss new ideas.

KEY RISKS OF MASS MEDIA

Risks of the mass media in Kazakhstan are concentrated in two fields: politics and economics. Upon that, these are the economic risks which journalists and editors consider to be the key risks for editions.

So, more than 60 % of the respondents interrogated during the research, noted that the basic risks for their editions was the loss of advertising or financing. It could result in closing of editions or the essential reduction of its staff. Upon that, editors and proprietors pointed out that the influence of the economic risks considerably increased during the last one and a half or two years. Only 20 % of the interrogated respondents considered the financial situation of their editions to be stable, the others mentioned that they knew about the problems due to the reduction of advertising volume and leaving of advertisers, in particular, the construction companies and banks.

The Kazakhstan media community, specifying the advantage of the current situation, notes that after the crisis in the market there are to be only the strong players who can keep reader and advertiser due to use of the new interesting approaches and forms of presenting the information.

At the same time, many editions note that they need to improve quality of management against the economic risks that would strengthen the stability of editions and help to cope with the similar crisis situations.

Among the political risks media experts pointed out the increase of pressure from the authorities, or the attempts to get the media sphere under the total control. Journalists see such tendency in all regions of the country.

Within this tendency, journalists marked the strengthening of the state social contract during the last years which was used by the authorities as the element of mass media activity control. The similar problem was also considered to be the acquisition of a variety of editions by the governing party «Nur Otan» in the end of 2008, and some interrogated respondents consider it to be the negative fact as they believe that the mass-media entering into the party holding, cannot be considered any more to be the objective upon covering the situation in the country.

Journalists of the regional mass media also consider that the next years the risk of property redistribution will increase in media sphere in regions of Kazakhstan. The influential groups will try to get under control the most independent and outstanding editions which can lose, as a result, their poignancy.

RECOMMENDATIONS

On the legislation change

- To bring the legislation into compliance with the European and international standards in the sphere of freedom of expression.
- To decriminalize the punishment for slander and insult.
- To make the punishment for attacks, attempts and murders of journalists and employees of mass media more severe.
- To introduce a state duty for the sums of claims to mass media for moral damage indemnification.
- To limit the sums of the fines imposed on mass media for damaging honor, dignity and business reputation, to expand for this purpose the recommendations of the Supreme Court as to the collections from the mass media.
- To limit the periods of limitation for the claims to mass media for moral damage and harm indemnification to one year.
- To enact the law on access to information for journalists and citizens, with its wide preliminary discussion and having taken into consideration the recommendation of public organizations.
- To make the punishment for hindering the professional activity of journalists more severe.
- To make the punishment for the failure to submit by the civil servants the information requested by journalists, more severe.
- To revise or cancel the law on information and communicative networks, having refused from considering all Internet resources to be the mass media.
- To enact the amendments to the legislation on mass media which prohibit monopolization of mass media.
- To consider the possibility to cancel or change the restrictions to possession of the share in the Kazakhstan mass media by foreign citizens and companies.

To the state authorities

- To introduce the institution of public control over the state contract distribution in the sphere of information policy carrying out. To make the procedure of distribution of the money within the limits of the state contract to be more transparent. To create a public council for the state contract distribution control.
- To introduce the institution of public control over the state mass media activity, to establish the corresponding public councils.
- To communicate with a civil society and media organizations on the reformation of the Kazakhstan legislation in the sphere of mass media.
- To refuse acceptance of the mass media legislation amendments without wide discussion with media community as exemplified by the last amendments of the mass media law and aversion of the civil society opinion upon discussion of the Internet law.
- To enhance control in the sphere of journalists access to the information, to develop instructions for officials and special press departments.

To media community

- To expand the interaction between Kazakh and Russian-speaking mass media in order to overcome the arising barriers and provide citizens with the full information about the events in the country in both languages. To establish social council on the interaction between the mass media published in the state and official languages.
- To activate participation in a dialogue with human rights institutes and media institutes on the reformation of the Kazakhstan legislation on mass-media.
- To make structure of the mass media property in the republic more transparent that would promote the best understanding of mass media positions in a society.
- To activate cooperation with universities/institutes and educational structures for improvement of the situation in professional training.

To the media organizations and donor institutes

- To enhance monitoring of execution of the obligations in the sphere of the expression freedom by Kazakhstan.
- To carry out the regular researches in the sphere of programs of training and re-training of journalists.
- To continue and expand the legal training of journalists.
- To be focused on several programs of journalistic training, in particular, those which promote development of pluralism of opinions and freedom of speech: journalistic investigation, analytical journalism.
- To develop training and re-training programs on financial and economic journalism.
- To establish constantly operating expert group analyzing the problems of media community for the development of recommendations in the sphere of mass media.
- To expand interaction of media organizations working for the purpose of mass media development, to carry out more coordinated policy in the sphere of help programs.
- In case of discussion of the Journalists Code of ethics to involve international experts in this work, to accept such document only after the wide discussion in media community.
- To continue discussion of the necessity to introduce bodies of mass media self-regulation in the republic, to introduce such practice only as a pilot project and to enter rotation institute and accurate observance of the representation principle of the various parties and representatives of a society in such bodies.

Проект исследования

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

Руководитель проекта и составитель итогового документа:

Вячеслав Абрамов

Исследования в регионах:

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

Динмухамед Зиядин (Алматы, Атырау, Шымкент),

Адиль Джалилов (Актобе, Тараз),

Зауре Жұмалиева (Петропавловск),

Бұлат Мұстафин (Астана),

Виктория Волкова (Караганда),

Светлана Ким (Атырау),

Юлия Кузнецова (Алматы),

Вячеслав Абрамов (Астана, Павлодар)

Сбор информации и обработка данных:

Евгения Савин

Верстка:

Светлана Грудницкая

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



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

Жоба жетекшісі және қорытынды құжатты құрастырушы:

Вячеслав Абрамов

Аймақтардағы зерттеу:

Василина Воркова (Алматы, Петропавл, Өскемен),

Дінмұхамед Зиядин (Алматы, Атырау, Шымкент),

Әділ Жәлелов (Ақтөбе, Тараз),

Зәуре Жұмалиева (Петропавл),

Болат Мұстафин (Астана),

Виктория Волкова (Қарағанды),

Светлана Ким (Атырау),

Юлия Кузнецова (Алматы),

Вячеслав Абрамов (Астана, Павлодар).

Ақпаратты жинақтаған және мәліметтерді өңдеген:

Евгений Саввин

Беттеген:

Светлана Грудницкая

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



The research project

«Kazakhstan Mass Media: key participants, possibilities, needs and risks»
is supported by Soros Foundation - Kazakhstan

The head of the project and drawer of the final document:

Vyacheslav Abramov

Researches in regions:

Vasilina Vorkova (Almaty, Petropavlovsk, Ust Kamenogorsk),

Dinmukhambet Ziyadin (Almaty, Atyrau, Shymkent),

Adil Jalilov (Aktobe, Taraz),

Zaure Zhumalieva (Petropavlovsk),

Bulat Mustafin (Astana),

Victoria Volkova (Karaganda),

Svetlana Kim (Atyrau),

Julia Kuznetsova (Almaty),

Vyacheslav Abramov (Astana, Pavlodar).

Collecting of information and data processing:

Evgeniy Savin

Imposition:

Svetlana Grudnitskaya

The International Centre of Journalism MediaNet expresses
gratitude to all who has responded and has taken part in the research.



