

**«Общественная позиция»
(проект «ДАТ» № 9 (34) от 2 декабря 2009 г.**

КУРУЛТАЙ

ВЛАСТЬ ПОСАДИЛА СМИ НА «ИГЛУ» ГОСУДАРСТВЕННОГО ЗАКАЗА

На прошлой неделе в Алматы прошел 2 медиа-курултай. В очередной раз его не посетил профильный министр, несмотря на то, что спонсоры сняли для проведения мероприятия самый дорогой в городе Алматы отель Rixos. Между тем медиа-курултай был создан как единственная площадка, на которой журналисты Казахстана могут поднять свои проблемы и обсудить их, привлекая сюда представителей ассоциаций, НПО, властей, бизнеса, финансового сектора.

Когда **Асель Караулова** (*на фото*), организатор мероприятия и модератор панельной дискуссии, предоставила слово представителю от государства – вице-министру культуры и информации **Газизу Телебаеву**. Участники курултая ожидали, что тот внятно объяснит, почему отсутствует министр. Оказалось, напрасно.

«Я знаю, что и в прошлом году на медиа-курултае не было министра. Но я думаю, что это произошло по объективным причинам», – прозвучало как очередная пощечина журналистскому сообществу. Руководитель ведомства, курирующего данную отрасль, просто их игнорирует. Ведь ради другого мероприятия – Евразийского медиафорума Дариги Назарбаевой – министр оставлял все свои дела.

Газиз Телебаев остановился в своем выступлении на пяти моментах, в том числе и «шкурных»: диверсификация СМИ, госзаказ, реклама для казахскоязычных СМИ, подписка и НДС. И это была другая пощечина. Вице-министр принял журналистов за лизоблюдов, готовых ради госзаказа забыть о своих основных функциях – говорить правду, защищать интересы народа и государства.

Все выступление вице-министра сводилось к одному – в период кризиса у министерства есть деньги, и оно готово их дать, если СМИ будут себя хорошо вести. Так Г.Телебаев призывал СМИ к диверсификации. То есть чтобы издание или канал пользовался не одним источником финансирования, а несколькими: жил за счет продаж тиража, рекламы, грантов, вливаний акционеров. Согласитесь, довольно странное заявление, так как очевидно, что любое СМИ для

снижения рисков должно стремиться к диверсификации без подсказок министерства. Скорее всего, вице-министр ошибся и произнес не ту речь. Но чиновник пояснил для тех, кто не понял, для кого он говорил о диверсификации. Оказывается, есть издания, которые слишком надеются на своих владельцев и на госзаказ. Именно для них и был этот мессидж о диверсификации. Но чтобы несколько сгладить впечатление, он добавил, что зависимость издания от одного источника наводит на мысль об аффилированности СМИ с этим источником.

Затем Газиз Телебаев перешел к теме госзаказа. Он заверил, что государство по-прежнему будет оставаться хорошим источником финансирования для своих истинных поклонников. И, возможно, помощь даже будет увеличиваться, в особенности для печатных изданий и электронных СМИ. То есть в противовес уже имеющемуся кнуту в виде закона об Интернете, ограничивающему деятельность электронных СМИ, появится и пряник для «правильных».

Также вице-министр информации и культуры заявил о намерении вывести социальный госзаказ для НПО из закона «О госзакупках». Он намекнул, что если это предложение пройдет, то в дальнейшем эта модель, возможно, будет применена и на госзаказ на информацию. По-видимому, это новшество должно обрадовать тех, кто сидит на «игле» госзаказа, поскольку очевидно, что сама цель новшества – еще большее влияние на «нужные СМИ».

Газиз Телебаев закинул крючок и для казахскоязычных СМИ. Он заявил, что министерство инициирует изменения в законодательство, обязывающее рекламодателя давать рекламу в казахскоязычные издания в том же объеме, как и в русскоязычные. Все мы знаем, что все наши законы работают не для всех одинаково. И это был еще один сигнал о неравной конкуренции на рынке СМИ.

Особый «восторг» вызвало замечание господина Г.Телебаева по поводу подписки: «Мы не даем никакой разнарядки о том, чтобы люди подписывались на те или иные издания. Но эти издания все равно говорят, что министерство их дало. И запретить им это невозможно».

Как говорится, золотые слова. Некоторые издатели газет дискредитируют власть, в частности – Министерство культуры и информации в глазах общественности, а один из руководителей министерства заявляет, что ничего не может поделать с компаниями, которые, по сути, нарушают закон.

Также Г.Телебаев предложил «Казпрессу» под эгидой журналистского сообщества распространять некоторые издания – еще

одна «замануха» для неконкурентоспособных слабых СМИ, которые не могут сами продать свои издания.

Особо представитель министерства остановился на вопросе НДС для СМИ. «Нужна финансовая и юридическая проработка. Необходимо сначала этот вопрос вынести на обсуждение в Минфин и Минюст. Но речь нужно вести не о снятии НДС, а о снижении», – заявил он, явно пытаясь понравиться определенной части аудитории в период кризиса.

На пробный шар со стороны вице-министра подкупить СМИ руководители изданий ответили достойно. Так, Сергей Миролюбов, президент Ассоциации издателей Казахстана (данная организация консолидирует несколько крупных региональных изданий) с ходу поставил крест на всем выступлении заместителя министра культуры и информации. Он напомнил, что все пять моментов, которые осветил замминистра, были подняты не журналистами.

«Мнение конкурентоспособных СМИ – НДС у нас должен быть, как и у всех компаний страны. Медиа-бизнес – это такой же бизнес, как и любой другой. И в период кризиса его гражданская позиция быть вместе со всеми», – добавил С.Миролюбов.

Кроме того, представитель издателей Казахстана заявил, что у конкурентоспособных СМИ нет кризиса, есть кризис у тех, кто живет за счет госзаказа. Также нелицеприятно отозвался С.Миролюбов и о самом госзаказе. Нормальным СМИ он просто не нужен. «Госзаказ в регионах – это прямое приобретение лояльности издания местными властями», – заявил он.

Но, к сожалению, не весь зал поддержал С.Миролюбова. Были и такие, кто смотрел на Г.Телебаева как на представителя хозяина, и их больше интересовало, сделают ли наконец-то День журналиста определенным днем. На сегодня это плавающая дата – последнее воскресенье июня. И вице-министр благосклонно пообещал решить этот вопрос. Это, наверное, единственный аспект, который министерство согласилось выполнить без обиняков.

Второе наступление на независимость СМИ зазвучало из уст Ерлана Байжанова, председателя правления монстра казахстанских СМИ – «Арна Медиа». В ближайшем будущем будет формироваться цифровое вещание, и оператором этого процесса как раз-таки и будет эта неповоротливая махина.

Со своей стороны Шолпан Жаксыбаева, руководитель Ассоциации телерадиовещателей, заявила, что нужны условия, при которых бы создавался качественный, интересный контент, и это задача и

каналов, и государства. Кроме того, она была возмущена тем, что «Арна Медиа» должен решать судьбу цифрового вещания в Казахстане. Между тем, цифровое вещание – это не просто переход телевидения с одного формата на другой, но качественное изменение. И задача государства – создать здесь равные условия для конкуренции казахстанских СМИ.

На вопрос модератора, для чего создана «Арна Медиа», Е.Байжанов ответил: «Когда я узнал о создании «Арна Медиа», то сам не понял, для чего она создается». Это при том, что, по его словам, ежегодно на поддержание «Арна Медиа» выделяются огромные суммы, которые все время растут – с 2007 года с 4 млрд. тенге они выросли до 24 млрд. тенге в 2009 году. Таким образом, он продемонстрировал рынку СМИ – не надо знать, для чего вы созданы, просто выполняйте то, что вам говорят, и вы будете получать такие же вливания.

Между тем Е.Байжанов продолжал лить крокодиловы слезы. Оказывается, корпоративное управление во вверенных ему компаниях было и остается ни к черту. Так, то, что творится на ТРК «Хабар», он назвал «колхозом». Мол, нет критериев по оценке эффективности деятельности.

После жалоб руководителя «Арна Медиа» выступил Арман Шураев, генеральный директор КТК. Он считает, что государство должно помогать экономически и политически казахстанским СМИ. Но не в тех моментах, которые обозначил Г.Телебаев.

В первую очередь государство должно понимать, что Казахстан в настоящий момент является информационной колонией России. Это выражается хотя бы в том, что 50% телевизионного рынка занимает «ОРТ Евразия». Даже на казахстанских каналах доминируют и являются самыми смотрибельными телесериалы Кореи, Турции, России.

Между тем, госзаказ не помогает решать эту задачу – вести борьбу за зрителя, создавать интересные программы, снимать сериалы, которые захотели бы смотреть казахстанцы, и сделать так, чтобы основные доли телевизионного рынка Казахстана занимали «Казахстан», «Хабар», а уже потом другие каналы. Госзаказ направлен на контроль за квадратными сантиметрами и минутами в эфире, а не за качеством контента и эффективностью воздействия на зрительскую аудиторию.

Вице-министр также отказался вступать в дискуссию с шеф-редактором газеты «Общественная позиция» Алматом Азади о том, почему профильное министерство не вступает за своих

«подопечных», когда тот же Минюст инициирует поправки «в закон о частной жизни». Он заявил, что не будет отвечать на данную реплику журналиста. Между тем, после подписания этого закона, учитывая ранее принятые поправки в «Закон об Интернете» и другие, по мнению А. Азади, все «средства массовой информации в РК превратятся в выхолощенные северокорейские СМИ». А по поводу проблемы падения тиражей, поднятой на медиа-курултае, газетчик сказал, что «если постоянно описывать красоты Чарынского каньона и всю дорогу рассказывать о миграции сайгаков из Чимкента в Кызылординскую область, то, естественно, неизбежны и снижение рейтингов, и падение тиражей».

Резюмируя дискуссию, директор Группы оценки рисков Досым Сатпаев заявил, что, несмотря на наличие рекламного рынка размером в 200 млн. долларов, в Казахстане нет медиарынка. «Если в стране нет политической конкуренции, то не может быть и конкуренции СМИ», – сказал он.

Шолпан ИСКАКОВА,
«D»