

«Выход нам видится в изменении модели политической коммуникации по линии власть - СМИ - общество от односторонней к двусторонней. То есть государству необходимо не только через СМИ доносить до масс свои установки, но и реагировать на общественные запросы», - эксперт Антон Морозов, специально для cabar.asia, рассуждает о проблемах в информационной политике Казахстана.



Наиболее ярким событием последнего времени в казахстанской кадровой политике стало возвращение в Администрацию президента (АП) Марата Тажина, ранее занимавшего должность посла Казахстана в Российской Федерации. Подавляющее большинство экспертов связало его назначение на пост заместителя руководителя АП, традиционно ответственного за идеологию, со ставшими хроническими провалами в информационной и идеологической сфере страны, допущенными его предшественниками.

Также существует мнение, что именно М. Тажину предстоит стать «архитектором» новой модели взаимоотношений между ветвями власти, для разработки которой и была создана соответствующая рабочая группа. Вариант более чем правдоподобный, однако, мы попробуем сосредоточиться на теме, заявленной в заголовке: информационной политике. А грубых ошибок в этой сфере было допущено немало, на которые мы бы хотели обратить внимание.

Раз ошибка, два ошибка

Первым номером следует поставить ситуацию с изменениями в Земельный кодекс, произошедшую весной минувшего года. Характерно, что законодательная норма об увеличении срока аренды земли иностранными землепользователями с 10 до 25 лет, вызвавшая «политические бурления», была принята в Земельный кодекс еще в 2014 г. Под информационную поддержку этой инициативы были выделены серьезные силы и средства. Однако, резко негативная реакция части казахстанцев в отношении нюансов введения в рыночный оборот сельскохозяйственных земель показала, что вся информационная работа «ушла в песок», так и не принеся желаемого результата.

Итог известен: несанкционированные протесты, накал эмоций, отставка двух министров и одного вице-министра, созыв Общественной комиссии, а также мораторий на поправки в Земельный кодекс. И, как вишенка на торте - создание нового Министерства информации и коммуникаций. Предполагалось, что восстановление

органа, ответственного за информационную политику поможет снять проблемы в этой сфере. Но, как показали дальнейшие события, расчеты не оправдались.

Это наглядно проявилось совсем недавно, когда в результате принятия в декабре 2016 г. Закона «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты РК по вопросам противодействия экстремизму и терроризму» граждан страны обязали проходить регистрацию по месту временного пребывания. Причем правило распространилось и на приехавших в гости, и на командировочных, и на больных, находящихся на длительном лечении в другом городе. За отсутствие регистрации на граждан налагается штраф в размере 16 тысяч тенге. Законопослушные казахстанцы, в силу каких-либо причин проживающие не по месту прописки, наводнили ЦОНЫ (Центры обслуживания населения), сотрудники которых с трудом справлялись с наплывом клиентов.

Особую пикантность ситуации придало то, что примерно в это же время были приняты законодательные нормы, согласно которым граждане ряда иностранных государств могут пребывать в Казахстане без регистрации по месту жительства до 30 суток.

Не обошлось и без трагических последствий: в очереди на получение временной регистрации скончались два человека. Это породило горькую шутку о том, что в 2017 году от терроризма в Казахстане не погиб ни один человек, а от противодействия ему умерло двое.

При этом надо отметить, что скандальный законопроект обсуждался в парламенте страны с привлечением институтов гражданского общества. Более того, ряд общественников дали на него отрицательное заключение. Однако все это оказалось за рамками внимания СМИ и общества.

А ведь при проведении грамотной информационной политики социального напряжения в обществе можно было бы избежать. Но не получилось. Предлагаем попробовать разобраться - почему?

Комплекс неполноценности

На наш взгляд, это обусловлено комплексом причин.

Во-первых, система управления информационными потоками, основы которой были заложены в начале нулевых и окончательно сформировались к 2010 г., на сегодняшний день неэффективна. Эта система предполагает, во-первых, контроль государства за

деятельностью СМИ при помощи законодательных и финансовых инструментов, во-вторых, лидирующую роль государства и квазигосударственных структур в создании информационных поводов.

Предполагалось, что такая модель позволит эффективно и адресно направлять потоки информации, акцентировать внимание общества на нужных темах и «растворять» нежелательные новости «информационными шумами», т.е. массой несерьезных, мейнстримных информационных поводов. Сначала такой подход был более-менее эффективным, но сегодня стало очевидным, что его ресурс исчерпан. Государству в эпоху веб 2.0, когда количество источников информации огромно, а границы между медиа-пространствами государств условны, весьма сложно контролировать идеологическую сферу по старой модели.

Однако, не смотря на это, модель продолжает активно использоваться. В результате ситуация в информационно-идеологической сфере выглядит не лучшим образом. Более того, ее использование, помимо прочего, приводит к следующим негативным моментам.

Низкой мотивации СМИ к выпуску конкурентоспособной продукции, обусловленной наличием четких идеологических рамок, а также определенной «зачищенностью» информационного поля от продукции зарубежных СМИ и расширением системы государственного социального заказа.

Отсутствием качественного информационного продукта и неспособностью СМИ удовлетворить предъявляемый на него спрос. Ситуация усложняется тем, что Казахстан объективно располагает в российском культурно-информационном пространстве, и активные потребители информации (через спутниковое и кабельное ТВ, интернет) могут всегда сравнивать качество казахстанской и российской продукции.

И, наконец, не самый заметный, но потенциально наиболее разрушительный и опасный результат. Тот самый «информационный шум» предполагает неизбежное усиление развлекательной функции в работе СМИ. Но насаждение образов массового сознания в СМИ не способствует развитию мыслительных навыков у человека, способности продуцировать новые, оригинальные идеи, инновации. «Клиповое мышление» приводит к интеллектуальной деградации. В долгосрочной перспективе это чревато невосполнимыми потерями в человеческом потенциале.

Но наиболее удручающе выглядит ситуация с профессионализмом журналистского

сообщества. И дело не в том, что каждый имеющий аккаунт в социальных сетях может считаться, а согласно действующему закону, фактически, считается журналистом. Порой чудовищные по своей безграмотности перлы выдают журналисты республиканских телеканалов и газет. Некоторые молодые журналисты не способны написать информацию без пресс-релиза.

Конечно, это связано, в первую очередь, с деградацией системы образования в целом, и, как следствие, системы журналистского образования. Приведем простой пример: в 1985 г. во всем СССР журналистов готовило примерно три десятка вузов. При этом, в Центральной Азии их подготовкой занимался только факультет журналистики КазГУ. Затем, после распада союза началось лавинообразное создание факультетов журналистики: только в Казахстане в 2000-х годах их насчитывалось более 70. Естественно, что такого количества профессиональных преподавателей страна не имела. В результате - тысячи полуграмотных, непрофессиональных выпускников.

Единственное, что не может не радовать - технологический аспект. Тут ситуация выглядит весьма неплохо. Введение в эксплуатацию национальной эфирной цифровой сети телевидения и запуск цифрового спутникового вещания по всей территории страны, открытие телерадиокомплекса «Казмедиаорталыгы», ставшего главной технологической площадкой казахстанских телеканалов, вывод на космическую орбиту спутника KazSat-3 и запуск спутникового телевидения ОТАУ. Все это стало прекрасной базой для развития отечественного телевидения, и, соответственно, технологического укрепления казахстанского медиа-пространства.

Колючая игла госсоцзаказа

Событиями, взволновавшими медийное сообщество Казахстана в последнее время, помимо назначения М. Тажина, стали арест и последующее лишение свободы главы Союза журналистов Казахстана Сейтказы Матаева и его сына Асета, возглавлявшего информационное агентство КазТАГ, по обвинению в хищении бюджетных средств и уклонении от уплаты налогов в особо крупном размере.

Еще одной новостью «с уголовным оттенком» стал арест главного редактора газеты «CentalAsiaMonitor» и сайта «Радиоточка» Бигельды Габдуллина, обвиняемого в «вымогательстве бюджетных денежных средств с должностных лиц в пользу подконтрольных СМИ».

Помимо того, что оба фигуранта являются известными в стране журналистами, эти два дела объединяет еще один фактор: они, так или иначе, связаны с «государственным

социальным заказом на освещение приоритетных направлений государственной политики».

Госсоцзаказ – инструмент финансового стимулирования СМИ в целях проведения выгодной государству редакционной политики. По сути это деньги, которые редакция получает из бюджета в обмен на лояльность к органам власти. На первый взгляд все выглядит логично: «кто платит, тот музыку и заказывает», но на деле музыка оказывается несвоевременной, неинтересной и довольно однообразной – пресс-релизы государственных органов и сильно урезанные и цензурированные тексты выступлений государственных чиновников.

Мы не будем вдаваться в юридические подробности названных уголовных дел, лишь отметим, что журналистское сообщество все больше склоняется к мысли, что связываться с госсоцзаказом, как говорится, себе дороже.

Но главная опасность феномена госсоцзаказа даже не в этом, в том, что «подсевшие» на него редакции теряют стимул к подготовке качественного контента. А это самым прямым образом отражается на конкурентоспособности отечественных СМИ в целом. Более того, КПД такой пропаганды крайне низок, что и показала реакция граждан на изменения в Земельный кодекс и миграционное законодательство, которые оказались просто «не в курсе» сути изменений. Но, несмотря на критику и негативные оценки практики госсоцзаказа со стороны представителей медиа-сообщества (<https://cabar.asia/ru/diana-okremova-bogataya-palitra-otvetstvennosti-dlya-smi-paralizuet-zhurnalistiku-kazahstana/>), власть продолжает активно использовать этот инструмент.

На сайте Министерства информации и коммуникаций выложен Бюджетный план по программе «Проведение государственной информационной политики» (Таблица №1). Из него следует, что в ближайшие три года на госсоцзаказ будет выделено свыше 130 миллиардов тенге или больше 500 млн. долларов (при текущем курсе \$ = 331 тенге)!

Таблица №1 Бюджетный план по программе «Проведение государственной информационной политики», в долл. США (фрагмент)

Расходы по бюджетной программе	Ед. изм.	План текущего года	Плановый период		
		2016	2017	2018	2019
«Размещение государственного информационного заказа»	\$	126 254 093	130 393 984	133 620 570	137 317 664
«Стимулирование деятелей в сфере информации»	\$	25 712	83 084	9 741	31 489
Итого долл. США		126 279 806	130 477 068	133 649 126	137 240 392

Кстати, упомянутый М. Тажин, в бытность государственным секретарем в 2013 г., обратил внимание на то, что верифицировать «полезность» материалов и сюжетов, выходящих в рамках госсоцзаказа, довольно проблематично. Для исправления ситуации он предложил ряд мер, в том числе и формирование госсоцзаказа исходя из рейтингов популярности СМИ, но реализованы они не были.

В этой связи представляется интересным взглянуть, каковы методики оценки эффективности госсоцзаказа сегодня. Обратимся к указанному бюджетному плану (Таблица №2).

Таблица №2 Расходы по бюджетной подпрограмме «Размещение государственного информационного заказа» (фрагмент)

Расходы по бюджетной программе	Ед. изм.	План текущего года	Плановый период		
		2016	2017	2018	2019
Количество объема материалов отечественных печатных СМИ, выпущенных в рамках государственного заказа и задания (газеты)	полоса формат А2	11 000	10 931	10 931	10 931
Количество объема материалов отечественных печатных СМИ, выпущенных в рамках государственного заказа и задания (журналы)	Учетно-издательский лист	966	1 072	1 072	1 072
Количество объема размещенных материалов на Интернет-ресурсах, выпущенных в рамках госзаказа	полоса формат А2	3 191	3 191	3 191	3 191
Количество объема телевизионных передач и радиопередач, выпущенных в рамках государственного заказа и задания	час	113 819	113 819	113 819	113 819

Из таблицы следует, что оцениваются не качество, а объемы материалов. В обосновании подпрограммы указано, что: «Предусматривается реализация государственной информационной политики для информационно-пропагандистского обеспечения приоритетных направлений государственной политики, укрепления внутриполитической стабильности, роста конкурентоспособности отечественного информационного пространства, повышение статуса государственного языка, повышение качества производства отечественной продукции». Нам видится довольно странным оценивать, например, меры направленные на укрепление внутриполитической стабильности в эфирных часах и полосах формата А2.

Тем не менее, эта практика продолжается. Более того, прослеживается тренд на ее институциональное укрепление. Так, идет обсуждение проекта постановления правительства Республики Казахстан «О создании некоммерческого акционерного общества «Государственный фонд развития средств массовой информации», который и возьмет на себя функции распределения госзаказа и оценки эффективности

использования средств.

Вопрос о методике оценки при этом остается открытым.

Опасный тренд

Все эти факторы уже поставили ряд серьезных вызовов перед государственной информационно-идеологической машиной. Недостатки, присущие этой системе, привели к негативным тенденциям в развитии медиа-сферы, прежде всего, к стагнации СМИ в идейном, содержательном, экономическом и кадровом плане.

Такое состояние несет потенциальные риски, поскольку может вызвать в перспективе серьезный кризис в казахстанских СМИ по мере обострения как политической борьбы в стране, так и геополитического противостояния. На идеологическом поле этот процесс может выразиться в серьезных изменениях политических настроений и предпочтений общества, социальных установок, мировоззренческих стереотипов и электоральных предпочтений.

Предпринимаемые государством меры, не решают одну из основных задач: создание отечественного конкурентоспособного контента. А без этого Казахстан остается уязвимым для информационного воздействия извне.

Выход нам видится в изменении модели политической коммуникации по линии власть - СМИ - общество, от односторонней к двусторонней. Т.е. государству необходимо не только через СМИ доносить до масс свои установки, но и реагировать на общественные запросы.

Для формирования этой модели необходимо, что бы СМИ были реальным общественно-политическим институтом, выполняющим функции механизма «обратной связи» от общества к власти.

А этого невозможно добиться без перехода от государственной поддержки отдельных СМИ к государственной поддержке в создании конкурентоспособной среды внутри страны для развития всех СМИ. Только таким путем можно восстановить доверие общества к масс-медиа.

Автор: Антон Морозов, политолог, к.п.н. (Казахстан, Алматы).

Мнение автора может не совпадать с позицией редакции cabar.asia

Антон Морозов: Сможет ли Марат Тажин преодолеть провалы в информационной политике Казахстана?



Если вы нашли ошибку, пожалуйста, выделите фрагмент текста и нажмите *Ctrl+Enter*.