

**УДК 35.072**

**А.С. Газизов**

Инновационный Евразийский университет (г. Павлодар)

E-mail: gazizov\_askar@mail.ru

## **Взаимодействие государственных органов со СМИ: проблемы и пути решения**

***Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы эффективности механизмов взаимодействия СМИ и государственных органов Республики Казахстан. Основными проблемами этой сферы являются: размещение информации в масс-медиа через систему государственных закупок, ориентируемую на цены; отсутствие системы показателей по оценке качества исполнения услуг СМИ в рамках государственных закупок и проблема контроля, цензуры и самоцензуры, обусловленные условиями госзакупок. В результате исследования становится ясно, что с введением системы госзаказа расширилась практика самоцензуры изданий. В заключении автором предлагаются пути решения проблем во взаимодействии государственных органов со СМИ.*

***Ключевые слова:** государственные органы, средства массовой информации, государственные закупки, взаимодействие, эффективность.*

В Республики Казахстан роль и задачи масс-медиа в жизни общества и государства регулируются в рамках Государственной программы «Информационный Казахстан – 2020» [1]. СМИ, как институт современного общества, оказывают влияние на все сферы деятельности, включая политическую жизнь общества – отображение политики государства посредством радио, печатной прессы, телевидения и Интернета. Играя важнейшую роль в восприятии явлений и событий, они не только формируют общественное мнение, но и могут им управлять.

Как происходит взаимодействие средств массовой информации с представителями государственных органов в Казахстане? Ежегодно в Казахстане выделяют миллиарды тенге, которые распределяются между различными масс-медиа через систему государственного заказа. Однако существующий принцип работы по государственному заказу в системе «власть – СМИ» нельзя назвать идеальным. Причин тому несколько.

Согласно законодательству, государственный заказ в сфере информационной политики разыгрывается так же, как и приобретение других товаров и услуг – посредством электронных государственных закупок [2]. Чтобы соблюсти все требования этой процедуры, заказчик (будь то центральный или местный государственный орган) не всегда может выставлять необходимые требования к потенциальному поставщику. На практике выходит так, что указание в технической спецификации к лоту объема тиража, периодичности выхода, базировании редакции или студийного комплекса будет считаться нарушением, создающим условия для коррупции. В этой ситуации главным критерием остается только цена.

Иначе говоря, гипотетически лот под названием «Освещение деятельности аппарата акима города Павлодара» может выиграть газета из любого города республики (например, г. Уральск), которую непосредственно в г. Павлодаре практически никто не знает и не читает. Как пишет газета «Звезда Прииртышья», в Павлодарской области уже были случаи, когда победителями тендеров, объявленных на информационный госзаказ администрациями городов и районов, оказывались абсолютно неизвестные издания из совершенно других регионов страны [3].

Возникает вопрос: кому в г. Астане, г. Уральске или других городах Казахстана интересна деятельность акимов г. Павлодара, г. Экибастуза или г. Аксу или то, как в этих городах реализуются государственные программы в поддержку отраслей региональной экономики, когда об этом пишет газета из г. Астаны или об этом расскажет телеканал г. Алматы?

Такой подход к размещению заказа между масс-медиа – издержки казахстанского Закона «О государственных закупках», цель которого – абсолютная прозрачность и исключение коррупционного подхода к выбору подрядчика. При этом приоритетность соблюдения требований законодательства отодвигают на второй план один из самых главных показателей – качество исполнения самой услуги.

В Павлодарской области в 2015 году отделом внутренней политики г. Павлодара, отвечающим за работу по информационному обеспечению, а также разъяснению и пропаганде Стратегии развития Казахстана до 2050 года и других приоритетных общественно-политических и социально-экономических программ, на госзаказ в области информационной политики было выделено 45,8 млн тенге, в том числе 18,04 миллиона тенге для печатных изданий и 27,76 млн тенге для телерадиовещания. Немалую часть этого заказа, согласно результатам проведенных электронных государственных закупок, получила газета «Сатып Алу Ақпарат», базирующаяся в г. Алматы. По сути, издание, расположенное далеко за пределами региона, не владеющее проблемами региона, неизвестное среди жителей г. Павлодара, будет освещать общественно-политические процессы и социально-значимые события города. Несмотря на то, что данная газета распространялась в г. Павлодаре абсолютно бесплатно, информационный продукт,

оплаченный из городского бюджета, практически не доходил до потребителя в виду того, что большинство жителей г. Павлодара не знает и не читает это периодическое издание.

Важным аспектом взаимодействия государственных органов и масс-медиа в рамках госзаказа является и невозможность оценки эффективности реализации услуги в рамках государственного заказа. Отчет средств массовой информации о проделанной работе перед государственными органами ограничивается предоставлением актов выполненных работ с указанием названия статьи (или радиорепортажа, телесюжета), ее печатной площади (или хронометражные данные) и суммой к оплате.

Так, по итогам выполнения госзаказа по линии отдела внутренней политики г. Павлодара в отчете за 2015 год в качестве полученного результата указана следующая информация: объем публикаций в печатных изданиях составил 158 тысяч квадратных сантиметров со средней стоимостью 90 тенге за квадрат. Объем вещания на телевизионных и радиоканалах составил 2,482 тысяч минут со средней стоимостью 12 тысяч тенге и 7 тысяч тенге за минуту, соответственно. Однако эти цифры не отражают главного – насколько эффективным был тот или иной материал, повлиял ли он на сознание читателя, слушателя или зрителя, и сколько человек получили предназначенную для них информацию

В большинстве своем материалы, печатающиеся и выходящие в эфир по государственному заказу, не несут в себе критики, изобилуя позитивом по отношению к проводимой в стране политике, достижениями в различных сферах и так далее. В крайнем случае, их тональность нейтральна. Согласно исследованию Международного центра журналистики «MediaNet», государственные органы утверждают, что не контролируют содержание публикаций, которые размещаются в СМИ в рамках госзаказа. По их данным, масс-медиа самостоятельно готовят такие материалы, однако представители государственных и частных СМИ, которые являются постоянными получателями госзаказа, сообщают обратную информацию, которая свидетельствует о том, что госзаказ во многих случаях фактически ввел в Казахстане цензуру, когда публикации заранее согласуются с государственными органами и подвергаются серьезным изменениям.

Более того, организаторы исследования пришли к выводу, что введение системы госзаказа также расширило практику самоцензуры изданий, которые являются получателями финансирования по линии госзаказа.

«СМИ опасаются готовить острые публикации, в которых содержится критика местных и республиканских властей, поскольку это нередко приводит к конфликтам с государственными органами и последующему отказу в предоставлении госзаказа по различным основаниям. Госзаказ стал инструментом давления и ограничения для средств массовой информации республики, в том числе и потому, что многие масс-медиа в последние годы попали в серьезную финансовую зависимость из-за потери рекламодателей на фоне кризиса – госзаказ для многих изданий остался одним из немногих источников получения финансирования» [4].

Очевидным является, что эффективная система взаимодействия государственных органов власти со СМИ в части реализации государственной информационной политики, внесение изменений в действующее законодательство Республики Казахстан о государственных закупках, которые позволяли бы местным исполнительным органам заключать договор на оказание информационных услуг с конкретным средством массовой информации. Для решения существующей проблемы необходимо инициировать поправки в Закон Республики Казахстан «О государственных закупках». К примеру, она могла бы звучать так: «Внести в пункт 3 статьи 7 Закона Республики Казахстан «О государственных закупках» подпункт 55 «приобретения товаров и услуг в рамках реализации государственной информационной политики». Это позволит государственным органам осуществлять закупки у СМИ путем прямого заключения договора о государственных закупках. С этой инициативой должны выйти местные исполнительные органы, которые больше всех должны быть заинтересованы в том, чтобы эти поправки были приняты.

Кроме того, необходимо позволить заказчику выставлять те требования к потенциальному поставщику услуг, которые он считает нужными. К примеру, для печатных СМИ – объем тиража, количество полос, их полноцветность, для радио- и телеканалов – частота выхода новостных блоков, количество разноплановых программ, территория покрытия.

Требует своей разработки система критериев оценки эффективности государственного заказа в сфере государственной информационной политики. Это необходимо для того, чтобы заказчик, то есть местный исполнительный орган (а в его лице и все государство), имел возможность подсчитать, насколько эффективно были потрачены бюджетные деньги, выделенные на реализацию государственной информационной политики.

В данном случае можно согласиться с представителями «Правового медиа-центра», которые считают, что необходимы четкие и объективные критерии оценки эффективности реализуемых лотов, основанных не только на подсчете газетной площади и эфирного времени, но и на уровне профессионализма и творческом содержании материалов. Таким образом, государственным органам предлагается вести постоянный мониторинг реакции населения на информацию, размещенную СМИ в рамках госзаказа. Для этого необходимо вести подсчет и анализ отзывов, приходящих в редакции средств массовой информации, комментариев, оставленных под новостью на официальном веб-сайте СМИ и в социальных сетях. Этим должна заниматься пресс-служба государственного органа (пресс-

служба аппарата акима города). В свою очередь, СМИ, работающему по государственному заказу, так же необходимо вести работу с населением и предоставлять заказчику отчет об обратной связи.

Очень важно исключить любую возможность давления со стороны государственных органов на СМИ, получающих государственный заказ. Объективность, а не избирательность освещения информации не совместимы с цензурой со стороны государства даже в рамках реализации государственной информационной политики. При местных исполнительных органах целесообразно создать общественный совет, который бы контролировал прозрачность отношений между госслужащими и СМИ и реализацию государственного заказа. В него должны войти представители государственных органов, масс-медиа, медийных организаций и депутаты местных представительных органов. Именно этот совет будет следить за прозрачностью выделения бюджетных средств средствам массовой информации. Кроме того, такой надзор извне будет пресекать давление со стороны государственных органов на СМИ и наоборот. Чтобы решить проблемы существующей системы нужна политическая воля руководителей местных исполнительных органов и центральных органов исполнительной власти.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Государственная программа «Информационный Казахстан – 2020» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://egov.kz/wps/portal/Content?contentPath=/egovcontent/is\\_com/article/gr\\_inf\\_kaz\\_2020&lang=ru](http://egov.kz/wps/portal/Content?contentPath=/egovcontent/is_com/article/gr_inf_kaz_2020&lang=ru)
- 2 Закон Республики Казахстан «О государственных закупках» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uchet.kz/news/s-1-yanvarya-2016-goda-vstupayet-v-silu-novyuy-zakon-o-gosudarstvennykh-zakupkakh/>
- 3 Лучше меньше, да лучше // Павлодарская областная газета «Звезда Прииртышья», № 20 (18860). – 20 февраля 2016 года.
- 4 Госзаказ в СМИ Казахстана: польза или вред?: аналитический обзор. Международный центр журналистики MediaNet. – Алматы, 2010.

## REFERENCES

- 1 Gosudarstvennaya programma «Informatsionnyy Kazakhstan – 2020» [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: [http://egov.kz/wps/portal/Content?contentPath=/egovcontent/is\\_com/article/gr\\_inf\\_kaz\\_2020&lang=ru](http://egov.kz/wps/portal/Content?contentPath=/egovcontent/is_com/article/gr_inf_kaz_2020&lang=ru)
- 2 Zakon Respubliki Kazakhstan «O gosudarstvennykh zakupkakh» [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <https://uchet.kz/news/s-1-yanvarya-2016-goda-vstupayet-v-silu-novyuy-zakon-o-gosudarstvennykh-zakupkakh/>
- 3 Luchshe menshe, da luchshe // Pavlodarskaya oblastnaya gazeta «Zvezda Priirtyshya», №20 (18860). – 20 fevralya 2016 goda.
- 4 Goszakaz v SMI Kazakhstana: polza ili vred?: analiticheskiy obzor. – Almaty, 2010. – Mezhdunarodnyy tsentr zhurnalistiki MediaNet

## ТҮЙІН

**А.С. Газизов**

*Инновациялық Еуразия университеті (Павлодар қ.)*

### **БАҚ мемлекеттік органдардың өзара әрекет етуі: мәселелері және оларды шешу жолдары**

Мақалада БАҚ мен Қазақстан Республикасының мемлекеттік органдарының өзара әрекет ету механизмдері тиімділігінің сұрақтары қарастырылады. Осы саланың негізгі мәселелері болып табылады: бағаға бағытталған, мемлекеттік сатып алу жүйесі арқылы масс-медиа ақпаратын орналастыру; мемлекеттік сатып алу және бақылау мәселелері, мемлекеттік сатып алу шарттарымен шарттасылған цензура мен өзін-өзі цензурасы шеңберінде БАҚ қызметтерінің орындау сапасын бағалау бойынша көрсеткіштер жүйесінің жоқтығы. Зерттеу нәтижесінде мемлекеттік тапсырыс жүйесін енгізгеннен кейін басылымның өз-өзіне цензура жасау практикасының кеңейгені белгілі болды. Тұжырымында автор мемлекеттік органдардың БАҚ-пен өзара әрекетіндегі проблемаларды шешу жолдарын ұсынады.

**Түйін сөздер:** мемлекеттік органдар, БАҚ, мемлекеттік сатып алу, өзара әрекет ету, тиімділігі.

**RESUME****A.S. Gazizov***Innovative University of Eurasia (Pavlodar)****Interaction of government bodies and mass-media: the problems and the ways of decision***

*In the article it is considered the questions of mechanisms' effectiveness of interaction of mass-media and government bodies of the Republic of Kazakhstan. The main problems of these sphere are introduction of information in mass-media through the system of state purchases, directed on the prices; the lack of the system of indicators on the estimation of mass-media services quality in the process of state purchase and the problem of control, censure and self-censure caused by state purchases conditions. The study makes it clear that the introduction of the system of public procurement has expanded the practice of self-censorship of publications. In conclusion, the author suggests ways to address the problems in the interaction of state bodies with the media.*

**Keywords:** *government bodies, mass-media, state purchases, interaction, effectiveness.*