

Государственная программа, целью которой является продвижение «положительных новостей» в СМИ, в последнее время попадает лишь в негативные заголовки.

В феврале по обвинениям в мошенничестве и хищении средств был арестован известный журналист Сейтказы Матаев. Одним из пунктов обвинения является присвоение сотен тысяч долларов, выделенных из бюджета на так называемый госзаказ.

Данное дело привлекает внимание к госпрограмме, по настоянию властей призванной содействовать развитию СМИ, а по утверждениям критиков являющейся механизмом по стимулированию положительного освещения текущих событий в «лучших» советских традициях.

В рамках запущенной в Казахстане в 2010 году программы по субсидированию масс-медиа были объединены несколько источников финансирования проправительственных изданий. В частности, за счет средств данной программы покрываются расходы государственных СМИ, а частные средства массовой информации могут получить финансирование по конкурсу.

По утверждению следствия, мошеннические действия Матаева имели место в 2010-2015 гг. В этот период государственный Комитет связи, информатизации и информации заключил пять договоров с информационным агентством КазТАГ в лице его директора Асета Матаева, сына Сейтказы Матаева. По сообщениям, высокопоставленные руководители комитета, также являющиеся фигурантами дела, сказали следователям, что в ходе гостендера Сейтказы Матаев якобы воспользовался своим влиянием, чтобы устранить конкурентов и добиться присуждения контрактов КазТАГу.

Представители информационного агентства отказались говорить с EurasiaNet.org по поводу расследования.

Некоторые обвинения в адрес Матаева, являющегося главой Союза журналистов Казахстана и президентом Национального пресс-клуба, проливают свет на недостатки госзаказа.

КазТАГ получает часть доходов за счет подписки. По версии следствия, информационное агентство совершило мошенничество, включая статьи, оплаченные государственной телекоммуникационной компанией «Казакхтелеком», в список материалов, доступных только по подписке. Следователи утверждают, что агентство получило от «Казакхтелекома» на публикацию этих статей 260 млн тенге (\$775 по нынешнему курсу).

Эксперты отмечают, что когда государство платит сайтам и телевизионным станциям за материалы о решениях и достижениях правительства, у СМИ пропадает стимул улучшать свою работу и конкурировать на рынке рекламы. «Если учесть, что сумма госзаказа в СМИ больше, чем объем всего рекламного рынка Казахстана, то становится понятно, что рынок масс-медиа деформирован и развращен этим самым госзаказом, – сказала руководитель ОФ «Правовой медиа-центр» Диана Окременова.

Проплаченные властями материалы никак не помечаются, но их обычно легко узнать: в них многословно описываются государственные программы, а также

восхваляются экономические достижения и работа госчиновников. Хорошим примером является опубликованная в декабре [статья](#) в издании «Казахстанская правда» под заголовком «Кризис – это новые возможности», содержащая похвалы в адрес администрации президента Нурсултана Назарбаева и действий властей в целом.

При выполнении госзаказа информация не искажается – она жестко фильтруется. «Мы выполняем госзаказ, но никто из правительственных структур не указывает нам, что и как писать, и не устанавливает ограничений или запретов, – сообщил EurasiaNet.org Сергей Нестеренко, заместитель главного редактора «Казахстанской правды». – Работает принцип самоцензуры – мы сами по опыту знаем, как освещать (или не освещать) события».

При этом особенность госзаказа – это отсутствие прозрачности и подотчетности. Мало что известно о том, как принимаются решения о выделении средств тем или иным СМИ.

«В начале этого года мы – впервые за пять лет обращений в госорганы – получили ответ из Министерства финансов с конкретными суммами госзаказа в СМИ, – сообщила Окремова. – Если в 2010 году Министерство связи и информации вливало в прессу более 17 млрд тенге, то в 2015 году эта сумма составила почти 43 млрд тенге. ... Если прибавить сюда госзаказы на местах – в областных и городских акиматах, то получится около 45 млрд тенге. На эти деньги, например, можно построить около 30 школ».

По словам Окремовой, 10 СМИ получают деньги без конкурса, а остальные – через тендеры. На долю последних приходится всего около 10% от общей суммы.

Согласно аналитическому обзору Международного центра журналистики MediaNet, в Казахстане до 70% средств массовой информации охвачены госзаказом, и эта цифра имеет тенденцию к росту.

Госорган заключает со СМИ договор с описанием техзадания (количества подлежащих публикации материалов, сантиметров газетной площади или эфирных минут). Затем СМИ представляет властям отчет о проделанной работе.

При этом Министерство связи и информации не публикует касающиеся госзаказа отчеты, утверждая, что это внутренняя информация.

Данная государственная программа искажает медиарынок, поддерживая СМИ, которые при обычных условиях не выжили бы. Выступая на состоявшейся в ноябре конференции по вопросам развития медиарынка Казахстана, представитель Независимой ассоциации вещателей Украины Катерина Мясникова поделилась опытом на примере своей страны.

«Когда ты работаешь по госзаказу, ты никогда не будешь думать о том, чего ждет от тебя аудитория, а будешь думать, как отработать выделенные деньги, – [приводит](#) ее слова издание Forbes Kazakhstan. – Крупные дотационные компании теряют аудиторию ежедневно и если прекратить их финансирование – долго не протянут».

Актан Рысалиев – псевдоним казахстанского журналиста.