



**ОЦЕНКА УЧАСТИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В
БОРЬБЕ С КОРРУПЦИЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН**

Almaty 2002-2003

В декабре 2002 – январе 2003 гг. общественный фонд "Транспаренси Казахстан" при поддержке Агентства США по международному развитию (ЮСАИД) провел экспертный опрос с целью получения максимально объективной оценки участия средств массовой информации в процессе борьбы с коррупцией в Республике Казахстан.

Данная оценка, в свою очередь, была рассчитана на выявление:

- степени и причин участия или неучастия казахстанских СМИ в борьбе с коррупцией;
- степени частоты публикации (освещения), актуальности и объективности их материалов по проблемам коррупции и антикоррупционной политики;
- уровня взаимодействия СМИ с государством в процессе борьбы с коррупцией.

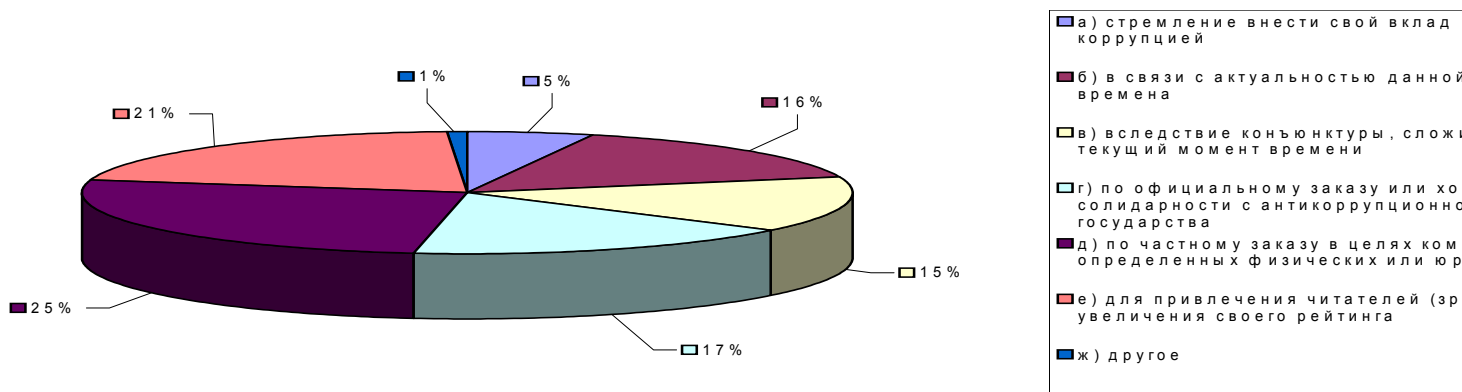
В ходе проведения настоящего исследования было опрошено 50 респондентов, представляющих различные сферы деятельности, включая представителей средств массовой информации, казахстанских, зарубежных и международных неправительственных организаций, научно-исследовательских и информационно-аналитических учреждений, государственных служащих, предпринимателей, независимых экспертов.

1. На вопрос, как часто они знакомятся с материалами казахстанских печатных и электронных средств массовой информации, посвященных вопросам коррупции и борьбы с коррупцией, большинство респондентов (45,2%) ответило, что они делают это по мере необходимости. Вторая по количеству группа опрошенных (40,5%) знакомится с отмеченными выше материалами в СМИ регулярно. И лишь 14,3% респондентов сообщили, что они делают это очень редко.

2. Оценивая причины освещения казахстанскими СМИ вопросов коррупции и борьбы с коррупцией, респонденты дали ответы, по которым можно выстроить следующий рейтинг:

- а) по частному заказу в целях компрометации определенных физических или юридических лиц – 26,1 %;
- б) для привлечения читателей (зрителей, слушателей) и увеличения своего рейтинга - 20,9%;
- в) по официальному заказу или хотя бы в знак солидарности с антикоррупционной политикой государства – 16,5%;
- г) в связи с актуальностью данной темы на все времена – 15,7%;
- д) вследствие конъюнктуры, сложившейся на текущий момент – 14,8%;
- е) стремление внести свой вклад в борьбу с коррупцией – 5,2%.

Диаграмма 1. Причины освещения СМИ вопросов коррупции и борьбы с коррупцией.



Отсюда видно, что, по мнению респондентов, наиболее всего те или иные казахстанские печатные и электронные СМИ прибегают к освещению на своих страницах, экранах и в эфире материалов по вопросам коррупции и противодействия этому явлению в целях компрометации определенных физических или юридических лиц по заказу их вероятных конкурентов или недоброжелателей. Менее же всего эти СМИ заинтересованы внести освещением таких материалов свой вклад в борьбу с коррупцией.

3. Респондентам было также предложено выявить степень частоты освещения, актуальности и объективности антикоррупционных материалов в казахстанских печатных и электронных СМИ, а также некоторых веб-сайтов, материалы которых касаются ситуации в Казахстане. Для этого здесь была использована балльная система подсчета с ранжированием от 1 (наименьший балл) до 10 (наибольший балл). По результатам полученных на данный вопрос ответов был составлен следующий рейтинг (в %).

3.1. Печатные СМИ (газеты):

СМИ	Критерий для оценки		
	Частота публикаций	Актуальность	Объективность

Аргументы и факты в Казахстане	4,9	5,7	7,2
Время	8,1	8	7,3
Деловая неделя	3,9	5,1	6,3
Доживем до понедельника	5,9	4,8	4,1
Егемен Казахстан	2,4	2,5	2,4
Жас Алаш	3,1	3	2,8
Известия-Казахстан	3,4	4,1	4,2
Казакстан	2,7	2,5	2,4
Казахстанская правда	5,2	5,2	4,8
Караван	6,8	5,5	4,2
Мегаполис	6,1	5,8	5,8
Начнем с понедельника	5,5	5,4	5
Новое поколение	5,4	5,9	5,4
Новости недели	2,9	3	3,8
Панорама	5,3	6,3	7,9
Сол дат	8,4	7,6	6,6
Экономика. Финансы. Рынки	8	7,4	7
ЭкспрессК°	5,5	5,6	5,3
Эпоха	2,9	3	3,5
Юридическая газета	3,6	3,5	3,9

Таким образом, по уровню частоты публикаций и актуальности соответствующих материалов здесь лидирует газета "Сол дат", выходящая на двух языках – казахском и русском (8,4 и 7,6 % соответственно), а по степени объективности – еженедельная газета "Панорама" (7,9%).

Ниже всех по всем указанным выше критериям стоит официальная казахскоязычная газета "Егемен Казахстан" (соответственно 2,4, 2,5 и 2,4 %). Правда, по степени актуальности и объективности материалов по коррупции и антикоррупционной политике эти места с ней в приведенном выше рейтинге разделила также выходящая на казахском языке, но являющаяся частной газета "Казакстан". Хотя, с другой стороны, нельзя не отметить, что отнесение этих газет по данным оценочным критериям на последнее место во многом объясняется тем, что с их материалами знакомо очень малое число принимающих участие в настоящем опросе респондентов

3.2. Электронные СМИ (телеканалы):

СМИ	Критерий для оценки		
	Частота освещения	Актуальность	Объективность
Ел арна (включая Хабар до его перехода к вещанию исключительно на казахском языке)	10,9	12,2	11,7
Казакстан	8,8	9,3	9,3
КТК	20,2	17,5	15
НТК	7,4	7,7	9
31-й канал	19,2	19,1	18,4
Рахат	10,7	10,3	11,2
Хабар (после перехода к вещанию исключительно на казахском языке)	9,6	10,4	10,5
Шахар	4,4	4,2	5,2
Южная столица	8,7	9,3	9,6

Отсюда следует, что по частоте освещения материалов, посвященных проблемам коррупции и антикоррупционной политики, лидирует "Коммерческий телеканал" (КТК), набравший 20,2%. По актуальности и объективности же данных материалов пальму первенства здесь перехватил также являющийся частным "31-й канал" (соответственно 19,1 и 18,4 %). Последнее место в этом рейтинге по всем трем критериям занял частный телеканал "Шахар" (4,4, 4,2 и 5,2 соответственно).

3.3. Веб-сайты

Веб-сайты	Критерий для оценки		
	Частота публикаций	Актуальность	Объективность
Газета. Кз (www.gazeta.kz)	12	13,6	16,2
Евразия-Интернет (www.eurasia.org.ru)	24,4	23,4	23,1
Куб (www.kub.kz)	19,1	19,6	18,9

Навигатор (www.navigator.kz)	21,2	22,4	25,6
Номад (www.nomad.web.com)	23,3	21	16,2

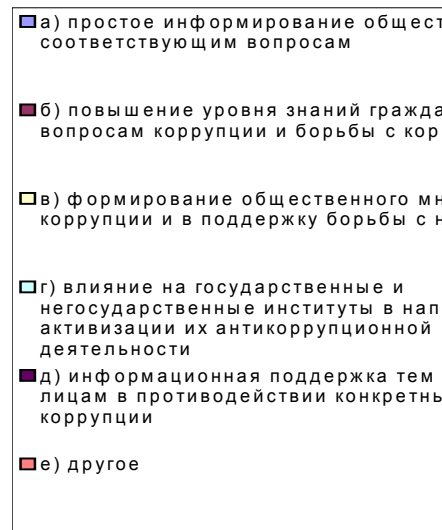
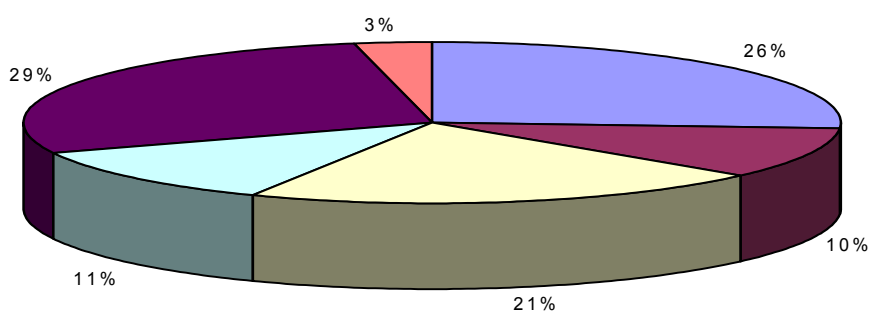
В данном рейтинге первое место по степени частоты публикаций и актуальности материалов на тему коррупции и антикоррупционной политики занял веб-сайт зарубежного Информационно-аналитического центра "Евразия-Интернет" (24,4 и 23,4 % соответственно), материалы которого в основном посвящены ситуации в Казахстане и других республиках Центральной Азии. По уровню же объективности данных материалов здесь лидирует казахстанская частная интернет-газета "Навигатор" (25,6%). На последнее место в этом рейтинге веб-сайтов попала другая казахстанская интернет-газета "Газета.кз" ("Gazeta.kz"), содержащая в основном информационные материалы официального характера.

4. Большинство респондентов (58,1%) не считают СМИ эффективным инструментом борьбы с коррупцией в Казахстане. Противоположной точки зрения здесь придерживаются 41,9% опрошенных.

5. Основную роль СМИ в процессе борьбы с коррупцией в Казахстане большинство опрошенных видит в оказании информационной поддержки тем или иным лицам в противодействии ими конкретным фактам коррупции (28,1%). Вместе с тем 26% опрошенных видят эту роль в простом информировании общества по вопросам коррупции и антикоррупционной политики.

20,8% респондентов считают, что роль СМИ в рассматриваемом процессе заключается в формировании общественного мнения против коррупции и в поддержку борьбы с нею. Еще две группы опрошенных отмечают в этом плане влияние на государственные и негосударственные институты в направлении активизации их антикоррупционной деятельности (1,5%) и повышение уровня знаний граждан по вопросам коррупции и борьбы с коррупцией (10,4%).

Диаграмма 2. Оценка роли СМИ в процессе борьбы с коррупцией в Казахстане.



6. В результате оценки респондентами тех или иных факторов, влияющих на снижение степени участия казахстанских СМИ в процессе противодействия коррупции в стране, получился следующий рейтинг данных факторов:

а) зависимость СМИ от своих собственников (учредителей), вынуждающая их корректировать свои материалы в соответствии с требованиями собственников (учредителей) – 28,8%;

б) государственный контроль, вынуждающий СМИ корректировать материалы в соответствии с требованиями государственных органов – 18,2%;

в) отсутствие доступа СМИ к необходимой информации – 18,2%;

г) законодательно закрепленные ограничения прав и возможностей СМИ – 12,9%;

д) нежелание государства и его органов вовлекать СМИ в антикоррупционную деятельность – 9,8%;

е) участие самих СМИ в отношениях, так или иначе связанных с коррупцией – 9,1%.

ж) нежелание СМИ освещать антикоррупционные проблемы – 1,5%.

Таким образом, наиболее сдерживающим от участия СМИ в процессе борьбы с коррупцией в Казахстане фактором является соответствующая позиция их собственников (учредителей).

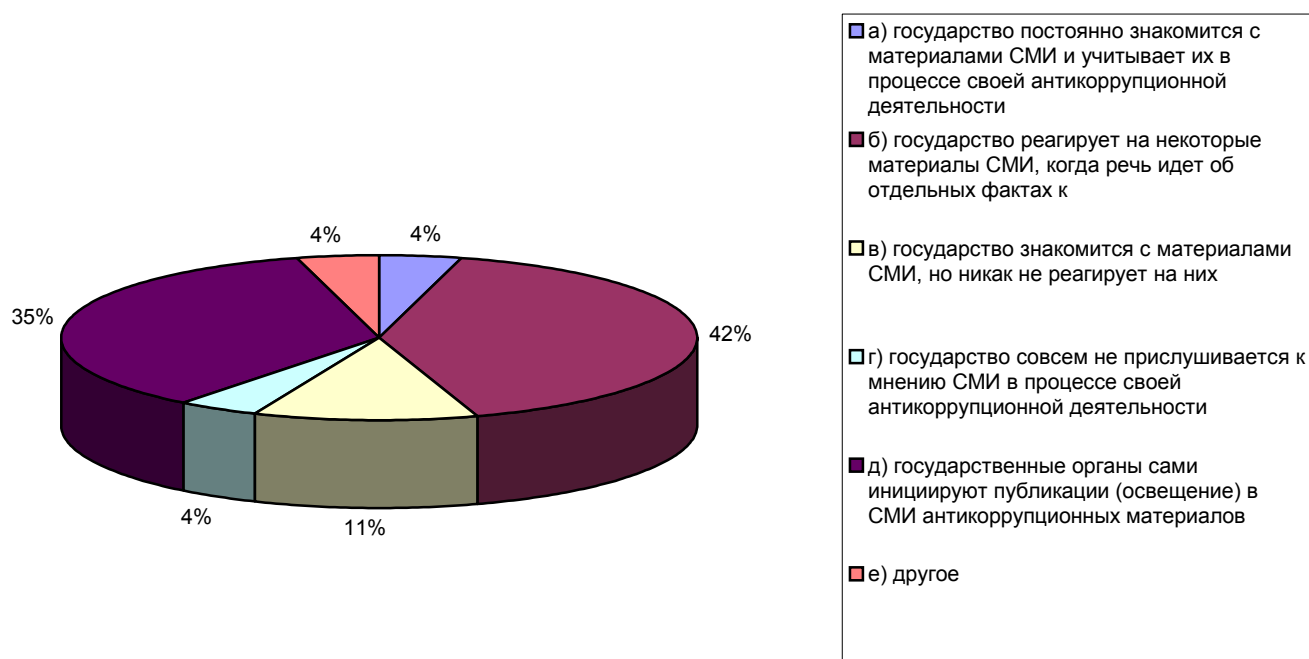
7. По мнению большинства респондентов уровень влияния СМИ на государственные антикоррупционные органы (Комиссия при Президенте РК по вопросам борьбы с коррупцией и соблюдению служебной этики

госслужащими, КНБ, прокуратура и т.д.) выражается в том, что государство реагирует на некоторые материалы СМИ, когда речь идет об отдельных фактах коррупции (40,8%). 35,2% опрошенных полагают, что государственные органы сами инициируют освещение в СМИ антикоррупционных материалов.

В то же время 11,3% респондентов считают, что государство хотя и знакомится с соответствующими материалами СМИ, но практически никак не реагирует на них.

Обращает на себя внимание, что две равных и находящихся в меньшинстве по своему количеству группы респондентов (4,2%) выражают прямо противоположные друг другу мнения. Если одни из них считают, что государство постоянно знакомится с материалами СМИ и учитывает их в процессе своей антикоррупционной деятельности, то другие утверждают о том, что государство здесь совсем не прислушивается к мнению СМИ.

Диаграмма 3. Уровень влияния СМИ на государственные антикоррупционные органы Казахстана.



Выводы

По приведенным выше результатам настоящего исследования, полученным в ходе анкетного опроса и обработки его данных, можно сделать следующие выводы:

1. Очевидно, что регулярно или по мере необходимости с материалами казахстанских печатных и электронных средств массовой информации,

посвященных вопросам коррупции и борьбы с коррупцией, знакомится довольно большое число читателей (зрителей, слушателей) данных СМИ. Это говорит о достаточно высоком уровне интереса граждан республики к соответствующей информации.

2. Обращает на себя внимание тот факт, что по степени частоты освещения, актуальности и объективности материалов по коррупции и антикоррупционной деятельности лидируют негосударственные СМИ. Это свидетельствует о сравнительно невысоком уровне данных критериев оценки антикоррупционных материалов в государственных СМИ. Следовательно, большая часть казахстанцев в плане ознакомления с соответствующей информацией предпочитают прибегать к услугам частных СМИ, доверяя, видимо, им больше, чем официальным.

3. Как следует из ответов респондентов, большинство казахстанских СМИ слабо заинтересованы внести освещение вопросов коррупции и антикоррупционной политики свой вклад в борьбу с данным явлением. В основном они идут на это освещение в целях выполнения заказов от физических или юридических лиц по компрометации их конкурентов и иных неугодных им лиц. Другой не менее важной мотивацией для них в этом деле является привлечение внимания к себе читателей (зрителей, слушателей) и увеличение своего рейтинга.

4. Судя по всему, отмеченные выше моменты повлияли на то, что большинство респондентов не воспринимают СМИ в качестве эффективного инструмента борьбы с коррупцией в Казахстане. Другим влияющим на такое отношение к СМИ фактором, видимо, является зависимость масс-медиа от своих собственников (учредителей), которые вынуждают эти СМИ корректировать свои материалы в соответствии с их требованиями.

5. Не менее сдерживающими от активного участия СМИ в процессе борьбы с коррупцией в стране обстоятельствами также являются государственный контроль за СМИ, вынуждающий их корректировать свои материалы в соответствии с требованиями еще и государственных органов, отсутствие доступа СМИ к необходимой информации и законодательно закрепленные ограничения их прав и возможностей. Таким образом, государство оказывает большое и при этом отрицательное воздействие на СМИ, в том числе на их позицию по отношению к общему состоянию коррупции в стране и ее отдельным проявлениям. Однако тем самым оно фактически отталкивает СМИ от участия в процессе борьбы с коррупцией.

6. Отмеченное выше обстоятельство сказывается и на невысоком уровне сотрудничества государства со СМИ. Данное сотрудничество выражается в основном в предоставлении СМИ антикоррупционных материалов, подготовленных теми или иными государственными органами. Вместе с тем каких-либо других форм этого сотрудничества практически нет.

Помимо этого наблюдается избирательное реагирование государства на материалы СМИ, рассказывающие о конкретных фактах коррупционных правонарушений. Очевидно, что все это не способствует развитию

конструктивных отношений между государством и СМИ в процессе борьбы с коррупцией, а также стимулированию вовлечения СМИ в этот процесс со стороны государства.

7. В то же время нельзя не отметить низкий показатель такого фактора, как нежелание СМИ освещать антикоррупционные проблемы. Это говорит о том, что определенная часть казахстанских СМИ все же заинтересована по тем или иным причинам давать материалы по этим проблемам. Хотя в целом, судя по результатам данного опроса, уровень участия казахстанских СМИ в борьбе с коррупцией и их заинтересованности в этом участии пока что остается довольно низким.