

АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Национальная школа государственной политики

на правах рукописи

Раисова Лира Фазыловна

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ЗАКАЗА
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

**Образовательная программа «7М04119 Государственное управление»
Направление подготовки «7М041 Бизнес и управление»**

Магистерский проект (исследование) на соискание степени
магистра знаний бизнеса и госуправления по образовательной программе
«7М04119 Государственное управление»

Научный руководитель

Абдыкаликова М.Н., к.п.с.

Проект (исследование) допущен к защите: 7 июня 2024г.

Директор НШГП

Жакиянов Т.Ж., к.с.н.

Астана, 2024г.

СОДЕРЖАНИЕ

НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ	3
ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ.....	4
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ	8
Глава 1 Политико-правовые подходы к регулированию информационной политики зарубежом и в Казахстане	
Раздел 1.1 Международный опыт регулирования информационной политики	
Раздел 1.2 Казахстанский опыт размещения информационного заказа	
Глава 2 Эффективность информационного заказа в Республике Казахстан	
Раздел 2.1 Оценка эффективности информационного заказа по ключевым параметрам	
Раздел 2.2 Ключевые подходы (алгоритм) повышения эффективности информационной политики и информационного заказа в Республике Казахстан	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	34
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	36
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	42

НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

В настоящем магистерском проекте (исследовании) использованы ссылки на следующие нормативные документы:

1. Указ Президента Республики Казахстан от 20 марта 2023 года №145 «Об утверждении Информационной доктрины Республики Казахстан»
2. Указ Президента Республики Казахстан от 6 декабря 2016 года № 384 «Об утверждении Концепции семейной и гендерной политики в Республике Казахстан до 2030 года»
3. Приказ Министра информации и коммуникаций Республики Казахстан от 28 февраля 2017 года № 75 «Об утверждении Правил размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском и региональном уровнях»
4. Постановление Правительства Республики Казахстан от 25 мая 2011 года № 575 «Об утверждении Правил базового и программно-целевого финансирования научной и (или) научно-технической деятельности, грантового финансирования научной и (или) научно-технической деятельности и коммерциализации результатов научной и (или) научно-технической деятельности, финансирования научных организаций, осуществляющих фундаментальные научные исследования»
5. Приказ Министра информации и общественного развития Республики Казахстан от 26 сентября 2022 года № 406. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 27 сентября 2022 года № 29848 «Об утверждении Правил формирования, предоставления, мониторинга и оценки эффективности государственных грантов»
6. Закон РК от 23 января 1993 года «О Республиканском бюджете на 1993 год»
7. Закон РК от 12 декабря 2002 года №362 «О Республиканском бюджете на 2003 год»
8. Закон РК от 23 ноября 2012 года №54-V «О Республиканском бюджете на 2013-2015 годы»
9. Закон РК «О Республиканском бюджете на 2023-2025 годы»

ОБОЗНАЧЕНИЯ И СКОРАЩЕНИЯ

ГИЗ – государственный информационный заказ

СМИ- средства массовой информации

АГУ- Академия государственного управления

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Информация – это общественное благо. В условиях демократического общества, а также в виду широкой доступности различных каналов коммуникаций для населения государство не имеет монополии на данный ресурс, обязано обеспечить свободный доступ граждан к объективной информации, а также свободу слова, право граждан производить и распространять информацию.

От качества информационной политики в стране зависят уровень доверия населения к органам власти, информированность граждан о происходящих в стране и мире социально-экономических и политических процессах, общественное мнение по тому или иному вопросу.

Посредством выверенной эффективной информационной политики можно решить многие стратегические задачи государства. Так, поведенческие установки граждан, социальное самочувствие и психологический климат в обществе, общественные сознание и ценности, качество человеческого капитала находятся в тесной взаимосвязи с уровнем свободы слова, качеством работы СМИ и других каналов коммуникаций, с содержанием транслируемой ими информации. К примеру, скандинавские страны, являющиеся лидерами по уровню и качеству жизни, традиционно возглавляющие рейтинги самых счастливых стран мира, также лидируют в рейтингах свободы слова, доверия к СМИ и государственным органам.

Казахстан в течение последних 20 лет является антилидером мировых рейтингов по свободе слова. В 2024 году Казахстан занял 142 место из 180 стран в международном рейтинге по свободе прессы, за год потеряв 14 позиций. Проводимые социологические опросы демонстрируют невысокий уровень доверия к СМИ и слабую информированность населения о реализуемых в стране социальных программах, проектах, мерах государственной поддержки.

Основной формой взаимодействия государственных органов со СМИ является информационный заказ. На его финансирование ежегодно расходуется свыше 50 млрд. тенге [1].

Вместе с тем, несмотря на существенные расходы, информационный заказ государственных органов не в полной мере решает предусмотренные стратегическими документами приоритетные для государства задачи. Так из данных социологических опросов видно, что популярность СМИ, получающих информационный заказ, ниже, чем у других источников информации. Население предпочитает получать информацию из социальных сетей (45%), из разговоров с близким окружением (29%) и интернет-сайтов (14%) [2]. Данное обстоятельство указывает на необходимость пересмотра выбора каналов и методов коммуникаций между государственными органами и гражданами.

Политический курс Президента К. Токаева, предусматривающий «конструктивный общественный диалог» и реализацию концепции «слышащего государства», направлен на совершенствование каналов коммуникаций и

обратной связи с населением, решение имеющихся проблем в информационной сфере.

Одним из значимых шагов в этом направлении является принятие Указа Президента РК «Об утверждении информационной доктрины РК» от 20 марта 2023 года. Доктрина представляет собой долгосрочное видение развития медиа сферы, в том числе отражает цели, задачи, принципы и ценностную основу информационной политики, такие как обеспечение прав граждан на свободу слова, доступ населения к информации, обеспечение качества информационной политики, укрепление информационного суверенитета и безопасности страны.

В настоящем магистерском проекте представлены результаты исследования, доказывающие необходимость внесения изменений в Правила размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском и региональном уровнях [3] (далее – *Правила информационного заказа*) для решения вышеуказанных проблем.

Цель исследования: Разработка подходов по повышению эффективности информационного заказа Министерства культуры и информации РК.

Задачи:

1. Проведение обзора казахстанских научных исследований в сфере информационной политики и информационного заказа.
2. Рассмотрение международного опыта по государственному регулированию информационной политики.
3. Изучить нормативную правовую базу, регулиующую процедуру размещения информационного заказа, и практику ее применения;
4. Разработать рекомендации по повышению эффективности информационного заказа на республиканском уровне.

Объект исследования: информационный заказ Министерства культуры и информации РК.

Предмет исследования: процедуры формирования, реализации и оценки эффективности информационного заказа Министерства культуры и информации РК.

Методы исследования (обоснование выбора метода/ методов исследования):

Для понимания нормативных основ, целей, задач, структуры объекта исследования, выявления имеющихся проблем и противоречий посредством метода контент-анализа изучены основные нормативные правовые акты, стратегические и программные документы, аналитические доклады и материалы СМИ по теме исследования.

Для анализа практического применения информационного заказа в деятельности государственных органов проведены экспертные интервью с участием 20 государственных служащих руководящего звена, представляющих различные центральные и местные исполнительные органы, а также беседы с представителями Комитета информации и Департамента регулирования

государственной политики в области СМИ Министерства культуры и информации РК, Отдела коммуникаций Администрации Президента РК.

Также проведен сравнительный анализ казахстанской и международных практик размещения ГИЗ, казахстанских процедур размещения государственных информационного заказа для СМИ, научных грантов и грантов для НПО.

Научная новизна:

В магистерском проекте впервые поднята проблема необходимости законодательного определения смысловых границ информационной политики (*данное понятие нормативно не закреплено, его введение предусмотрено в новом проекте закона «О масс-медиа»*). Данный вопрос имеет фундаментальный характер.

Также на примере результатов социологических опросов уровня информированности по актуальным направлениям государственной политики (семейная и молодежная политика, концепция «Адал Азамат») впервые поднята проблема взаимосвязи эффективности информационного заказа с результатами документов системы стратегического планирования, направленными на формирование и развитие новых прогрессивных ценностей и форм поведения в обществе.

Практическая значимость: Проблема повышения эффективности информационного заказа рассмотрена в контексте приоритетов Информационной доктрины Республики Казахстан и проводимых в стране реформ законодательства «О масс-медиа».

Изучены нормативные основы и практические подходы по размещению информационного заказа на всех этапах проектного управления [4]: инициирование, планирование, выполнение, мониторинг, завершение.

На основе лучших международных практик даны практические рекомендации по повышению эффективности государственного информационного заказа и информационной политики в целом.

Апробация. Основные положения магистерского проекта в форме аналитической записки переданы в Отдел коммуникации Администрации Президента РК, Министерство культуры и информации РК, презентованы на заседании рабочей группы по разработке Закона РК «О масс-медиа» в Сенате Парламента РК.

Также в рамках проекта подготовлена научная статья на тему: «Разработка подходов по повышению эффективности информационного заказа, направленного на укрепление семейных ценностей», опубликованная в Международном научно-практическом журнале «Интеграция образования и науки» в марте 2024 года, выпуск №3.

Структура магистерского проекта. Содержание и структура магистерского проекта соответствуют требованиям к структуре и оформлению магистерского проекта (исследования), утвержденным Приказом Ректора Академии государственного управления при Президенте РК №68 от 8 февраля 2024 года.

Так в основной части магистерского проекта предусмотрены:

- ✓ Теоретическая часть с обзором международного опыта, анализом нормативно-правовой базы и литературы по теме исследования;
- ✓ Практическая часть с анализом современного состояния и указанием проблемных аспектов рассматриваемой сферы, выводами и рекомендациями.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Глава 1 Политико-правовые подходы к регулированию информационной политики зарубежом и в Казахстане

Раздел 1.1 Международный опыт регулирования информационной политики

Исходя из исторического, экономического и политического аспектов выделяют две основных модели государственного регулирования информационного пространства: западную и восточную (азиатскую).

Западная в свою очередь делится на континентальную европейскую и англо-американскую модели.

На основе изученных источников и сопоставления различных подходов, в настоящем проекте авторами самостоятельно сгенерирована и применяется следующая типология моделей государственного регулирования СМИ (см. таблицу 1).

Таблица 1 «Модели государственного регулирования СМИ»

Западная модель			Восточная		
Континентальная европейская (ЕС)	Англо-американская (Великобритания, США)	Северная Европа	Азиатско-тихоокеанский (Китай и Азиатско-тихоокеанский регион)	Средняя Азия	Ближний и Северная Африка
Поиск баланса между государственным и частными интересами, либерализация информационного пространства, вариативность программ информационного развития в разных странах. Сохранение европейских духовно-культурных ценностей, развитие личности.	Превалирование частного над государственным, создание условий для рыночной конкуренции.	Саморегулирование СМИ в вопросах медиа этики Значительное внимание со стороны общественности к вопросам гласности, доступа к информации Незначительное финансирование СМИ из бюджета	Активное участие государства в формировании национальной информационной модели. Акцент на национальных культурных традициях.	Формирование собственной модели регулирования СМИ (баланс между восточной и западной моделями)	Религиозный фактор. Фактор «Арабской весны»

В данном разделе на примере конкретных государств рассмотрены все перечисленные модели государственного регулирования СМИ.

Обзор международного опыта предлагается начать с топ-5 лидеров: в рейтинге свободы слова «Репортеров без границ» [5], охватывающем 180 стран, — это Норвегия, Дания, Швеция, Эстония и Финляндия.

Норвегия [6]. Медиа систему Норвегии исследователи характеризуют как исторически сложившуюся либеральную демократическую компаративистскую

модель, при которой коммерциализированные СМИ сотрудничают с организованными политическими и социальными объединениями при постепенном снижении активности государства. Процесс сокращения государственного субсидирования СМИ начался в Норвегии в 1970-х годах. Особенностью государственного регулирования СМИ в Норвегии является обеспечение плюрализма мнений и свободы слова через контроль концентрации медиа активов. Так 1 января 1999 года в Норвегии был принят Закон «О собственности на СМИ», установивший максимальную долю владения медиа активами в 33,3%. В 2016 году данный закон отменен. На сегодняшний день СМИ в Норвегии регулируются законами «О прозрачности владения СМИ» 2016 года и Законом «О защите конкуренции» 2004 года, который запрещают монополизацию СМИ.

Основными характеристиками телевизионного вещания Норвегии является наличие одной национальной телекомпании, которая финансируется за счет лицензионных сборов и коммерческих каналов. Национальная компания в основном производит новостной и общественно-политический контент. Детский и развлекательный контент покупаются у иностранных компаний, так как производство собственного значительно дороже.

Также заслуживает внимания период пандемии, когда были предусмотрены выплаты компенсаций из бюджета коммерческим каналам Норвегии, потерявшим в доходах от рекламы.

Исследователи также отмечают, что Норвегия позже других скандинавских стран перешла на цифровые технологии вещания (см. таблицу 2 [7]). Причин позднего перехода может быть несколько. Во-первых, по решению европейской комиссии переход на цифровую платформу собственники медиа должны были осуществить самостоятельно. Во-вторых, очевидны были политические риски, связанные с большим присутствием иностранных СМИ (аудитория стала отдавать предпочтение не национальным, а иностранным каналам). В-третьих, часть нагрузки легла на граждан, каждый владелец телевизора и цифрового декодера должен оплатить лицензионный сбор, что мотивирует телекомпании получать доходы от распространения, а не от рекламы.

Таблица 2. Годы перехода на цифровое телевидение в некоторых странах Европы

Страна	Год перехода на цифровое телевидение
Люксембург	2006
Нидерланды	2006
Финляндия	2007
Швеция	2007
Швейцария	2008

Бельгия	2008
Дания	2009
Норвегия	2009
Германия	2009

Наряду с изложенным, заслуживает внимания регулирование в Норвегии рекламы, которая должна транслироваться с приглушённым звуком и не в прайм-тайм, особенно реклама, ориентированная на детей и молодежь.

Финляндия [8]. В Финляндии сегодняшнего дня нет специального закона, регулирующего деятельность СМИ. Вместе с тем, страна гордится тем, что финн Андерс Чидениус является инициатором первого в мире Закона о свободе информации, принятым Парламентом Швеции в 1766 году (для сравнения в США аналогичный закон принят в 1966 году на 200 лет позже).

По данным института Reuters при Оксфордском университете по уровню доверия населения к СМИ Финляндия на 1 месте (доверие к власти и полиции на уровне 95%) [8], это объясняется традициями саморегулирования и достоверностью информации в СМИ.

Так как и Норвегия Финляндия является одной из самых читающих стран мира. По данным кампании «Media Audit Finland» 93% взрослых граждан Финляндии регулярно читают прессу (40% выписывают еженедельные газеты и журналы, а также получают много бесплатных газет и журналов) [9], при этом печатным изданиям доверяют больше, чем социальным сетям.

Основной медиакомпанией является YLE [8], она имеет статус государственной, финансируется за счет налоговых поступлений.

Швеция [10]. Как отмечено выше, законодательство Швеции в области свободы слова является одним из старейших в мире.

Совет по делам печати («Суд чести», в состав которого входит судья, три независимых от СМИ общественных деятеля и представители крупных объединений СМИ) и первый кодекс журналистской этики учреждены в 1916 году. В 1949 году вступил в силу Акт о свободе печати, предусматривающий защиту источников информации и служащих, информирующих о нарушениях. С 1976 года действует институт пресс-омбудсмена, который разбирает жалобы аудитории на журналистов [11]. С 1991 года действует Акт о свободе выражения мнения. С 2011 года официальный аккаунт Швеции в Твиттере @sweden ведут ее простые жители, цель этого проекта, показать страну глазами разных жителей.

Система государственной поддержки СМИ действует с целью обеспечения плюрализма мнений. В 1960-70-х годах пресса финансировалась для обеспечения независимости газет от политических партий. В настоящее время финансируются инновационные и локальные проекты, газеты языкового меньшинства.

Телевидение в Швеции общественное, ранее финансировалось за счет лицензионных сборов, сейчас за счет специальных налогов, достигающих 1300 крон в год (более 50 тысяч тенге).

Дания. С 1992 года в Дании действует Закон об ответственности СМИ, что определило специфику данной страны в сравнении с другими странами Северной Европы. Вместе с тем, несмотря на наличие данного закона, СМИ Дании обладают значительной свободой в публикации материалов. Одним из показательных примеров отношения властей Дании к свободе слова была реакция на публикации 12 карикатур на Пророка Мухаммеда, опубликованных датской газетой «Jyllands-Posten». Несмотря на то, что публикация вызвала негативный общественно-политический резонанс, привела к десяткам убитых в результате акций протеста по всему миру, к бойкоту датских товаров и к покушениям на авторов карикатур, Правительство Дании, редакция газеты и 80% датских граждан сочли главным в этой ситуации – защиту прав журналистов на свободу слова. В частности руководство Дании приносить официальные извинения отказалось, заявив, что не может вмешиваться в дела прессы [12]. В последующем, в 2006г., 2008г. редакция газеты «Jyllands-Posten» признала, что по данному случаю имело место злоупотребление свободой слова и причинен вред [13].

Эстония [14]. Хотя в Эстонии нет единого сводного закона для регулирования журналистской деятельности, журналисты и масс-медиа подчиняются множеству других законов. В числе которых Гражданско-процессуальный и уголовно-процессуальный кодексы, порядка 10 законов о медиа и информационных услугах, о защите персональных данных, о публичной информации и другие. Наряду с национальными законами с преимущественным правом действуют правовые акты Европейского союза.

В Эстонии успешно реализуется механизм саморегуляции, крупные издатели и суды руководствуются Кодексом журналистской этики.

В открытых источниках [15] содержится информация о том, что в 2022-2023 годах Министерство культуры выделило более 2 млн. евро на поддержку русскоязычных СМИ, выходящих в электронном формате, для формирования оригинального сбалансированного медиаконтента для русскоязычного населения в связи с военной операцией Российской Федерации на территории Украины, бумажные СМИ поддержку не получили.

Также с 2022 года Эстонский Департамент по защите прав потребителей и технического надзора предписал телекоммуникационным предприятиям государства не транслировать определенные телеканалы Российской Федерации [16] по причине трансляции «запрещенной информации», «дезинформации».

Континентальная Европа (Германия и Франция) [17]. Право граждан на свободу мнений и информации закреплены в Германии и Франции конституционно, отдельного закона по регулированию деятельности СМИ нет,

но также, как в других странах Европы, на СМИ распространяются требования гражданского, уголовного и антимонопольного законодательства.

С целью регулирования споров в сфере СМИ в Германии и Франции действуют советы по прессе, рассматривающие жалобы, проводящие экспертизу и выносящие «публичное порицание».

Саморегулирование СМИ и «самоцензура» в СМИ являются действенными механизмами для недопущения публикации материалов, которые могут вызывать неоднозначную политическую оценку. Так в статье российского исследователя Черномор А.Ю. приводятся примеры, когда руководство французской газеты «Figaro» отказало в публикации материалов о положении жителей Донецка и Луганска. Также приведены примеры блокировки видеорепортажа о Мариуполе.

Наряду с этим в Германии, как и в ряде других европейских стран, есть законодательные нормы, запрещающие публикацию информации, которая может принести вред здоровью детей и молодежи.

США [18]. Единого закона, регулирующего журналистскую деятельность и масс-медиа нет. Действуют федеральные законы и законы штатов, регулирующие свободу информации и слова, деятельность СМИ. Понятие «свобода слова» трактуется судами в зависимости от Конституционных гарантий и прецедентов.

Американская и европейская модели управления СМИ стоят на защите свободы слова, ограничения которой могут повлечь ответственность вплоть до уголовной, конфискацию собственности, значимые штрафные санкции. В тоже время, ответственность журналистов законодательно не урегулирована.

В 1979 году был создан прецедент по делу Салливана, предусматривающий ответственность за вмешательство в частную жизнь в форме денежной компенсации и публикации опровержения.

Единственным основанием для ограничения свободы слова может быть очевидная опасность, которая может создать большие последствия, как для общества, так и для государства, при этом данное решение может быть обосновано только в суде.

Бюджет Агентства США по глобальным медиа в 2023 году составил 884,7 млн. долларов [19] (*по курсу Национального банка Казахстана, где 1 доллар=446,49 это 395 млрд 9 млн.703 тысячи тенге*). Часть этих средств должна быть потрачена на противодействие российским СМИ. Также согласно закону о бюджете, государственным служащим запретили использовать социальную сеть «Tik Tok», она подлежала удалению в течении 60 дней после принятия соответствующего закона.

Россия. Понятие «свобода слова», правовые рамки деятельности журналистов и СМИ регулируются Законом «О средствах массовой информации».

Несмотря на конституционный запрет цензуры, допускается ее применение в интересах личности, общества и государства, также журналисты могут попасть под действие законодательства об иностранном агенте, за распространение материалов

СМИ, финансируемых из зарубежных источников, или авторами, которых являются «иностранные агенты».

Расходы на СМИ в федеральном бюджете в 2023 году составили 122,1 млрд рублей (*по курсу Национального банка Казахстана, где 1 рубль=4,79 это 584 млрд 859 млн. тенге*) [20]. В 2024 году данная статья расходов увеличена на 12,6 млрд. рублей (или 60 млрд. 354 млн. тенге) [20].

Сингапур. Государство выполняет ключевую роль в поддержке и развитии СМИ, контроле и регулировании их деятельности. Правительством Сингапура реализуется стратегический план “Media 21 Blueprint” [21], предусматривающий создание «глобального медиа города».

Многие информационные сервисы централизованы. Так интересен опыт Сингапура [22] по сбору и обсуждению социально-значимых тем чрез портал «REACH», на котором предложения принимаются и рассматриваются вне зависимости от их эмоциональной окраски. В случае регистрации обращения, на него дается ответ.

Что касается цензуры Сингапур отличается жесткими требованиями по соблюдению законодательства во всех сферах жизни, и данная сфера не исключение. В Сингапуре есть Отдел нежелательной пропаганды и как отмечают зарубежные исследователи местные СМИ напоминают государственные органы, публикующие «желательные новости» [23].

Американский писатель Уильям Гибсон назвал Сингапур «Диснейлендом со смертной казнью» и характеризуя свободу слова в этой стране, пишет следующее: «В Сингапуре можно жить, получая информацию об окружающем мире, но доступ к определенным сведениям будет либо сильно сужен, либо отключен», журнал «Wired», опубликовавший эту сатиру, запретили в Сингапуре [23].

Ближний Восток [24]. Волну революций и протестов, произошедших на Ближнем Востоке – «Арабскую весну» в 2011-2013 годах, спровоцировали социальные сети.

До 1990-х годов СМИ в арабском странах были под государственным контролем, Интернет и социальные медиа также начали внедряться по инициативе государства в целях обеспечения экономического развития.

В период с 2005 по 2011 годы охват интернетом населения в Арабском регионе увеличился с 13 до 40%, основная доля пользователей приходилась на активные группы населения – средний класс, молодежь. Охват мобильной связью к концу 2008 года составлял практически 100% населения.

Ни одна из социальных сетей Twitter, Facebook и YouTube не создавалась для распространения политической информации, но именно в ходе «Арабского кризиса» впервые появились термины «киберактивизм», «гражданская журналистика».

В период «арабской весны» социальные сети выступили не только платформой для информирования населения о злоупотреблениях властей, но и стали катализатором гражданской активности, мобилизовали маргинальные массы арабского мира и дали почувствовать поддержку не только внутри страны, но и в глобальном масштабе через широкую трансляцию по всему миру.

Перед властями региона стояла противоречивая задача установления государственного контроля и либерализации медиа пространства.

В постреволюционный период ряд государственных лидеров региона признали необходимость обращения к избирателям через социальные сети. Ряд арабских лидеров и большая часть политических партий региона имеют аккаунты в Facebook, каналы в YouTube. Данные платформы используются политическими лидерами для того, чтобы позиционировать себя современными и получить общественную поддержку. Однако, по мнению исследователей, потенциал социальных сетей для двусторонней связи, для учета общественного мнения в разработке политик и принятии решений используется не в полной мере.

Вследствие революционных переворотов также начались процессы либерализации законодательства о СМИ в регионе. Так в январе 2014 года в Тунисе принята новая конституция, считающаяся самой либеральной в арабском мире, содержит множественные гарантии для обеспечения свободы слова и независимости СМИ. В 2017 году в Тунисе также был принят закон о защите осведомителей, обеспечивающий защиту прав лиц, сообщающих о коррупционных правонарушениях.

В 2012 году в Алжире принят закон «О средствах массовой информации», запрещающий привлечение к уголовной ответственности, но предусматривающий штрафы. Данный закон способствовал развитию частных СМИ.

В 2017 году в Египте также начались процессы законодательного регулирования деятельности СМИ. В соответствии с новым законодательством был создан Верховный совет по СМИ, регулирующий деятельность частных СМИ. В рамках закона «О регулировании СМИ» 2018 года власти контролируют аккаунты в социальных сетях с количеством подписчиков более 5 тысяч человек, объясняя это необходимостью борьбы с «фейковой» информацией.

Несмотря на определенные политические и законодательные прогрессивные решения, в странах региона продолжают действовать ограничения и запреты для политических высказываний на определенные темы. Так в Марокко запрещены критические высказывания в адрес монархии и касательно ислама. Кроме того, органы власти сохраняют монополию на значительное число телевизионных каналов, прямо и косвенно регулируют информационные потоки с целью рекламирования проведенных конституционных изменений и демонизирования протестующих. По данным

неправительственной организации «Репортеры без границ»: запугивания журналистов, кратковременные задержания с целью запугивания, тюремные сроки по-прежнему имеют место в регионе.

Раздел 1.2 Казахстанский опыт размещения информационного заказа: обзор нормативно-правовой базы и иных источников

Обзор нормативно-правовой базы следует начать с принятого на заре независимости в 1991 году Закона РК «О печати и других средствах массовой информации» [25], который закрепил понятие «свобода слова», отменил цензуру, создал основу для развития негосударственных СМИ.

Вместе с тем, в 1990-е годы в виду отсутствия негосударственных СМИ, у государственных органов не было потребности в размещении информационного заказа. Статья 26 Закона РК «О печати и других средствах массовой информации» обязывала редакции СМИ бесплатно в установленный срок публиковать официальные сообщения государственных органов.

Информационный заказ в известной нам форме был введен в 1998 году [26]. Понятие информационного заказа и его нормативно-правовой статус были закреплены действующим по сегодняшний день Законом РК от 23 июля 1999 года [27] «О средствах массовой информации». Оно сформулировано следующим образом: **«государственный заказ по проведению государственной информационной политики – заказ на оказание услуг за счет средств республиканского и местных бюджетов для проведения государственной информационной политики».**

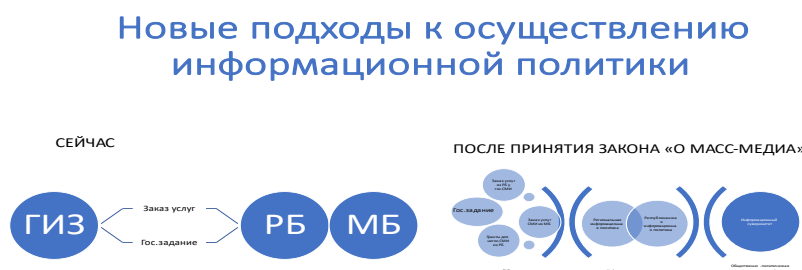
При этом понятие государственной информационной политики в действующем законодательстве отсутствует. То есть действующий закон не дает прямых указаний на содержание информационного заказа.

Определенная конкретика в этом вопросе может появиться с принятием нового Закона «О масс-медиа» [28], проект которого рассматривается в Сенате Парламента РК на данный момент.

Данный законопроект вводит целый ряд новых терминов и понятий, связанных с деятельности СМИ. Так законопроект «О масс-медиа» разделяет понятие СМИ на государственные и негосударственные. Впервые вводятся понятия «информационной политики» и «информационного суверенитета», а также грантов для негосударственных СМИ.

В схеме 1 наглядно видно существенное дополнение механизмов реализации информационной политики новыми элементами.

Схема 1



Основной целью информационной политики, согласно законопроекту, «О масс-медиа» является обеспечение информационного суверенитета нашей страны. Под информационным суверенитетом в законопроекте понимается обеспечение независимости СМИ и самостоятельность граждан страны в определении информационной повестки.

Цензура в Казахстане запрещена.

В действующей редакции Закона РК «О СМИ» [27] понятие «цензура» подразумевает предварительное согласование сообщений и материалов средствами массовой информации с уполномоченными организациями и должностными лицами с целью ограничения или наложения запрета на распространение сообщений и материалов либо их отдельных частей. Таким образом, СМИ в нашей стране не обязаны согласовывать свои сообщения предварительно. Эта же практика распространяется на СМИ, получающие информационный заказ.

Так, на практике заказчик информационного заказа в большинстве случаев принимает решение «оплатить/не оплатить» в счет средств заказа опубликованный материал по итогам его опубликования.

Стоит отметить, что законодательно закрепленное в Казахстане понятие «цензура», отличается от общепринятого в мировой практике определения, понимающего под «цензурой» систему надзора (контроля) за содержанием и распространением информации, идей и сведений, неугодных органам власти.

То есть в Казахстане запрет на цензуру, как на предварительное согласование информационных материалов, конституционно гарантирован. В тоже время контроль и надзор не запрещены.

Согласно п.3 статьи 4 Закона РК «О СМИ» на ГИЗ не распространяются требования законодательства о государственных закупках. Порядок размещения ГИЗ регулируется правилами, утверждаемыми приказом уполномоченного органа [29].

Согласно Правил размещения государственного заказа, на республиканском уровне информационный заказ реализуется двумя способами:

- 1) государственное задание;
- 2) заказ услуг.

Конкурентная среда предусмотрена только для второго способа.

Ключевую роль в утверждении тематических направлений и размещении государственного информационного заказа играет Республиканская комиссия по вопросам информационной политики.

Данная комиссия создается по приказу уполномоченного органа в области СМИ и возглавляется руководителем ведомства уполномоченного органа, или лицом его замещающим; состоит из 7 членов. В состав комиссии входят отраслевые СМИ, НПО.

Для правомочности комиссии достаточно участия в заседании 4 ее членов, при равенстве голосов, решающим будет решение Председателя комиссии.

Республиканская комиссия по вопросам информационной политики правомочна решать следующие вопросы:

- 1) утверждение тематических направлений информационной политики на республиканском уровне;
- 2) рассмотрение тематических направлений информационной политики на региональном уровне с выработкой рекомендаций по одобрению/не одобрению предложений региональных комиссий по информационной политике;
- 3) рассмотрение заявок претендентов и определение победителя конкурса на получение информационного заказа на республиканском уровне, или признание конкурса не состоявшимся;
- 4) предоставление рекомендаций касательно заявок претендентов на получение информационного заказа на региональном уровне.

Деятельность региональных комиссий по информационной политике регулируется Типовым положением, утвержденным приказом первого руководителя уполномоченного органа.

В соответствии с данным документом региональная комиссия по вопросам информационной политики создается при местных исполнительных органах областей, городов республиканского значения и столицы.

Региональная комиссия по вопросам информационной политики состоит из 7 членов, возглавляется должностным лицом, уполномоченным местным исполнительным органам на осуществление информационного заказа, не ниже руководителя государственного учреждения или лица, его замещающего.

Полномочия региональных комиссий по информационной политике:

- 1) рассмотрение перечня тематических направлений государственной информационной политики на региональном уровне на согласование Республиканской комиссии
- 2) рассмотрение заявок от претендентов на получение ГИЗ и выработка предложений по ним;
- 3) направление заявок на рассмотрение Республиканской комиссии для получения рекомендаций;
- 4) на основании рекомендаций Республиканской комиссии принятие решения об определении победителя конкурса на размещение информационного заказа.

Поскольку на деятельность комиссии не распространяются требования законодательства о государственных закупках (ссылку смотрите выше) вопросы возможного конфликта интересов, ответственности членов комиссии нормативно не урегулированы. Законодатель полагается на добросовестность и честность членов комиссии, на их «самоотвод» в случае наличия каких-либо интересов.

Также механизм согласования решений об определении победителей Региональной комиссии с Республиканской комиссией «размывает» ответственность за них. В тоже время заключение Республиканской комиссии касательно данного вопроса также имеет рекомендательный характер. Таким

образом, ответственность за принимаемое решение на региональном уровне не персонифицирована.

Отличием от других видов государственных закупок, которые 10 лет назад переведены в электронный формат, также является проведение конкурсов ГИЗ на бумажных носителях. Ответственность за полноту и сохранность документов согласно Правил размещения ГИЗ несет секретарь комиссии.

В завершении данной главы следует остановиться на объемах финансирования рассматриваемого направления государственной политики.

Расходы республиканского бюджета на информационную политику утверждаются законом Республики Казахстан, расходы местного бюджета решениями соответствующих местных представительных органов.

Совокупные расходы на информационную политику на республиканском уровне за 30 лет выросли в 6,5 раз и составили 220 009 101 тысяч тенге.

В виду значительных бюджетных затрат на рассматриваемое направление, а также учитывая, что СМИ – один из ключевых инструментов государственной политики, данная тема вызывает широкий исследовательский интерес среди представителей научного сообщества, государственных деятелей, общественных и медиа экспертов как внутри страны, так и зарубежом.

В виду того, что исследуемый в рамках рассматриваемого магистерского проекта информационный заказ осуществляется в нашей стране с конца 1990-х годов, для целей нашего исследования представляют интерес научные публикации и труды, экспертные мнения и оценки, опубликованные за годы независимости.

В особенности актуальны результаты исследований начиная с 2019 года, периода транзита власти, политической модернизации и переосмысления подходов к государственному управлению.

В числе фундаментальных трудов стоит выделить исследования А. Сарсенбаева 1998, 1999 годов [30], [31]. Также заслуживают внимания и работы молодых исследователей.

За рассматриваемый период в стенах Академии государственного управления при Президенте РК разработано и защищено 18 научных проектов в области государственного регулирования СМИ.

Так в 2023 году магистрантом Института управления Академии государственного управления при Президенте РК Тайжановой А.Е. [32] в рамках магистерского проекта проведено несколько экспертных интервью и социологический опрос, на основе которых даны общие рекомендации по повышению эффективности государственной информационной политики, поднята проблема отсутствия прозрачности в распределении ГИЗ, внесены предложения по повышению эффективности пресс-служб государственных органов.

Магистрантом Института управления АГУ Бяловой А.К. [33] рассмотрено влияние СМИ на формирование общественного мнения. В данном проекте представляет интерес – рассмотрение информационной политики с применением технологического и социоцентричного подхода. В числе поднятых Бяловой А.К.

проблем следует отметить такие, как формализм в деятельности отраслевых государственных органов, низкую информированность граждан о праве на доступ к информации, риски распространения недостоверного и провокационного контента, неконкурентоспособность отечественного контента.

В работе магистранта Кидришиевой С.Б. [34] рассматривается проблема доступности информации. В данном проекте подробно описаны все действующие информационные сервисы государственных органов и даны рекомендации по их усовершенствованию.

Качественное исследование состояния информационно-разъяснительной работы в сфере религии проведено выпускником Национальной школы государственной политики АГУ Жунтырбаевым Т.С. [35] в 2021 году. Для целей настоящего исследования представляют интерес выработанные им рекомендации по эффективным формам и методам при организации работы информационно-пропагандистских групп в сфере религии.

Для целей настоящего исследования также представляет значимость работа магистрантов НШГП Арыкбековой У.Ш. и Кошербаевой А.А. [36], подготовленная в 2018 году, в которой всесторонне рассмотрено понятие «информационная политика», неурегулированное на законодательном уровне по сегодняшний день

В целом стоит отметить острый дефицит исследований в сфере информационной политики и информационного заказа по линии государственных научно-исследовательских организаций.

Вместе с тем, исследования в этом направлении активно проводятся по линии зарубежных организаций. Так ОФ «Медиа-центр» в 2019 году провел исследование государственного информационного заказа [37], Фонд Сороса профинансировал исследование «Государственный информационный заказ в СМИ» в 2021 году [38]. Результаты исследований имеют критический окрас.

Глава 2 Результаты исследования эффективности информационного заказа в Республике Казахстан

Раздел 2.1 Оценка эффективности информационного заказа по ключевым параметрам

Классическое понимание «эффективности» - соотношение между достигнутым результатом и затраченными ресурсами.

В рамках данного проекта осуществлен анализ расходов республиканского бюджета на осуществление информационного заказа и информационную политику, в том числе рассмотрена структура республиканского бюджета 1993, 2003, 2013, 2023, 2024 годов. Результаты анализа приведены в таблице 4 (приложение 2).

Как видно из таблицы 4, данные расходы растут год от года, и в **2024 году** превысили **200 млрд. тенге** [39]. В эту сумму входят следующие статьи расходов республиканского бюджета:

- *Проведение государственной информационной политики (Министерство культуры и информации РК) – 62 890 873 тыс. тенге.*
- *Проведение государственной информационной политики (Управление делами Президента) – 11 491 260 тыс. Тенге.*
- *Обеспечение реализации информационно-имиджевой политики (МИД РК) – 1 917 007 тысяч тенге.*
- *Создание и поддержка деятельности информационных систем в госорганах, обеспечение доступности информации для граждан – 139 507 292 тысячи тенге.*
- *Обеспечение предоставления статистической информации – 3 224 955 тысяч тенге.*
- *Обеспечение населения правовой информацией и ведение Единой системы правовой информации – 977 714 тыс. тенге.*

Наряду с перечисленными статьями бюджета необходимо понимать, что в каждом государственном органе и учреждении есть пресс-службы, пресс-секретари, собственные информационные ресурсы и аккаунты, многие первые руководители лично ведут свои аккаунты в социальных сетях, кроме того, в практике государственных органов имеется опыт создания информационно-пропагандистских групп, что также должно учитываться в числе расходов на информационную политику. Также информационный заказ размещается местными исполнительными органами.

Таким образом, Правительство Казахстана ежегодно расходует на реализацию информационной политики значительные бюджетные средства.

Согласно Информационной доктрины [40], утвержденной Указом Президента, информационной политикой решается комплекс задач:

- 1) формирование открытого информационного пространства,
- 2) обеспечение работы востребованных и сильных медиа;

3) гарантии свободы слова, права каждого свободно получать и распространять информацию любым, не запрещенным законом, способом.

Насколько эффективно решаются данные задачи?

1. Сфера информационного заказа, медиасфера, в целом, непрозрачна и недоступна для исследований.

Практика подготовки национальных докладов, широко применяемая многими государственными органами, не применяется в сфере информационной политики.

В проекте закона «О масс-медиа» в версии 2023 года была предусмотрена норма о компетенции Правительства РК вносить Президенту РК Национальный доклад о соблюдении прав и свобод журналистов [41]. Вместе с тем, в ходе годового обсуждения законопроекта в Мажилисе Парламента РК, данная норма была исключена. Разработчик в лице Министерства культуры и информации РК объясняет это тем, что было сочтено достаточным наличие раздела «о свободе слова» в Национальном докладе по правам человека. Однако, в 40-страничном докладе о правах человека, теме свободы слова уделено лишь порядка 3 страниц текста, большая часть из которых статистика о количестве СМИ и констатация нормативных основ. Реальной картины, системного анализа и объективной оценки состояния отрасли в данном документе нет.

Ситуацию осложняет отсутствие доступа к сведениям о расходах на государственный информационный заказ и его получателях, к творческим предложениям победителей конкурса и отчетности по заключенным контрактам. На основании приказа уполномоченного органа №126 ДСП от 26 августа 2016 года информация о размещении ГИЗ отнесена к информации ограниченного распространения [42]. По мнению экспертов данный приказ противоречит закону «О доступе к информации» [43].

Также с 2017 года государственный информационный заказ размещается без применения норм законодательства о государственных закупках [44]. Участники конкурса, равно как и субъекты общественного контроля, не имеют доступа к полному тексту предварительного и итогового протоколов о рассмотрении конкурсных заявок. Участники конкурса получают лишь выписку из протокола и уведомление, касательно их заявки, на свой электронный адрес.

Таким образом, открытого информационного пространства в Казахстане нет, все процедуры по размещению ГИЗ под грифом ДСП, нет объективной картины происходящих в медиа отрасли процессов и намерения о проведении соответствующих исследований поддержку не нашли.

2. СМИ, получающие госинформзаказ, не востребованы у населения и не выдерживают конкуренции с инфлюэнсерами, иностранными и оппозиционными СМИ.

Данная проблема признается в Информационной доктрине Республики Казахстан, принятой в 2023 году, одной из задач которой является повышение конкурентоспособности отечественного медиа пространства. Будет ли решена эта задача покажет время.

На сегодня имеется следующая картина.

По результатам исследований некоммерческой организации «Internews», проведенных по заказу Агентства США по международному развитию (USAID) в 2012 и 2021 годах, за последнее десятилетие имеется тенденция снижения и без того невысокой популярности традиционных СМИ в Казахстане.

Так количество пользователей, получающих информацию через Интернет, увеличилось почти в 2 раза, с 24,4% до 45,7% (социальные сети) и 42,8% (интернет-сайты).

Число пользователей, получающих информацию через телевидение, сократилось с 35% до 30,4%.

Число пользователей печатных СМИ увеличилось с 3,7% до 6,5%, однако данное число крайне незначительно. Для сравнения, 93% взрослых граждан Финляндии регулярно читают прессу (40% выписывают еженедельные газеты и журналы, а также получают много бесплатных газет и журналов), при этом печатным изданиям доверяют больше, чем социальным сетям [45].

При этом в 2021 году 22,1% казахстанских респондентов указали, что узнают о жизни в стране через общение с родственниками, друзьями и коллегами, 3,9% узнают новости из радио.

Тревожным фактором является недоверие населения к СМИ. По результатам исследования некоммерческой организации «Internews» по медиа потреблению и медиа грамотности, проведенного в Казахстане, Узбекистане и Таджикистане [46], 65% респондентов из Казахстана отметили, что встречали противоречивое или неоднозначное освещение одной и той же политической ситуации в СМИ. Как отмечено в отчете по итогам исследования «...и в 2019, и в 2021 годах у казахстанцев значительно чаще при просмотре телепередач, прослушивании радио, чтении газет и журналов складывалось ощущение, что их обманывают».

Кроме того, СМИ, получающие госинформзаказ, находятся «в хвосте» медиа рейтингов. Так по данным Brand Analytics [47] онлайн версия газеты «Егемен Казахстан» на 20 месте, сайт «Хабар 24» на 25 месте, других СМИ, получающих госинформзаказ, в данном рейтинге даже не указано. При этом оппозиционные информационные ресурсы, такие как «Радио азаттык» и пророссийский «Sputnik.kz» входят в первую десятку по популярности и цитируемости.

3. Низкий рейтинг Казахстана в международных индексах по свободе слова, свободе прессы.

Одним из авторитетных, наиболее цитируемых международных рейтингов является «Всемирный индекс свободы прессы», проводимый международной неправительственной организацией «Репортеры без границ» [48].

Лидерами данного рейтинга с начала его ведения, традиционно являются скандинавские страны: Норвегия, Финляндия, Дания, Швеция. Регулярно пальму первенства делят Норвегия и Финляндия.

Казахстан же с 2002 года по 2012 год ухудшил свои позиции на 38 пунктов (переместившись со 116 места на 154). Тенденция к снижению рейтинга

продолжалась в 2017 -2020 годах, в которых Казахстан был на 157 и 158 позициях. В 2022 году Казахстан занял 122 место в данном рейтинге поднявшись на 36 пунктов. Вместе с тем, методологи рейтинга объясняют это значительным ухудшением ситуации в других странах. При этом в 2023 год рейтинг свободы прессы снова упал на 12 позиций до 134 места, и на 26 позиций до 142 места в 2024 году.

Таким образом, по оценке независимых международных исследователей в течении последних 20 лет положение СМИ в Казахстане с каждым годом ухудшалось и по сегодняшний день не может подняться до уровня начала 2000-х годов. Только за последний год ухудшение на 14 позиций.

Таким образом, три основные задачи информационной политики и информационного заказа не решаются.

4. СМИ, получающие информационный заказ, не решают задачи информирования населения о ключевых идеологемах и ценностных ориентирах, реализуемых государственных планах и программах.

Приведем несколько примеров:

i. Показательным является информационное сопровождение новой концепции «Адал Азамат», предложенной Президентом К.Токаевым на Национальном курултае в 2023 году.

В тематических направлениях информационной политики всех региональных акиматов есть соответствующее направление, подкрепленное финансированием из местного бюджета.

Однако, по итогам проведенного социологического опроса среди государственных служащих об инициативе новой общественной этики «Адал Азамат» не слышали 77,8% государственных служащих, принявших участие в выборочном исследовании, хорошо знакомы с ней только 18%, остальные затруднились с ответом.

Если основная масса госслужащих не информирована об инициативе, то население не информировано в большей части. Это подтвердилось соответствующими выборочными интервью и опросами.

ii. В соответствии с Информационной доктриной Республики Казахстан, а также приоритетами Концепции семейной и гендерной политики Республики Казахстан до 2030 года [49] ГИЗ должен способствовать повышению информированности населения о мерах по поддержке семьи, предпринимаемых государством, способствовать укреплению семейных ценностей. Вместе с тем, работа по данному направлению не эффективна.

Такой вывод можно сделать, проанализировав результаты социологического опроса населения, отраженные в **Национальном докладе «Казахстанские семьи-2022»** [50].

70% опрошенных не знакомы с деятельностью центров поддержки семьи, созданных по заказу государственных органов для оказания различных видов услуг (юридических, консультационных, психологических, образовательных) по принципу одного окна для семей, находящихся в трудной жизненной ситуации.

Анализ каналов информирования населения о деятельности данных центров показывает слабое привлечение потенциала ГИЗ в этой работе.

По другим важным направлениям семейной политики, население Казахстана также недостаточно информировано.

На вопрос об информированности о выплатах для многодетных матерей 12,9% ответили «ничего не знаю, не слышал», 39,7% ответили «что-то слышал (а)». Об Адресной социальной помощи ничего не знают и не слышали 23,7% респондентов, 42,6% «что-то слышали». О деятельности отделов опеки и попечительства «ничего не знаю, не слышал» ответили 41,9% респондентов, «что-то слышал» 42,6%. То есть больше половины населения недостаточно информировано о данных видах помощи от государства.

iii. Согласно данным **Национального доклада «Молодежь Казахстана – 2023»** [51] в рейтинге узнаваемости, на последних позициях находятся ключевые молодежные проекты: «Zhas Project» (36,9% ничего не знают); Президентский молодежный кадровый резерв (36,3% ничего не знают) и «Серпін2050» (35,1% ничего не знают).

По данным **Национального доклада «Молодежь Казахстана – 2022»** [52]: *«...для молодежи характерна невысокая степень уровня удовлетворенности реализуемой государственной молодежной политикой в виду низкого уровня информированности о мерах государственной поддержки (программах и проектах) и, соответственно, невысокая степень вовлеченности в них, ...тревогу вызывают вопросы репродуктивного здоровья, которые говорят о низком уровне доступа подростков к информации и услугам здравоохранения по охране их репродуктивного здоровья».*

5. Отсутствие фундаментальных исследований по информационной политике, информационному заказу.

Единственный казахстанский автор, на которого ссылаются все исследователи ныне покойный экс-министр культуры, информации и общественного согласия Алтынбек Сарсенбаев. В библиотеке АГУ есть две его научные работы, датируемые 1998 и 1999 годами [30], [31], написанные фактически на заре независимости. С того времени в стране произошли значительные социальные и политические изменения, но глубинного изучения, научного осмысления трендов информационной политики, соответствия применяемых подходов по работе со СМИ новым вызовам не было.

Магистрантами АГУ в течение последних 5 лет подготовлено порядка 18 научных проектов, затрагивающих различные аспекты информационной политики, однако это фрагментарные оценки происходящих процессов и явлений, соответствующие 1 уровню эмпирическому уровню научного познания. В тоже время необходимы фундаментальные исследования, разработка научных теорий и концепций в сфере информационной политики.

6. Отсутствие законодательного закрепленного понятия «информационная политика».

В виду отсутствия законодательно закрепленных смысловых границ информационной политики, затруднительно рассматривать вопрос о содержательной составляющей информационного заказа. Возможно, вследствие этого в действующей модели информационного заказа отсутствуют качественные параметры для оценки конкурсных заявок от претендентов на его получение.

Кроме того, эта проблема приводит к «размыванию» бюджетных расходов на выполнение задач в информационной сфере. Так наряду со статьей республиканского бюджета «Проведение информационной политики», которую традиционно относят к расходам на информационный заказ, предусмотрены другие статьи, предусматривающие расходы на информационную политику, но не учитывающиеся в общем объеме расходов на рассматриваемую сферу (см. приложение 2).

Вместе с тем, анализу и критике подвергаются только расходы уполномоченного органа в лице Министерства культуры и информации. Иные статьи расходы во внимание не берутся, хотя они преследуют аналогичные цели – информирование граждан, достижение задач в информационной сфере.

7. Неэффективный с точки зрения сокращения расходов переход на цифровые платформы.

Как видно из приложения 3 с 2003 года, наряду с расходами на размещение информационного заказа и поддержку деятельности СМИ, десятки миллиардов тенге выделяются на создание информационных систем и сервисов для обеспечения доступа граждан к информации.

Переход на цифровые сервисы и платформы, открытие информационных ресурсов государственных органов, развитие системы электронного Правительства, цифрового телевидения предполагает оптимизацию процессов в сфере информирования граждан, сокращение бюджетных расходов на информационную политику.

Вместе с тем, несмотря на широкое внедрение в жизнь казахстанцев различных цифровых информационных систем, финансирование традиционных форм информирования населения не сокращается, напротив увеличивается.

В тоже время, как указано выше, в международной практике, правительства ряда стран обеспечивали переход на цифровое вещание за счет телекомпаний и их потребителей, также внедрение цифровых сервисов и платформ приводило к сокращению числа печатных изданий и расходов на них.

8. Несовершенство и непрозрачность конкурсных процедур по размещению ГИЗ

Во-первых, процедуры конкурса на размещение информационного заказа безнадежно устарели. Рассмотрение заявок на бумажных носителях – это прошлый век. Это не только неудобно технически для участников конкурса, но и содержит потенциальные коррупционные риски.

Во-вторых, выведение процедуры информационного заказа из-под действия закона «О государственных закупках», фактически снижает ответственность организатора конкурса за принимаемые решения.

В-третьих, установленный Правилами размещения государственного информационного заказа [3] срок на подготовку конкурсной документации – 10 рабочих дней не позволяет разработать качественное техническое обоснование к проекту заявки, проработать контент. Фактически претендент на получение информационного заказа может только представить портфолио прежних работ и достижений, как зачастую и происходит на практике.

В-четвертых, Правила размещения ГИЗ ориентируют заказчика только на определение тематических направлений, без указания в конкурсной документации, контракте на размещение ГИЗ целей, задач, качественных индикаторов, ожидаемого социального эффекта. В результате СМИ отбираются на основе количественных критериев и по творческому предложению свободной формы.

В-пятых, отсутствует контроль за качеством, своевременностью публикуемых материалов в рамках ГИЗ, анализа обращений пользователей.

Данная проблема вытекает из вышеперечисленных проблемных вопросов. Так как изначально в условиях размещения ГИЗ не предусматриваются качественные параметры, в процессе реализации требовать от получателей ГИЗ какого-либо качественного эффекта будет превышением полномочий.

Как следствие, исследователями отмечается отсутствие контроля [34] со стороны заказчика за полнотой, доступностью к пониманию и качеством размещаемой информации. Осуществляется лишь контроль заполняемости информационных ресурсов. Нет контроля актуальности и своевременности размещения материалов, анализа обращений пользователей.

9. Государственные органы и государственные служащие, непосредственно не реализующие информационный заказ, не видят в нем практической значимости

В рамках подготовки данного магистерского проекта было проведено интервью, в ходе которого 20 руководителям, представляющим центральные и местные государственные органы, было предложено схематично изобразить систему коммуникаций между государственными органами и населением. Получены следующие результаты.

В 52% ответов эффективным каналом коммуникаций названы портал «Открытый диалог», официальные страницы государственных органов, систему онлайн обращений - сервис «eOtinish». При этом высказано мнение о нецелесообразности размещения информационного заказа и достаточности эффективной работы данных платформ коммуникаций.

50% опрошенных не видят роли СМИ в процессе коммуникаций между государством и населением.

33% выделили СМИ как участника коммуникаций, но не отметили имеют в виду СМИ, получающие государственный информационный заказ, или частные, независимые СМИ. 38% отмечают важную роль социальных сетей в процессе коммуникаций.

33% опрошенных представили процесс коммуникаций между государственными органами и населением односторонним, а действующие механизмы обратной связи не эффективными.

Таким образом, по мнению участников эксперимента ГИЗ не играет существенной роли в процессе коммуникаций между государственными органами и населением, данную миссию более эффективно выполняют информационные порталы системы «Электронного Правительства» и официальные страницы государственных органов.

Также совместно с рядом исследователей эффективности информационного заказа была составлена матрица оценки альтернативных решений «Повышение эффективности использования бюджетных средств, выделяемых на информационный заказ» (таблица 3).

Таблица 3. Матрица оценки альтернативных решений «Повышение эффективности использования бюджетных средств, выделяемых на информационный заказ»

	Эффективность решения проблемы 5	Стоимость 4	Юридические аспекты 4	Политическая воля 5	Принятие обществом 2	Временные сроки (легкость) 3	Итого
Отказ от информационного заказа	8	8	7	8	4	5	40
Введение качественных параметров для оценки заявок при определении поставщика ГИЗ	10	9	8	8	5	5	45
Грантовое финансирование (открытый конкурс)	7	5	6	8	5	3	34

В таблице 3 оценены 3 подхода: отказ от информационного заказа, введение качественных параметров для оценки заявок при определении поставщика ГИЗ, грантовое финансирование (открытый конкурс). По мнению экспертов наиболее эффективным представляется отказ от информационного заказа в его действующем виде.

Выводы по главе:

Таким образом, информационный заказ в Казахстане не решает ни ключевые задачи информационной политики, такие как формирование открытого информационного пространства, востребованных и конкурентоспособных СМИ, обеспечения свободы слова и доступа граждан к информации, ни банальную задачу информации о реализуемых государственными органами планах и программах.

Интервью среди группы государственных служащих руководящего звена центральных и местных государственных органов выявило оценки, согласно

которым ГИЗ не играет существенной роли в процессе коммуникаций между государственными органами и населением, данную миссию более эффективно выполняют информационные порталы системы «Электронного Правительства» и официальные страницы государственных органов.

На основании изложенного можно сделать вывод, что на сегодняшний день практика размещения ГИЗ не оправдывает затраты на него. В тоже время, в свете глобальных и внутренних вызовов, Правительству не следует исключать ГИЗ из числа инструментов регулирования медиасферы и необходимо принять ряд мер по совершенствованию подходов к размещению информационного заказа и регулированию информационной политики в целом.

Раздел 2.2 Ключевые подходы (алгоритм) повышения эффективности информационной политики и информационного заказа в Республике Казахстан

На основании передового международного опыта и анализа казахстанской практики по реализации информационной политики, руководствуясь мировой концепцией государственного управления «New Public Stewardship» и концепцией новой общественной этики «Адал Азамат», предложенной Президентом Казахстана К.Токаевым в июне 2023 года, а также для достижения целей и задач Информационной доктрины, предлагается следующие подходы (алгоритм) по ответственному и эффективному управлению ресурсами в рассматриваемой сфере.

Подход 1: Совершенствование законодательства в медиасфере.

Во-первых, необходимо поддержать новеллу по введению понятия «информационная политика», предусмотренную в проекте закона РК «О масс-медиа». Важно «не потерять» эту норму в процессе рассмотрения законопроекта в Парламенте РК. Понимание правовых границ информационной политики, создаст условия для выставления конкретных требований к содержанию информационного заказа и оценке качества его исполнения. Также с введением данного понятия появится возможность пересмотреть подходы по расчетам затрат на данную сферу с целью учета всех бюджетных расходов на информирование населения (затраты на содержание Службы центральных коммуникаций, телерадиокомплекса Президента РК, информационно-имиджевой работы МИД РК, правовую пропаганду Министерства юстиции, создание и содержание информационных сервисов и платформ и другие расходы).

Во-вторых, в проект закона РК «О масс-медиа» необходимо вернуть статьи, регламентирующие компетенцию Правительства РК по подготовке Президенту РК Национального доклада «О соблюдении прав и свобод журналистов». Эта норма крайне важна в виду низких рейтингов Казахстана в сфере свободы слова. Ежегодное издание соответствующего доклада позволит объективно оценить реальное положение дел, внести предложения Главе государства о дальнейших мерах по обеспечению защиты права граждан на свободу слова.

Практика издания национальных докладов по другим отраслям, доказала свою эффективность в решении узко отраслевых проблем и повышении позиций Казахстана в мировых рейтингах. Например, периодическое издание Национального доклада «Казахстанские семьи» позволило улучшить позиции Казахстана в Рейтинге ОЭСР о «Состоянии социальных институтов и гендера» (SIGI), через представление положительной динамики по сокращению дискриминации женщин в семье [53].

Стоит отметить, что данное предложение не потребует дополнительных расходов, так как согласно Плана действий по реализации информационной доктрины на 2023-2025 годы предусмотрены расходы на проведение исследований в этой сфере [54].

В-третьих, нужно шире привлекать правовые инструменты по регулированию деятельности СМИ.

Так для обеспечения задачи по формированию информационного суверенитета по опыту таких стран, как Норвегия, целесообразно регулировать права собственности на СМИ: не более 33% акций у одного акционера. В настоящее время в казахстанском законодательстве есть ограничения права собственности на СМИ для иностранных граждан.

В целях сокращения бюджетных расходов на информационный заказ по опыту ряда скандинавских и европейских стран целесообразно рассмотреть введение налоговых или лицензионных сборов на поддержку деятельности детского, культурного, образовательного контента. Есть исследования, подтверждающие готовность населения Казахстана за соответствующий контент [46].

Подход 2: дополнение Плана действий по реализации Информационной доктрины Республики Казахстан (I этап: 2023-2025 годы).

Для достижения целей и задач Информационной доктрины Республики Казахстан, на основании выводов настоящего исследования предлагается следующий ряд системных и организационно-практических мероприятий:

1. Предусмотреть финансирование фундаментальных исследований по информационной политике, информационному заказу с акцентом на изучение опыта стран с высокими рейтингами в сфере свободы слова, в том числе Скандинавские страны.

2. Проводить консультации с международными исследовательскими организациями, которые составляют рейтинги стран в сфере свободы слова с целью выявления проблемных зон в казахстанской практике государственного регулирования СМИ, а также проводить обучающие мероприятия и мероприятия по обмену опытом для сотрудников уполномоченного органа с целью изучения передового международного опыта по данному вопросу.

3. Провести государственный аудит использования бюджетных средств, выделяемых на информационную политику, с целью выявления наиболее эффективных каналов коммуникаций и прекращения финансирования невостребованных информационных ресурсов.

4. Регулярно проводить замеры доверия населения к различным источникам информации, СМИ, каналам коммуникаций и принимать соответствующие управленческие решения, опираясь на них.

5. Ориентировать все информационные ресурсы на повышение информированности граждан о мерах государственной поддержки, социальных проектах и программах, проводить регулярные замеры результатов данной работы.

6. Пересмотреть подходы по проведению конкурсов на размещение государственного информационного заказа в части перевода на электронный формат, введения качественных критериев оценки конкурсных заявок, усиления контроля за качеством услуг в рамках информационного заказа.

7. Шире вовлекать государственные органы в процесс формирования и реализации информационного заказа, особенно по узкоотраслевым тематическим направлениям.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях острого дефицита исследований в сфере информационной политики и информационного заказа данный магистерский проект является значимым вкладом в научное осмысление тенденций и процессов, связанных с данным направлением государственной политики в Казахстане.

Исследование является актуальным в контексте концепции «Слышащего государства», способствует решению задач Информационной доктрины Республики Казахстан и Плана по ее реализации.

Магистерский проект содержит ряд следующих значимых выводов и рекомендаций:

1. В магистерском проекте впервые поднята проблема необходимости законодательного определения смысловых границ информационной политики (*данное понятие нормативно не закреплено, его введение предусмотрено в новом проекте закона «О масс-медиа»*). Данный вопрос имеет фундаментальный характер. Отсутствие понимания сути информационной политики затрудняет оценку содержательной стороны информационного заказа и проработку требований к его качеству. Кроме того, эта проблема приводит к «размыванию» бюджетных расходов на выполнение задач в информационной сфере.

2. Поставлен вопрос о необходимости пересмотра статуса, структуры и объёмов информационного заказа в связи с активным внедрением цифровых технологий, онлайн сервисов и платформ по информированию населения. В идеале внедрение последних должно оптимизировать информационный заказ и приводить к сокращению расходов на него.

3. Эффективность информационного заказа рассмотрена сквозь призму доверия населения к СМИ и результаты социологических опросов по уровню информированности населения о реализуемых социальных проектах и программах.

4. В рамках магистерского проекта проведено интервью, выявившее широкое использование руководителями центральных и местных государственных органов онлайн сервисов и платформ по информированию населения в повседневной деятельности и отсутствие доступа государственных органов к ресурсу информационного заказа, вследствие чего теряется его значимость для них.

5. В результате анализа международного опыта дается рекомендация о целесообразности использования нефинансовых рычагов регулирования медиа сферы, в том числе через правовые инструменты, в числе которых регулирование права собственности на СМИ.

Магистерский проект содержит обширный анализ международного опыта и нормативно-правовой базы в рамках темы исследования. Авторами исследования предложена собственная типология моделей государственного регулирования информационной политики, в которую впервые включены скандинавские страны и государства Ближнего и Среднего Востока.

Ценным вкладом в исследование информационного заказа является также анализ расходов республиканского бюджета с 1993 года по 2024 год на информационную политику, позволяющий определить основные направления государственной политики в данной сфере.

Результаты исследования презентованы в Отделе коммуникаций Администрации Президента РК, Министерстве культуры и информации РК, рабочей группе по разработке законопроекта «О масс-медиа в Сенате Парламента РК», что подчеркивает его актуальность и практическую значимость.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Н.Тапаева «Казахстан тратит миллиарды на государственные газеты. Зачем?» // Информационный ресурс «Радио Азаттык». – URL: <https://rus.azattyq.org/a/31091931.html>. Дата обращения: 30.10.2023.
2. Краткая справка по результатам социологического исследования «уровень удовлетворенности населения освещением государственной политики в сми, 2021 г. //Информационный портал государственных органов Egov.kz. – Астана. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/inf/documents/details/356953?lang=ru/>. Дата обращения: 30.10.2023.
3. Приказ Министра информации и коммуникаций Республики Казахстан от 28 февраля 2017 года № 75«Об утверждении Правил размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском и региональном уровнях» // Информационно-правовая системанормативных правовых актов Республики Казахстан. – Астана. -URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V1700014886>. Дата обращения: 30.10.2023.
4. Этапы проектного управления // Информационный ресурс по обучению проектному менеджменту «ATLASSIAN». – URL: <https://www.atlassian.com/ru/work-management/project-management/phases>. Дата обращения: 10.05.2024.
5. Россия опустилась на 155-е место в рейтинге свободы слова «Репортеров без границ» // Сайт «Forbes.ru» - URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/464655-rossia-opustilas-na-155-e-mesto-v-rejtinge-svobody-slova-reporterov-bez-granic>. Дата обращения: 10.05.2024.
6. Простякова В.А. Исторические этапы становления газетного рынка Норвегии // Журнал «Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература». Институт научной информации по общественным наукам РАН. – Москва.- 2022. - №4 – С.65-73. – URL: [исторические этапы становления газетного рынка норвегии – тема научной статьи по СМИ \(медиа\) и массовым коммуникациям читайте бесплатно текст научно-исследовательской работы в электронной библиотеке КиберЛенинка \(cyberleninka.ru\)](#). Дата обращения:10.05.2024.
7. Простякова В.А. Развитие телевидения в Норвегии в условиях цифровизации медиа рынка // Журнал «Меди@альманах». НП «Партнерство фак. журналистики». – Москва. – 2022. - №6 – С.47-59. – URL: [Развитие телевидения Норвегии в условиях цифровизации медиарынка – тема научной статьи по СМИ \(медиа\) и массовым коммуникациям читайте бесплатно текст научно-исследовательской работы в электронной библиотеке КиберЛенинка \(cyberleninka.ru\)](#). Дата обращения: 10.05.2024.
8. 100 социальных инноваций Финляндии // URL: <https://finlandabroad.fi/documents/4248263/0/100+%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D1%85+%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B9+%D0%B8%D0%B7+%D0%A4%D0%B8%D0%BD%D0%BB%D1%8F%D0%BD%D0%B>

[4%D0%B8%D0%B8.pdf/a94b5d82-ce28-963c-d52d-6c336dc79ce1?t=1579007867192](https://www.finland.fi/ru/zhizn-i-obshchestvo/33538/). Дата обращения: 10.05.2024.

9. Финляндия – лидер по свободе прессы // Сайт «Это Финляндия», созданный по заказу Департамента коммуникаций Министерства иностранных дел Финляндии – [URL:https://finland.fi/ru/zhizn-i-obshchestvo/33538/](https://finland.fi/ru/zhizn-i-obshchestvo/33538/). Дата обращения: 15.05.2024.

10. Свобода слова в Швеции: 9 фактов // Официальный правительственный сайт «Швеция на русском языке добро пожаловать!» - URL: <https://ru.sweden.se/lyudi-i-obshchestvo/demokratiya/svoboda-slova-v-shvecii-9-veshej-kotorye-nuzhno-znat> Дата обращения: 15.05.2024.

11. Омбудсмены зарубежом // Журнал «Трудовое право» - Выпуск №11 (481) – URL: <https://pravo.ua/articles/ombudsmeny-za-rubezhom/>. Дата обращения 15.05.2024.

12. Дания не намерена извиняться за карикатуры // Сайт группы кампаний РБК – URL: <https://www.rbc.ru/politics/04/02/2006/5703bbaf9a7947afa08c94ee>. Дата обращения: 15.05.2024.

13. В Дании снова опубликована карикатура на пророка Мухаммеда // Информационное агентство «Reuters» - URL: <https://www.reuters.com/article/oruoe-denmark-cartoon-20080213-idRUANT33481920080213/>. Дата обращения: 15.05.2024.

14. О правах и обязанностях журналиста Краткое юридическое руководство для эстонских журналистов // Центр исследования СМИ при Стокгольмской школе экономики в Риге – URL: https://mediacentre.sseriga.edu/wp-content/uploads/2021/03/Legal-Guide-for-Media-in-Estonia-in-RUS_April3.pdf. Дата обращения: 15.05.2024.

15. Министерство культуры распределило 1 млн евро между русскоязычными частными СМИ // Эстонская национальная телерадиовещательная корпорация – URL: <https://rus.err.ee/1608896648/ministerstvo-kultury-raspredelilo-1-mln-evro-mezhdu-russkojazychnymi-chastnymi-smi>. Дата обращения: 15.05.2024.

16. Официальное сообщение Департамента защиты прав потребителей и технического надзора // Сайт Департамента защиты прав потребителей и технического надзора Эстонской республики – URL: <https://ttja.ee/ru>. Дата обращения: 15.05.2024.

17. Черномор А.Д. Конституционно-правовое регулирование СМИ в России и европейских странах (на примере Федеративной Республики Германия и Французской республики) // Журнал «Трибуна молодого ученого» - 2022. - №2 (62) – С.183-190.

18. Рубцова Е.В., Девдариани Н.В. Сравнительный анализ систем правового регулирования СМИ в Российской федерации, США и Европейском союзе // Журнал «Baltic Humanitarian Journal» - 2018. – Т.8.-№4 (25) – С.356-358.

19. Что известно о проекте бюджета США на 2023 год // Информационное агентство «ТАСС» - URL: <https://tass.ru/ekonomika/16641221>. Дата обращения: 15.05.2024.

20. Мин фин предложил пересмотреть структуру бюджета на СМИ // Информационно-аналитический журнал «Университетская книга» - URL: <http://www.unkniga.ru/news/15572-minfin-predlozhit-peresmotret-rashody-byudzhetanasmi.html#:~:text=%D0%9F%D0%BE%20%D0%B8%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%B0%D0%BC%202023%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B0%20%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8B,%D0%B8%20%D1%81%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%82%200%2C3%25>. Дата обращения: 10.05.2024.

21. Фу Юйхун. СМИ Сингапура в условиях развития информационных технологий // Санкт-Петербургский государственный университет// Материалы 21 Международной конференции студентов и соискателей «Медиа в современной мире. Молодые исследователи» - Санкт-Петербург- 2022. - С.125.

22. Кидришева С.Б. «Доступность информации, как инструмент открытости государственного управления» // Репозиторий магистерских работ Академии государственного управления при Президенте РК – Астана – 2021. - URL: <https://aibs.apa.kz/ProtectedView/Book/ViewBook/660>. Дата обращения: 10.05.2024.

23. Василенко В.А. Свет и тени азиатской «кремниевой долины» // Сетевое издание Центра исследований и аналитики Фонда исторической перспективы «Перспективы» - URL: https://www.perspektivy.info/oykumena/azia/singapur_svet_i_teni_aziatsoj_kremnij_evoj_doliny_2018-03-26.htm. Дата обращения: 10.05.2024.

24. Васильев А.М., Жерлицина Н.А. Динамика государственной политики в отношении СМИ в странах Ближнего Востока и Северной Африки // Вестник Московского государственного областного университета – 2019. - № 2 – С.210-219.

25. Утративший силу Закон РК от 28 июня 1991 года «О печати и других средства массовой информации» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов РК – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z910001700>. Дата обращения: 10.05.2024.

26. Б.Бельжанов «Рынок средств массовой информации в Казахстане//«СМИ как бизнес». Сборник материалов центральноазиатской конференции СМИ -г. Бишкек. - 2016 г. – 100 стр. - URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/a/c/25264.pdf>. Дата обращения: 10.05.2024.

27. Закон РК от 23 июля 1999 года «О средствах массовой информации» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов РК – URL: https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z990000451_. Дата обращения: 10.05.2024.

28. Досье на проект Закона РК «О масс-медиа» // Источник: Информационная система "ПАРАГРАФ" - URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=35440863. Дата обращения: 10.05.2024.

29. Приказ Министра информации и коммуникаций Республики Казахстан от 28 февраля 2017 года № 75 «Об утверждении Правил размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском и региональном уровнях»

30. Сарсенбаев А. Новое информационное пространство Республики Казахстан: проблемы и перспективы. – Алматы. -1998.- 200с.

31. Сарсенбаев А. Формирование информационной политики РК. – Алматы. – 1999. -174с.

32. Тайжанова А.Е. Эффективность реализации государственного информационного заказа в РК // Репозиторий диссертаций Академии государственного управления при Президенте РК – Астана – 2023.

33. Блялова А.К. Влияние государственной информационной политики на общественное мнение // Репозиторий диссертаций Академии государственного управления при Президенте РК – Астана – 2023.

34. Кидришева С.Б. Доступность информации как инструмент открытости государственного управления // Репозиторий диссертаций Академии государственного управления при Президенте РК – Астана - 2021.

35. Жунтырбаев Т.С. Информационно-разъяснительная работа в сфере религий: методы и инструменты // Репозиторий диссертаций Академии государственного управления при Президенте РК – Астана – 2021.

36. Арыкбекова У.Ш., Кошербаева А.А. Информационная политика РК в сфере противодействия религиозному экстремизму – Астана – 2018.

37. Материалы исследования по проведению государственной информационной политики в сми // Сайт ОФ «Правовой медиа-центр» - URL: <https://lmc.kz/ru/page/materialy-issledovaniya-po-provedeniyu-gosudarstvennoy-informacionnoy-politiki-v-smi>. Дата обращения: 20.05.2024.

38. М.Сыздыкбекова. Государственный информационный заказ в СМИ. // Сайт Фонда «Сорос-Казахстан» - URL: <https://www.soros.kz/wp-content/uploads/2021/03/%D0%A1%D1%8B%D0%B7%D0%B4%D1%8B%D0%BA%D0%B1%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%83%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9-%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9-%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B7-%D0%B2-%D0%A1%D0%9C%D0%98.pdf>. Дата обращения: 20.05.2024.

39. Закон от 5 декабря 2023 года «О республиканском бюджете на 2024-2026 годы» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет». – URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/Z2300000043>. Дата обращения: 14.05.2024.

40. Информационная доктрина Республики Казахстан // Официальный сайт Президента Республики Казахстан – URL: <https://akorda.kz/ru/ob-utverzhdanii-informacionnoy-doktriny-respubliki-kazahstan-2025248#>. Дата обращения: 14.05.2024.

41. Постановление Правительства РК от 31 мая 2023 года №428 «О проекте закона «О масс-медиа» // Информационно-правовая система «ЮРИСТ» - URL: [Постановление Правительства Республики Казахстан от 31 мая 2023 года](#)

[№ 428 «О проекте Закона Республики Казахстан «О масс-медиа» \(zakon.kz\)](#). Дата обращения: 14.05.2024.

42. Сыздыбекова М. Что не так с госзаказом в СМИ? // Электронный журнал «Власть» - URL: <https://vlast.kz/obsshestvo/31155-cto-ne-tak-s-gozakazom-v-smi.html>. Дата обращения: 14.05.2024.

43. Сыздыбекова М. Что не так с госзаказом в СМИ? // Электронный журнал «Власть» - URL: <https://vlast.kz/obsshestvo/31155-cto-ne-tak-s-gozakazom-v-smi.html>. Дата обращения: 14.05.2024.

44. Приказ Министра информации и коммуникаций Республики Казахстан от 28 февраля 2017 года № 75 «Об утверждении Правил размещения государственного заказа по проведению государственной информационной политики на республиканском и региональном уровнях».

45. Финляндия – лидер по свободе прессы // Сайт «Это Финляндия», созданный по заказу Департамента коммуникаций Министерства иностранных дел Финляндии – URL: <https://finland.fi/ru/zhizn-i-obshhestvo/33538/>. Дата обращения: 15.05.2024.

46. Медиапотребление и медиаграмотность в Казахстане, Таджикистане и Узбекистане // Сайт «Новый репортер» - URL: <https://newreporter.org/mediastudy2021/>. Дата обращения: 15.05.2024.

47. Brand Analytics: какие СМИ в Казахстане наиболее цитируемые // Сетевой издание AdIndex.ru – URL: <https://adindex.ru/specprojects/asia/news/292060.phtml>. Дата обращения: 15.05.2024.

48. Всемирный индекс свободы прессы // Официальный сайт международной некоммерческой организации «Репортеры без границ» - URL: <https://rsf.org/en/index>. Дата обращения: 15.05.2024.

49. Указ Президента Республики Казахстан от 6 декабря 2016 года № 384 «Об утверждении Концепции семейной и гендерной политики в Республике Казахстан до 2030 года» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет»: информационный ресурс – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/U1600000384/>. Дата обращения: 02.12.2023.

50. Национальный доклад «Казахстанские семьи-2022» // Сайт НАО «Казахстанский институт общественного развития» - URL: <https://ru.kior.kz/2023/01/09/kazahstanskie-semi-nacionalnyi-doklad/>. Дата обращения: 30.11.2023.

51. Аналитический доклад «Молодежь Казахстана – 2023» // Интернет ресурс EL JASTARY – URL: <https://eljastary.kz/ru/research/19172/>. Дата обращения: 15.05.2024.

52. Национальный доклад «Молодежь Казахстана – 2022» // Интернет ресурс EL JASTARY – URL: <https://eljastary.kz/upload/iblock/200/ss0ch6z94jqzeuwr3c51108sflizdngb.pdf>. Дата обращения: 15.05.2024.

53. Казахстан признан страной с низким уровнем дискриминации // телеграмм канал Министерства культуры и информации. Дата обращения: 20.05.2024.

54. Постановление Правительства Республики Казахстан от 24 августа 2023 года № 723 «Об утверждении Плана действий по реализации информационной доктрины Республики Казахстан (I этап: 2023 – 2025 годы)» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет»: информационный ресурс – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000723/>. Дата обращения: 02.12.2023.

ФОРМА АНАЛИТИЧЕСКОЙ ЗАПИСКИ

Автор проекта (исследования): Раисова Л.Ф.

Научный руководитель: Абдыкаликова М.Н.,

кандидат психологических наук

Идея проекта (исследования)	Повышение эффективности информационного заказа Республики Казахстан
Проблемная ситуация (кейс)	<p>Казахстан в течение последних 20 лет является антилидером мировых рейтингов по свободе слова. В 2024 году Казахстан занял 142 место из 180 стран в международном рейтинге по свободе прессы, за год потеряв 14 позиций [1]. Проводимые социологические опросы демонстрируют невысокий уровень доверия к СМИ и слабую информированность населения о реализуемых в стране социальных программах, проектах, мерах государственной поддержки. Так 65% респондентов из Казахстана отметили, что встречали противоречивое или неоднозначное освещение одной и той же политической ситуации в СМИ <i>«...и в 2019, и в 2021 годах у казахстанцев значительно чаще при просмотре телепередач, прослушивании радио, чтении газет и журналов складывалось ощущение, что их обманывают»</i> [2]. СМИ, получающие госинформзаказ, находятся «в хвосте» медиа рейтингов. Так по данным Brand Analytics [3] онлайн версия газеты «Егемен Казахстан» на 20 месте, сайт «Хабар 24» на 25 месте, других СМИ, получающих госинформзаказ, в данном рейтинге даже не указано. При этом оппозиционные информационные ресурсы, такие как «Радио азаттык» и пророссийский «Sputnik.kz» входят в первую десятку по популярности и цитируемости.</p>

	<p>52% участников интервью, проведенного в рамках проекта, отметили эффективным каналом коммуникаций - портал «Открытый диалог», официальные страницы государственных органов, систему онлайн обращений - сервис «eOtinish». При этом высказано мнение о нецелесообразности размещения информационного заказа и достаточности эффективной работы данных платформ коммуникаций.</p>
<p>Имеющиеся решения данной проблемы</p>	<p><i>Классификация существующих подходов</i></p> <p>Исходя из исторического, экономического и политического аспектов выделяют две основных модели государственного регулирования информационного пространства: западную и восточную (азиатскую). Западная в свою очередь делится на континентальную европейскую и англо-американскую модели.</p> <p><i>Преимущества</i></p> <p>Преимущества западной модели в высоком уровне свободы слова и саморегулировании СМИ, наличии нефинансовых – правовых механизмов регулирования медиа сферы. Преимущества восточной модели в значительной государственной поддержке СМИ.</p> <p><i>Недостатки</i></p> <p>Недостатки западной модели в бесконтрольности СМИ, что может привести к серьезным политическим последствиям. Одним из показательных примеров отношения властей Дании к свободе слова была реакция на публикации 12 карикатур на Пророка Мухаммеда, опубликованных датской газетой «Jyllands-Posten». Несмотря на то, что публикация вызвала негативный общественно-политический резонанс, привела к десяткам убитых в результате акций протеста по всему миру, к бойкоту датских товаров и к покушениям на авторов карикатур, Правительство Дании, редакция газеты и 80%</p>

	<p>датских граждан сочли главным в этой ситуации – защиту прав журналистов на свободу слова. В частности руководство Дании приносить официальные извинения отказалось, заявив, что не может вмешиваться в дела прессы [4].</p> <p>Недостатками восточной модели являются значительные бюджетные расходы на регулирование деятельности СМИ и ограничения свободы слова.</p>
<p>Предлагаемое решение данной проблемы</p>	<p>В рамках магистерского проекта «Повышение эффективности информационного заказа РК» предложен ряд рекомендаций по совершенствованию законодательства, регулирующего медиа сферу и порядок предоставления госинформзаказа.</p> <p>В числе представленных рекомендаций, альтернативным действующему в РК подходу к регулированию деятельности СМИ, является скандинавский подход к регулированию деятельности масс-медиа, который при незначительных бюджетных расходах, через правовые механизмы обеспечивает независимость средств массовой информации. Также есть практика финансирования СМИ за счет налоговых поступлений, что позволяет поддерживать деятельность общественных СМИ.</p> <p>Так СМИ в Норвегии регулируются законами «О прозрачности владения СМИ» 2016 года и Законом «О защите конкуренции» 2004 года, которые запрещают монополизацию СМИ [5]. Национальная медиакампания YLE Финляндии финансируется за счет налоговых поступлений [6].</p> <p>Также в целях сокращения бюджетных расходов на информационный заказ по опыту ряда скандинавских и европейских стран целесообразно рассмотреть введение налоговых или лицензионных сборов на поддержку деятельности детского, культурного, образовательного контента. Есть исследования,</p>

подтверждающие готовность населения Казахстана за соответствующий контент [2].

Возможности данного подхода для РК в том, что в условиях дефицита бюджета через вышеуказанные правовые механизмы, возможно поддерживать информационный суверенитет СМИ, поднять общественное доверие к СМИ и уровень свободы слова в международных рейтингах.

Риски

В Казахстане не развита культура саморегулирования, «самоцензуры» СМИ, имеются прецеденты нарушения медиа этики. В условиях снижения государственного финансирования и контроля, есть риск того, что СМИ попадут под влияние радикальных политических сил и будут способствовать дестабилизации политической обстановки.

В целом, в рамках магистерского проекта даны следующие рекомендации:

1. Рекомендации по совершенствованию госинформзаказа (далее -ГИЗ):

1. необходимо пересмотреть подходы к планированию и размещению ГИЗ. По опыту финансирования государственными органами научных грантов [7], грантов для НПО [8], целесообразно закрепить в Правилах размещения ГИЗ, типовой конкурсной документации конкретные требования к оценке конкурсных заявок членами конкурсной комиссии:

- соответствие целям и задачам ГИЗ по тематическому направлению, отраженным в конкурсной документации;

- эффективность методов и технологий, предлагаемых для достижения цели и задач ГИЗ, с обоснованием их применения с точки зрения влияния на целевую группу;

- *достижимость предложенных ожидаемых результатов и наличие в заявке видения по способам их измерения;*

- *квалификация и опыт журналистов и иных экспертов, которые будут оказывать услугу.*

2. Также по опыту финансирования государственными органами научных грантов, грантов для НПО целесообразно размещать ГИЗ не по обширным тематическим направлениям, а с разбивкой на подтемы. Например, размещать ГИЗ не по направлению «Государственная семейная политика», а по подтемам: «Ответственное родительство», «Профилактика семейных конфликтов», «Национальные семейные традиции». Это позволит ориентировать ГИЗ на достижение конкретных целей и задач, заключать контракты со СМИ, которые предложат наиболее эффективные методы и технологии ГИЗ и обладают необходимыми для оказания услуги квалифицированными специалистами, в том числе специализирующихся на конкретной тематике, обладающих опытом по конкретному тематическому направлению.

3. Конкурсные процедуры по размещению ГИЗ должны проводиться в электронном формате, среди СМИ с наиболее высокими рейтингами цитируемости и просмотров. Во избежание дополнительных расходов, целесообразно вернуть ГИЗ на платформу электронных государственных закупок.

4. Шире вовлекать государственные органы в процесс формирования и реализации информационного заказа, особенно по узкоотраслевым тематическим направлениям.

II. Рекомендации по повышению эффективности информационной политики

1. Предусмотреть финансирование фундаментальных исследований по информационной политике, информационному заказу с акцентом на изучение опыта стран с высокими рейтингами в сфере свободы слова, в том числе Скандинавские страны.

2. Проводить консультации с международными исследовательскими организациями, которые составляют рейтинги стран в сфере свободы слова с целью выявления проблемных зон в казахстанской практике государственного регулирования СМИ, а также проводить обучающие мероприятия и мероприятия по обмену опытом для сотрудников уполномоченного органа с целью изучения передового международного опыта по данному вопросу.

3. Законодательно закрепить понятие «информационная политика» и пересмотреть подходы по расчетам затрат на данную сферы с целью учета всех бюджетных расходов на информирование населения (затраты на содержание службы Центральных коммуникаций, телерадиоконтекста Президента РК, информационно-имиджевой работы МИД РК, правовую пропаганду Министерства юстиции, создание и содержание информационных сервисов и платформ).

4. Провести государственный аудит использования бюджетных средств, выделяемых на информационную политику, с целью выявления наиболее эффективных каналов коммуникаций и прекращения финансирования не востребуемых информационных ресурсов.

5. Регулярно проводить замеры доверия населения к различным источникам информации, СМИ, каналам коммуникаций и принимать соответствующие управленческие решения, опираясь на них.

	<p>6. Ориентировать все информационные ресурсы на повышение информированности граждан о мерах государственной поддержки, социальных проектах и программах, проводить регулярные замеры результатов данной работы.</p> <p>7. В условиях дефицита бюджета рассматривать нефинансовые, правовые инструменты регулирования деятельности СМИ. В том числе по опыту скандинавских стран для обеспечения информационного суверенитета масс-медиа и информационного пространства целесообразно рассмотреть ограничение права собственности на СМИ.</p>
<p>Ожидаемый результат</p>	<p>Совершенствование законодательства, регулирующего информационную сферу и порядок предоставления госинформзаказа позволят повысить эффективность расходования бюджетных средств в данном направлении, достигать целевые индикаторы государственных планов и программ, предусматривающие информирование населения.</p> <p>Замерять эффективность информационного заказа возможно при условии введения качественных параметров в техническое задание, контракты по его реализации, а также при введении его отраслевой специализации. Также целесообразно выявлять уровень информированности населения по отдельным направлениям государственной политики, анализировать рейтинги цитируемости и популярности СМИ, получающих информационный заказ.</p>
<p>Литература</p>	<p>Список источников информации, использованной в данной аналитической записке:</p>

1. Всемирный индекс свободы прессы // Официальный сайт международной некоммерческой организации «Репортеры без границ» - URL: <https://rsf.org/en/index>. Дата обращения: 15.05.2024.
2. Медиапотребление и медиаграмотность в Казахстане, Таджикистане и Узбекистане // Сайт «Новый репортер» - URL: <https://newreporter.org/mediastudy2021/>. Дата обращения: 15.05.2024.
3. Brand Analytics: какие СМИ в Казахстане наиболее цитируемые // Сетевое издание AdIndex.ru – URL: <https://adindex.ru/specprojects/asia/news/292060.phtml>. Дата обращения: 15.05.2024.
4. Дания не намерена извиняться за карикатуры // Сайт группы компаний РБК – URL: <https://www.rbc.ru/politics/04/02/2006/5703bbaf9a7947afa08c94ee>. Дата обращения: 15.05.2024.
5. Простякова В.А. Исторические этапы становления газетного рынка Норвегии // Журнал «Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература». Институт научной информации по общественным наукам РАН. – Москва.- 2022. - №4 – С.65-73. – URL: [исторические этапы становления газетного рынка норвегии – тема научной статьи по СМИ \(медиа\) и массовым коммуникациям читайте бесплатно текст научно-исследовательской работы в электронной библиотеке КиберЛенинка \(cyberleninka.ru\)](https://www.ciberleninka.ru/article/n/istoricheskiye-etapy-stanovleniya-gazetnogo-rynka-norveгии). Дата обращения: 10.05.2024.
6. 100 социальных инноваций Финляндии // URL: <https://finlandabroad.fi/documents/4248263/0/100+%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D1%85+%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B9+%D0%B8%D0%B7+%D0%A4%D0%B8%D0%BD%D0%BB%D1%8F%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%B8.pdf/a94b5d82-ce28-963c-d52d-6c336dc79ce1?t=1579007867192>. Дата обращения: 10.05.2024.

	<p>7. Министерство культуры распределило 1 млн евро между русскоязычными частными СМИ // Эстонская национальная телерадиовещательная корпорация – URL: https://rus.err.ee/1608896648/ministerstvo-kultury-raspredelilo-1-mln-evro-mezhdu-russkojazychnymi-chastnymi-smi. Дата обращения: 15.05.2024.</p> <p>8. Официальное сообщение Департамента защиты прав потребителей и технического надзора // Сайт Департамента защиты прав потребителей и технического надзора Эстонской республики – URL: https://ttja.ee/ru. Дата обращения: 15.05.2024.</p>
--	--

Таблица 4. Расходы республиканского бюджета на информационную политику

Год	Доходы бюджета	Дефицит бюджета	Расходы бюджета	Расходы на СМИ	Примечание
1993 год ¹	1 990 704 829 тыс. рублей	429 627 245 тыс. рублей	2 420 332 074 тыс. рублей	33 361 438 тыс. рублей, из них на информационное освещение 11 719 063 тыс. рублей – 35%	<p>Расходы на образование и профессиональную подготовку кадров – 32 989 720 тыс. рублей.</p> <p>Расходы фонда преобразования экономики – 42 099 637 тыс. рублей.</p> <p>Расходы на содержание государственного аппарата – 106 389 621 тыс. рублей.</p> <p>Минимальная заработная плата на 1 января 1993 года – 4 500 рублей.</p>
2003 год ²	710 173 753 тысяч тенге	82 840 000 тысяч тенге	793 013 753 тысяч тенге	<p>Через газеты и журналы – 788 054 тыс. тенге.</p> <p>Через телевидение – 4 292 005 тыс. тенге.</p> <p>НЗАО «Телерадиокомплекс Президента» -</p>	<p>Минимальная заработная плата на 1 января 2003 года – 5 тысяч тенге.</p> <p>На строительство объектов образования - 3 697 600 тысяч тенге.</p>

¹ Закон РК от 23 января 1993 года «О республиканском бюджете на 1993 год» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет»: информационный ресурс – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z930005000>

² Закон РК от 12 декабря 2002 года №362 «О республиканском бюджете на 2003 год» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет»: информационный ресурс – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z020000362>

				<p>520 922 тыс. тенге. Создание и поддержка деятельности информационных систем в госорганах, обеспечение доступности информации для граждан – 9 млрд. 427 млн. 395 тысяч тенге, в том числе на внедрение и развитие информационной инфраструктуры на селе – 460 млн. тенге.</p> <p>Правовая пропаганда – 20 млн. тенге.</p> <p>Пропаганда ЗОЖ – 20 млн. 852 тысячи тенге.</p> <p>Итого: 9 млрд.453 млн. 867 тысяч 981 тенге. Это 1,2% от расходов бюджета, 1,3% от дохода бюджета, 11,4% от дефицита бюджета.</p>	<p>На строительство объектов здравоохранения - 3 000 080 тысяч тенге.</p> <p>Программа «Болашак» - 265 454 тысячи тенге.</p>
2013 год ³	5 152 711 777 тысяч тенге	-790 558 084 тысячи тенге	5 743 716 813 тысяч тенге	Проведение государственной информационной политики (Министерство культуры и	Минимальная заработная плата/прожиточный минимум – 18 660 тенге.

³ Закон Республики Казахстан от 23 ноября 2012 года № 54-V «О Республиканском бюджете на 2013-2015 годы» Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет»: информационный ресурс – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1200000054>

				<p>информации) 34 953 252 тыс. тенге.</p> <p>Проведение государственной информационно й политики – 383 626 тыс. тенге.</p> <p>Обеспечение деятельности Службы центральных коммуникаций – 301 964 тыс. тенге. Информационно е обеспечение предпринимател ей в моногородах (Министерство регионального развития) – 136 202 тыс. тенге.</p> <p>Правовая пропаганда – 477 031 тысяча тенге.</p> <p>Доступ к информации в публичных библиотеках республиканског о значения (данная статья в бюджете нескольких министерств) – 1 071 711 тысяч тенге.</p> <p>Создание и поддержка деятельности информационны х систем в</p>	<p>Минимальная пенсия – 19 066 тенге.</p> <p>Издание социально- важных видов литературы – 1 116 760 тысяч тенге.</p> <p>Расходы на подготовку специалистов с высшим, профессиональн о-техническим образованием, профессиональн ую подготовку кадров – 91 995 862 тысячи тенге, в том числе на рабочие специальности – 2 519 888 тысяч тенге.</p> <p>Программа «Болашак» - 16 160 910 тысяч тенге.</p>
--	--	--	--	---	---

				<p>госорганах, обеспечение доступности информации для граждан – 30 420 693 тысячи тенге.</p> <p>Сопровождение ГПФИИР – 192 900 тысячи тенге.</p> <p>Итого: 67 937 379 тысяч тенге.</p>	
2023 год ⁴	19 063 995 118 тысяч тенге	– 3 208 592 837 тысяч тенге – 8 969 908 437 тысяч тенге (нефтяной дефицит бюджета)	21 647 463 677 тысяч тенге	<p>Проведение государственной информационной политики (Министерство культуры и информации) – 61 777 915 тыс. тенге.</p> <p>Проведение государственной информационной политики (Управление делами Президента) – 10 193 355 тысяч тенге.</p> <p>Реализация информационно-имиджевой политики МИД РК – 1 904 843 тыс. тенге.</p> <p>Услуги Службы центральных коммуникаций – 1 481 349 тыс. тенге.</p>	<p>Минимальная заработная плата – 70 000 тенге.</p> <p>Минимальный размер пенсии – 53 076 тенге.</p> <p>Модернизация организаций образования – 2 205 231 тыс. тенге.</p> <p>Развитие государственного языка – 1 205 867 тыс. тенге.</p> <p>Стабилизация и улучшение окружающей среды – 6 546 765 тыс. тенге.</p> <p>Управление водными ресурсами – 73 901 274 тыс. тенге.</p>

⁴ Закон Республики Казахстан от 1 декабря 2022 года № 163-VII ЗРК «О республиканском бюджете на 2023-2025 годы» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет»: информационный ресурс – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z2200000163>

				<p>Предоставление статистической информации (Бюро нац. статистики) – 3 324 505 тысяч тенге.</p> <p>Обеспечение населения правовой информацией и ведение Единой системы правовой информации – 2 138 818 тысяч тенге.</p> <p>Создание и поддержка деятельности информационных систем в госорганах, обеспечение доступности информации для граждан – 128 415 426 тысячи тенге.</p>	<p>Научное сопровождение законоотвоческой деятельности государственных органов – 408 001 тыс. тенге.</p> <p>Услуги по прогнозно-аналитическому обеспечению стратегических аспектов внутренней и внешней политики государства – 1 109 394 тыс. тенге.</p> <p>Реализация государственной молодежной и семейной политики государства – 1 432 765 тыс. тенге.</p> <p>Обеспечение внутривполитической стабильности и укрепление казахстанского патриотизма – 31 683 тыс. тенге.</p>
2024	20 194 797 994 тысяч тенге	23 316 158 487 тысяч тенге	– 3 534 767 762 тысяч тенге	<p>Проведение государственной информационной политики (Министерство культуры и информации РК) –</p>	<p>минимальный размер заработной платы – 85 000 тенге</p>

				62 890 873 тыс. тенге.	минимальный размер пенсии – 57 853 тенге
				Проведение государственной информационной политики (Управление делами Президента) – 11 491 260 тыс. тенге.	Реализация государственной молодежной и семейной политики – 1 315 448 тысяч тенге
				Обеспечение реализации информационно-имиджевой политики (МИД РК) – 1 917 007 тысяч тенге.	Обеспечение внутривластной стабильности и укрепление казахского патриотизма – 27 623 тыс. тенге
				Создание и поддержка деятельности информационных систем в госорганах, обеспечение доступности информации для граждан – 139 507 292 тысячи тенге.	Эффективное управление водными ресурсами – 101 285 086 тыс. тенге.
				Обеспечение предоставления статистической информации – 3 224 955 тысяч тенге.	Создание космического ракетного комплекса «Байтерек» – 14 700 000 тыс. тенге
				Обеспечение населения правовой информацией и ведение Единой системы правовой информации – 977 714 тыс. тенге.	