

МЕДИА ИНДУСТРИЯ КАЗАХСТАНА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Асель КАРАУЛОВА, Президент
Казахстанский Пресс-клуб

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

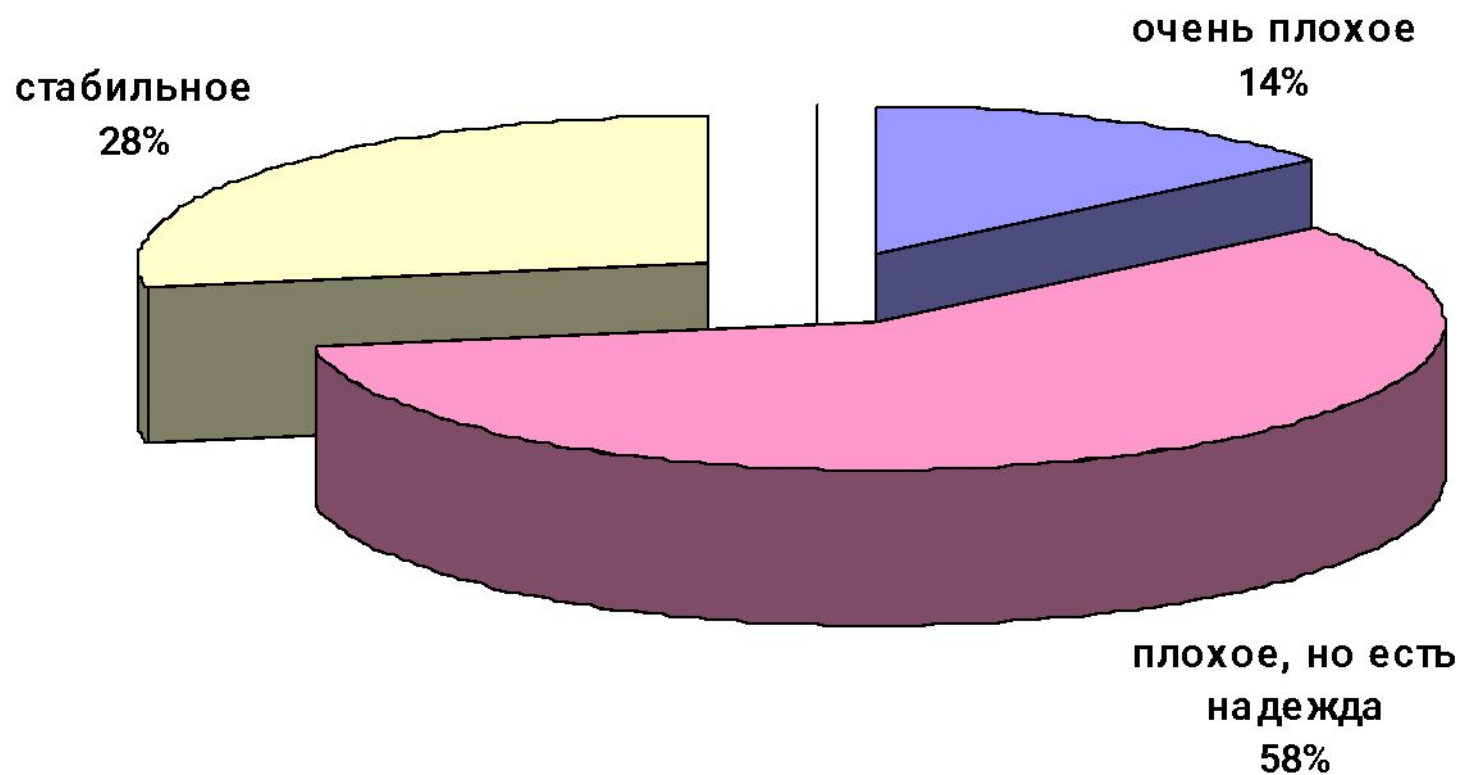
- Кризис серьезно повлиял на рынок СМИ: почти все игроки столкнулись с кризисом в той или иной степени
- Существенное сокращение рекламных доходов в СМИ
- Закрытие изданий
- Сокращение штата сотрудников
- «Укрупнение» игроков: создание холдингов
- Низкий уровень менеджмента в СМИ и не выстроенные бизнес процессы

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

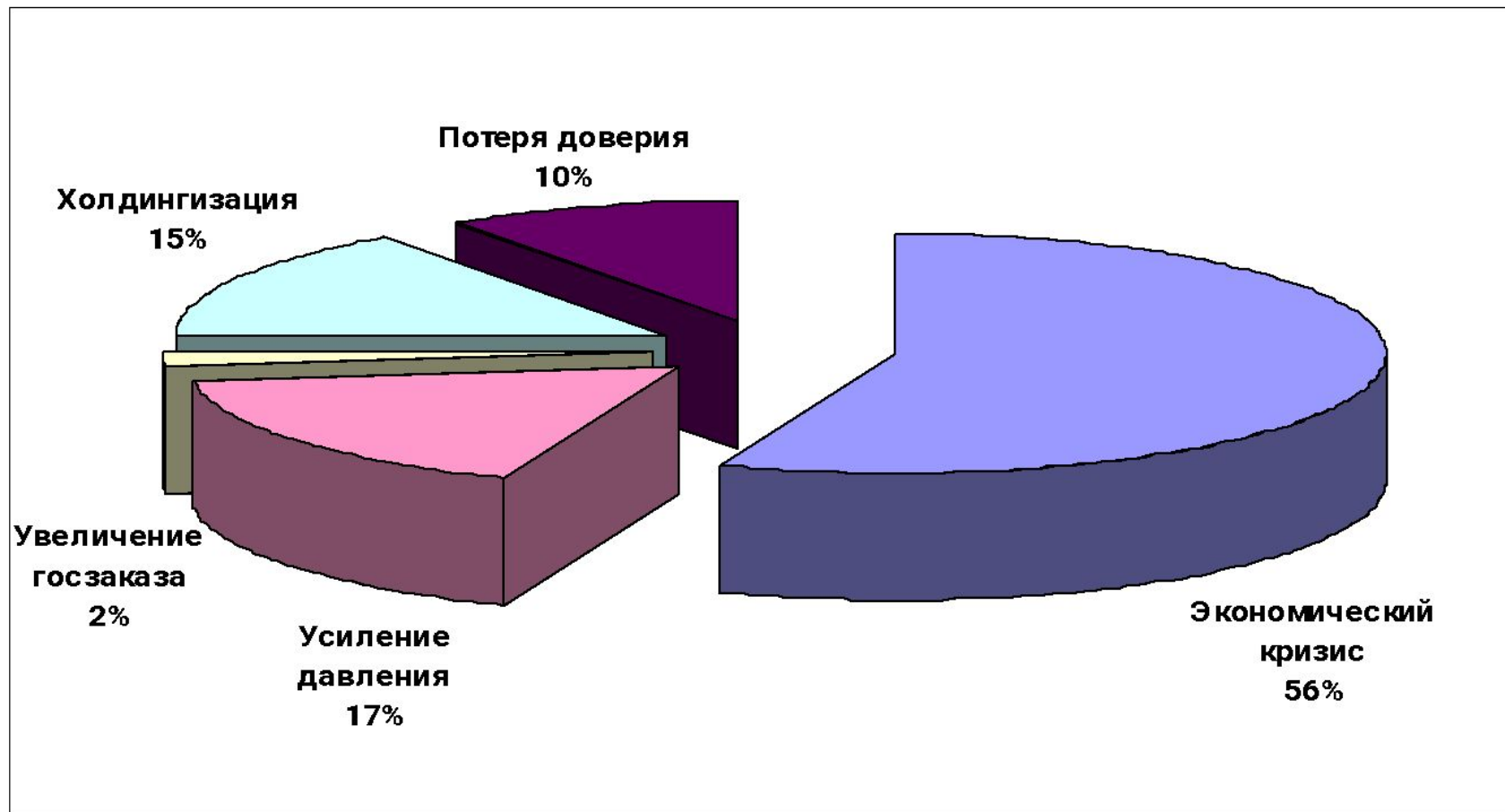
- Усиление влияние государства на контент СМИ через госзаказ:
В 2009 году по линии Министерства культуры и информации Казахстана в рамках государственного соцзаказа СМИ получили порядка 1,1 млрд. тенге (7,3 млн. долларов США)
- Самоцензура – одна из главных проблем журналистов. Редакторы также отмечали, что у репортеров есть страх подготовки статей и репортажей, повествующих о социальных и политических проблемах, поскольку это может привести к судебным искам, претензиям со стороны чиновников и потере работы.
- Кроме того, собственники и редакторы указывали, что не готовы рисковать и публиковать проблемные материалы из-за опасности потери финансирования по линии государственного социального заказа, что подтверждает существовавшие и высказываемые опасения, что его внедрение стало своего рода тормозом к развитию независимой прессы.

Источник: Medianet

ОБЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ОТРАСЛИ В ТЕКУЩИХ УСЛОВИЯХ



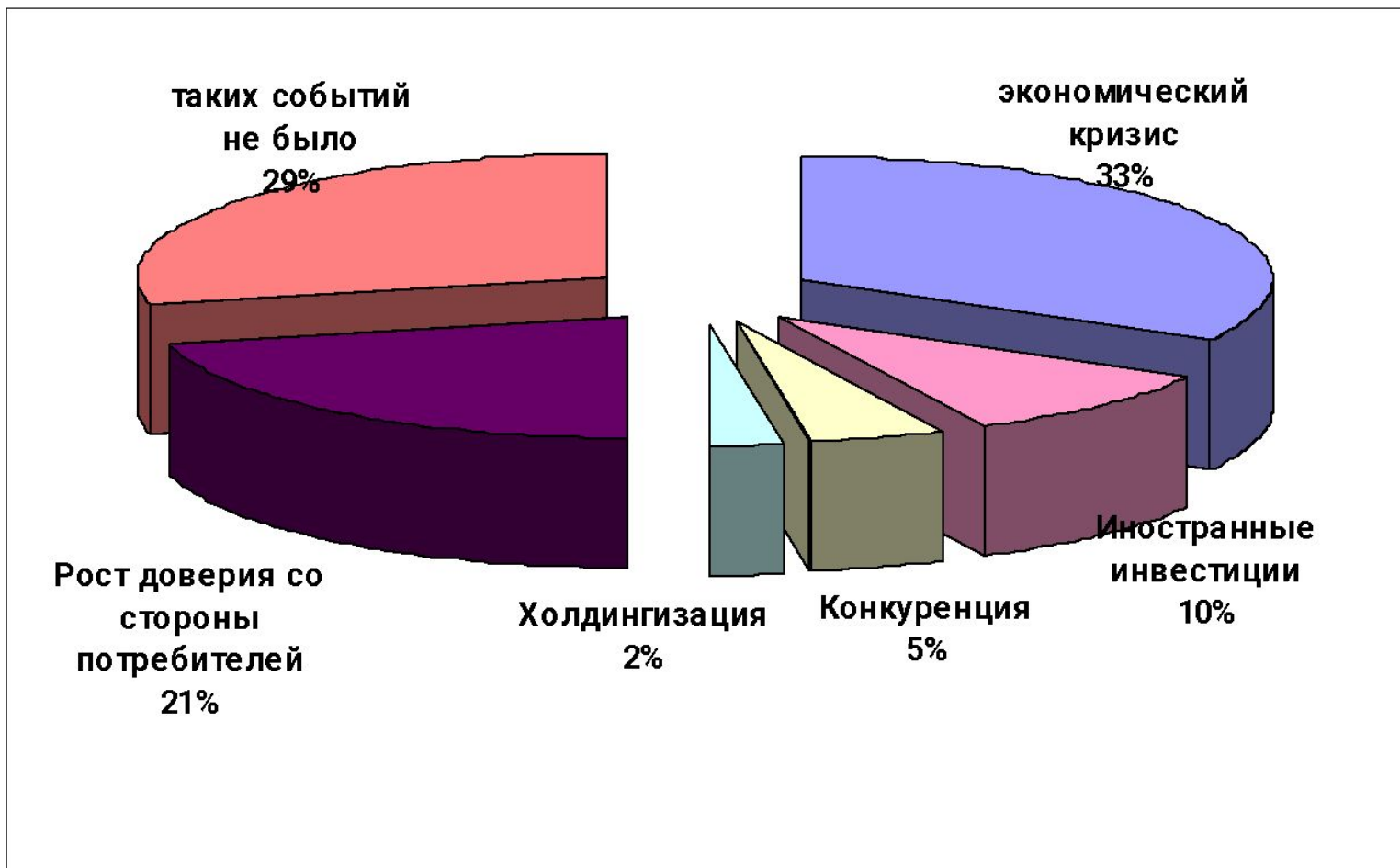
ЧТО ОКАЗАЛО НАИБОЛЕЕ НЕГАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ НА ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА



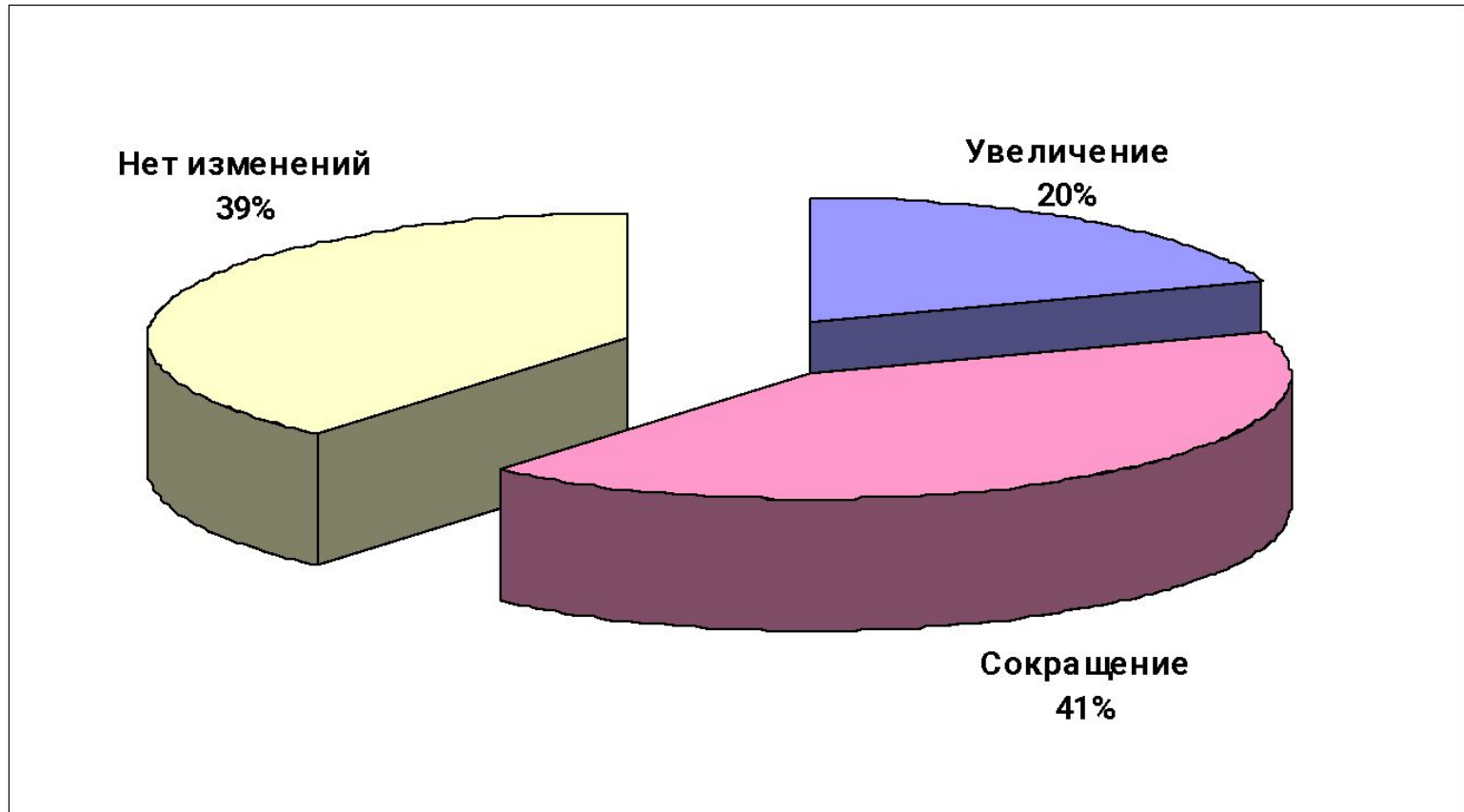
ЧТО ОКАЗАЛО НАИБОЛЕЕ НЕГАТИВНОЕ ВЛИЯНИЕ НА ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА

- непрозрачность рынка
- допуск на рынок российских СМИ на льготных условиях, что ведет к большему ослаблению конкурентоспособности отечественной прессы.
- некоторые редакторы печатных изданий видят причину в доступности Интернета.

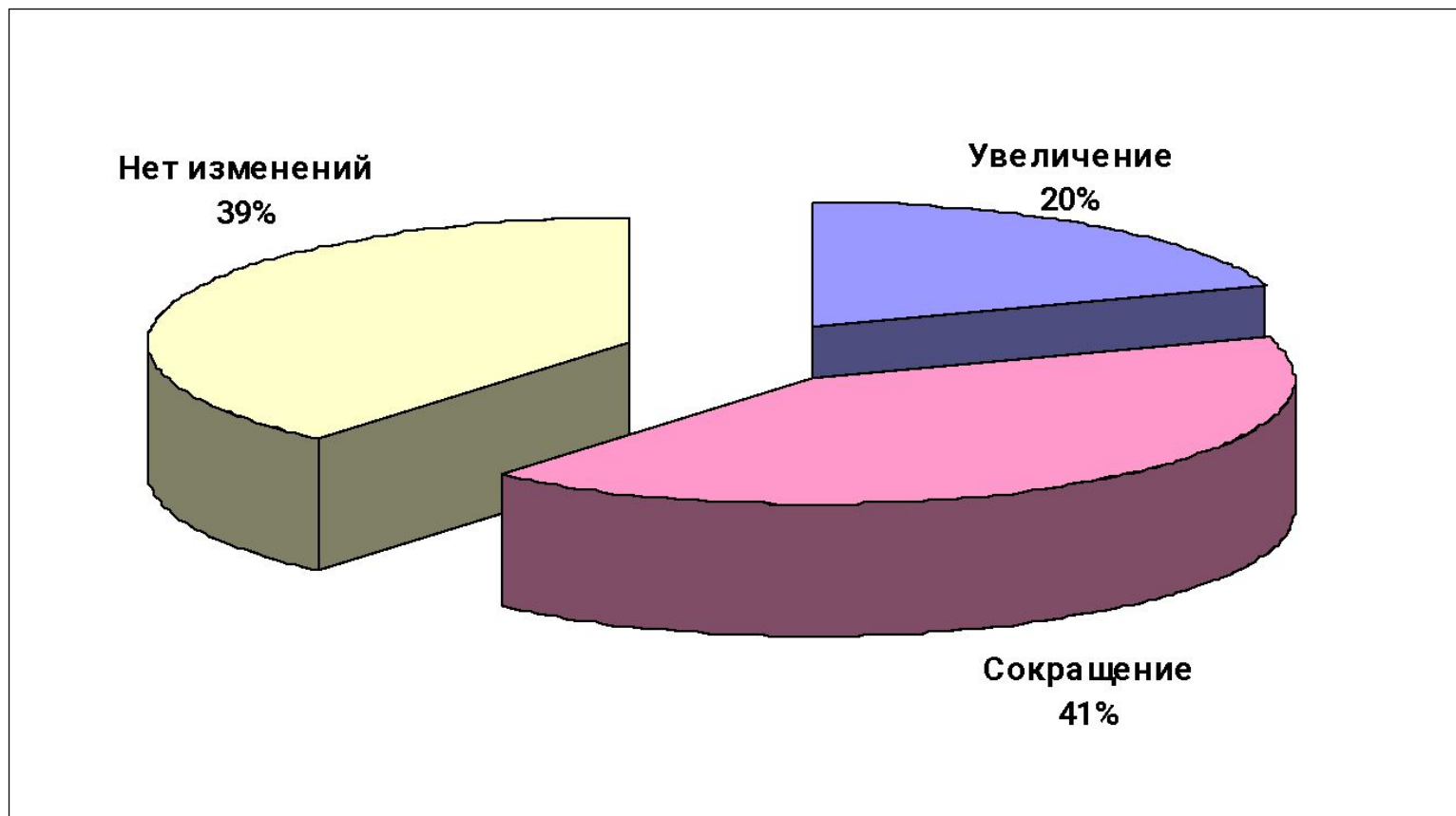
ЧТО СПОСОБСТВУЕТ ПОЗИТИВНОМУ РАЗВИТИЮ СМИ В КАЗАХСТАНЕ?



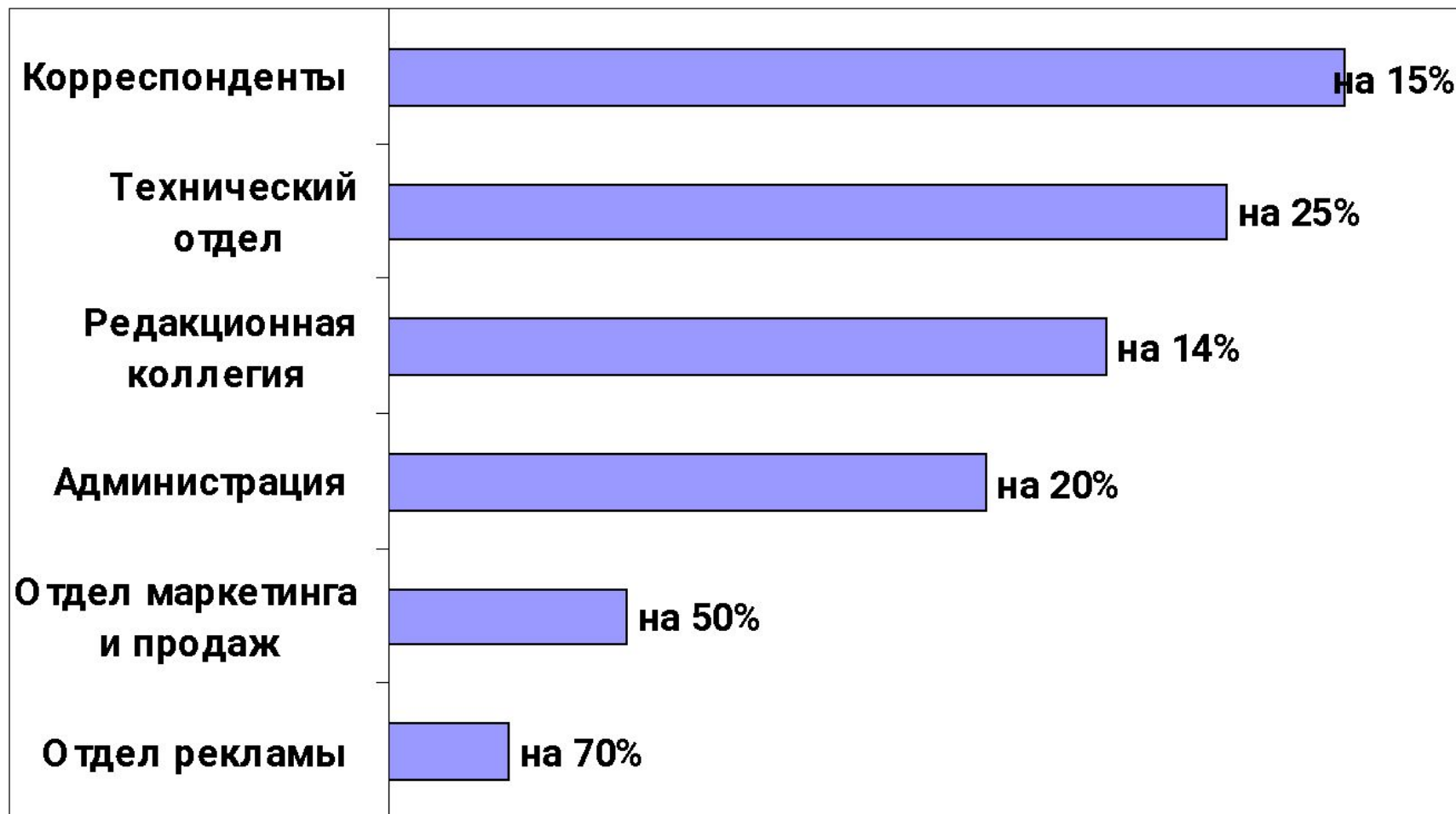
Тиражи печатных СМИ:



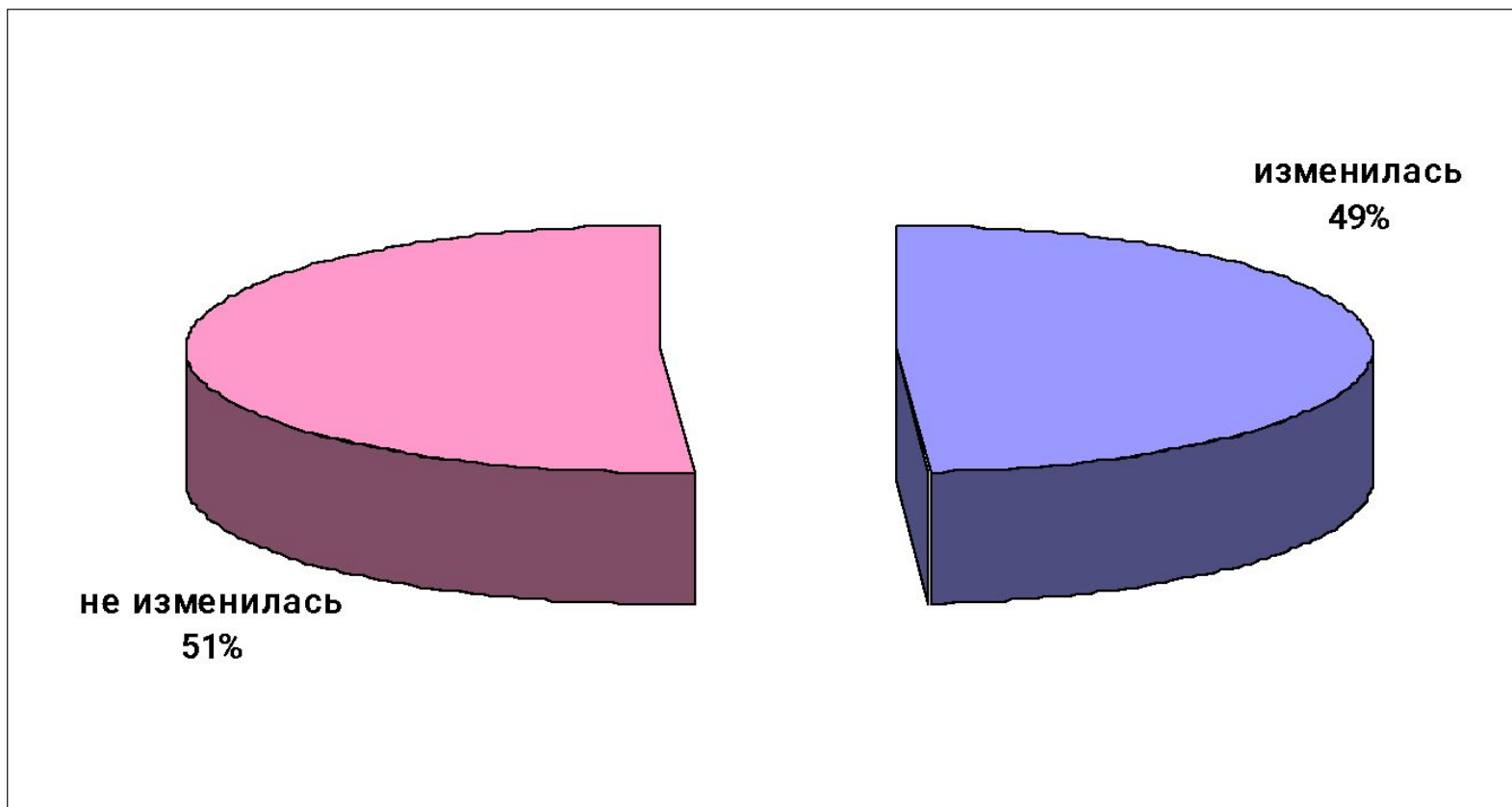
КАК ИЗМЕНИЛСЯ ШТАТ СОТРУДНИКОВ?



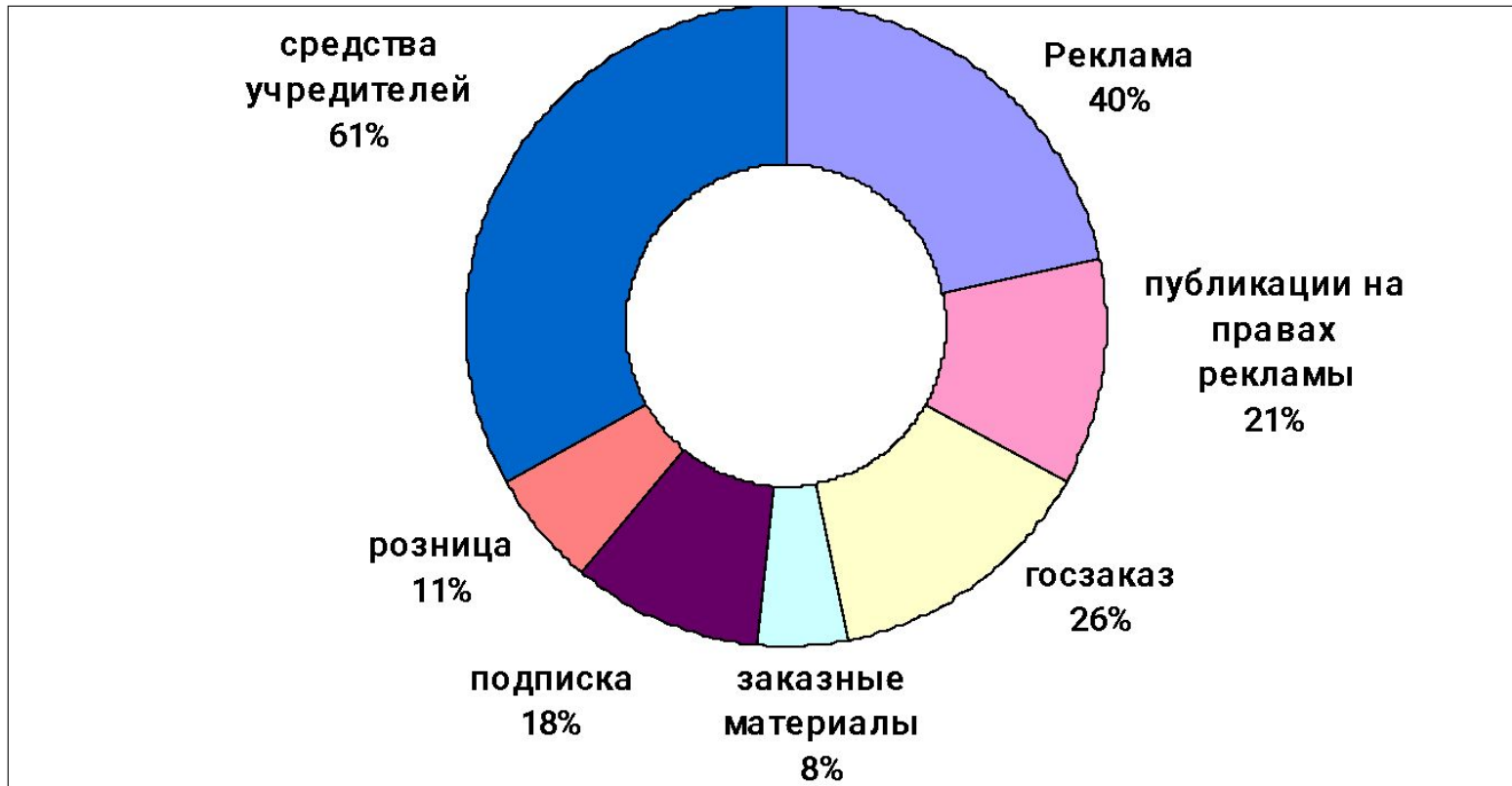
СОКРАЩЕНИЕ ПО СПЕЦИАЛИЗАЦИИ:



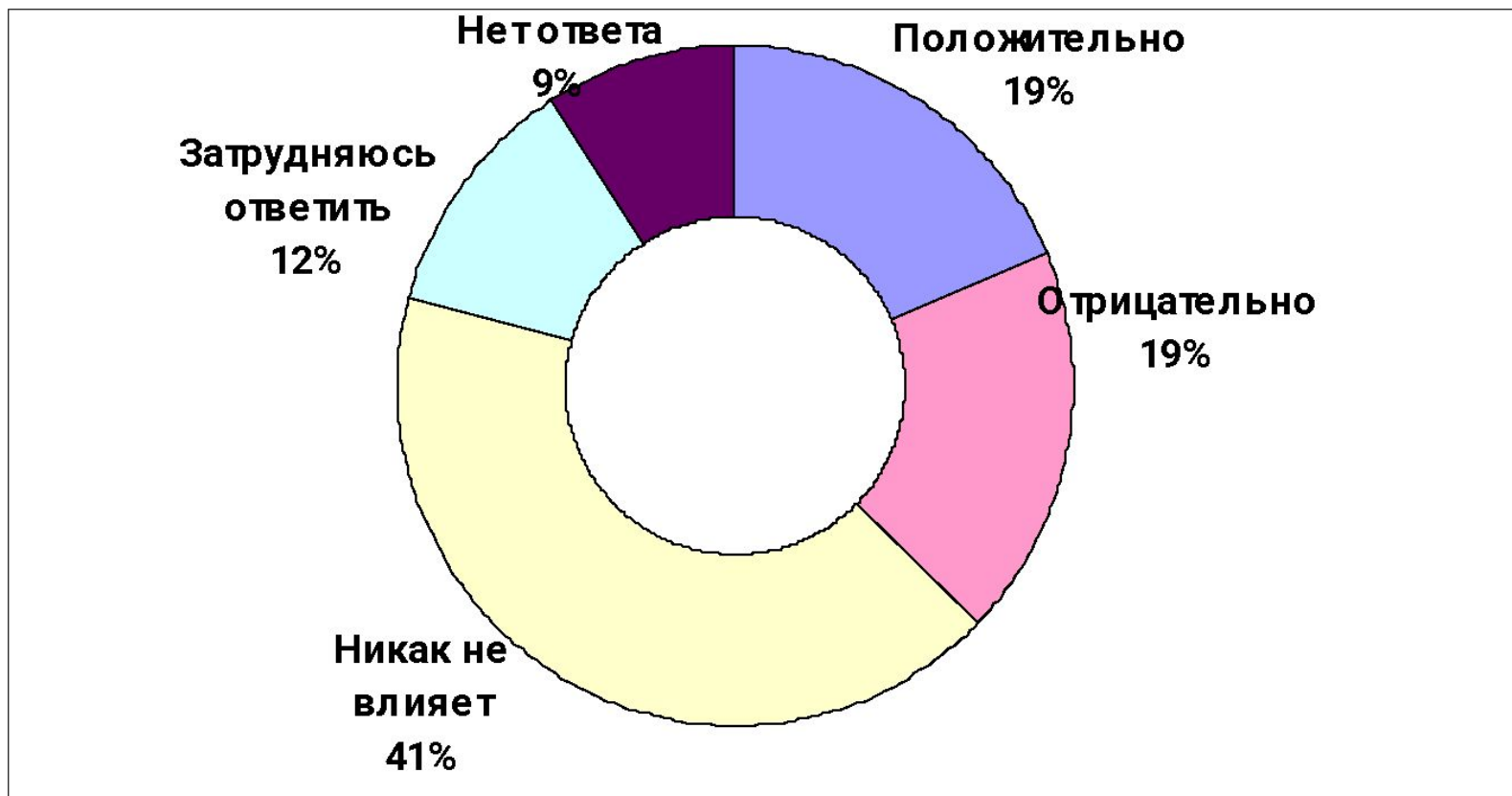
ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ ДОХОДОВ



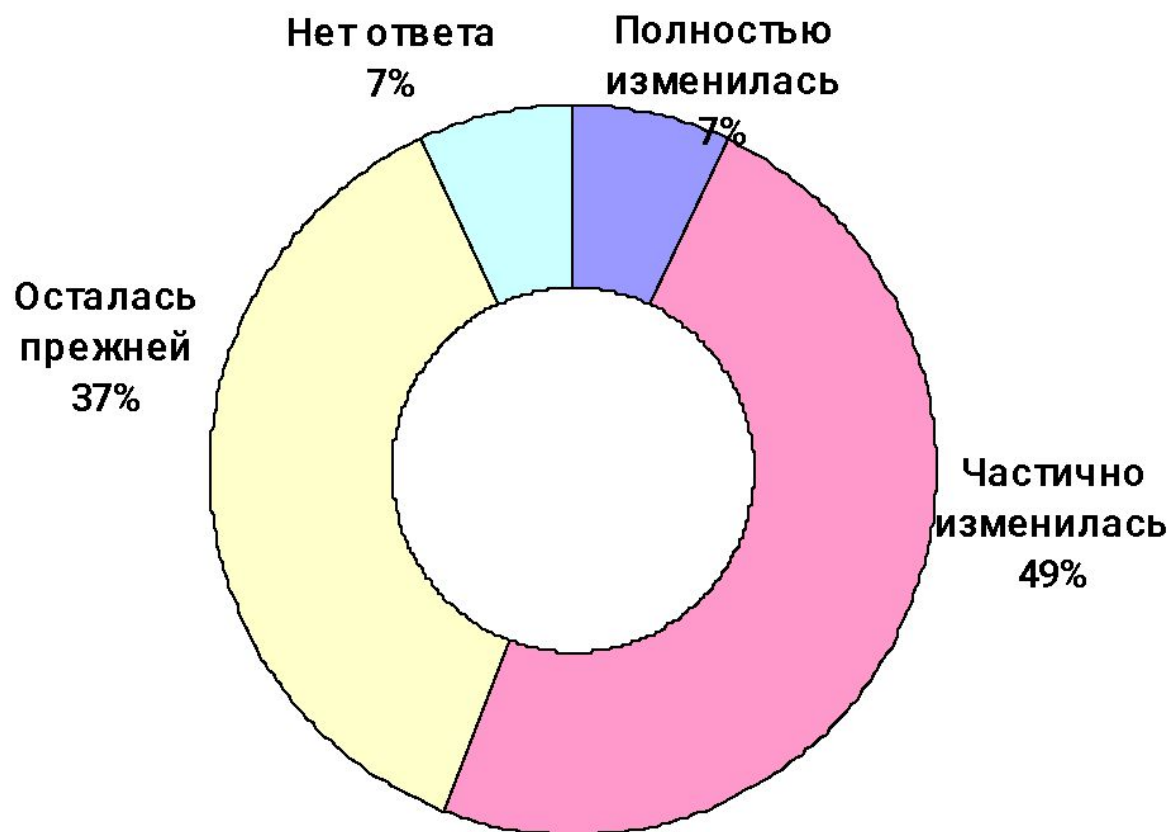
СТРУКТУРА ДОХОДОВ



ВЛИЯЮТ ЛИ ЗАКАЗНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И ГОСЗАКАЗ НА РЕПУТАЦИЮ СМИ?



ИЗМЕНИЛАСЬ ЛИ РЕДАКЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ВАШЕГО СМИ?



ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ?

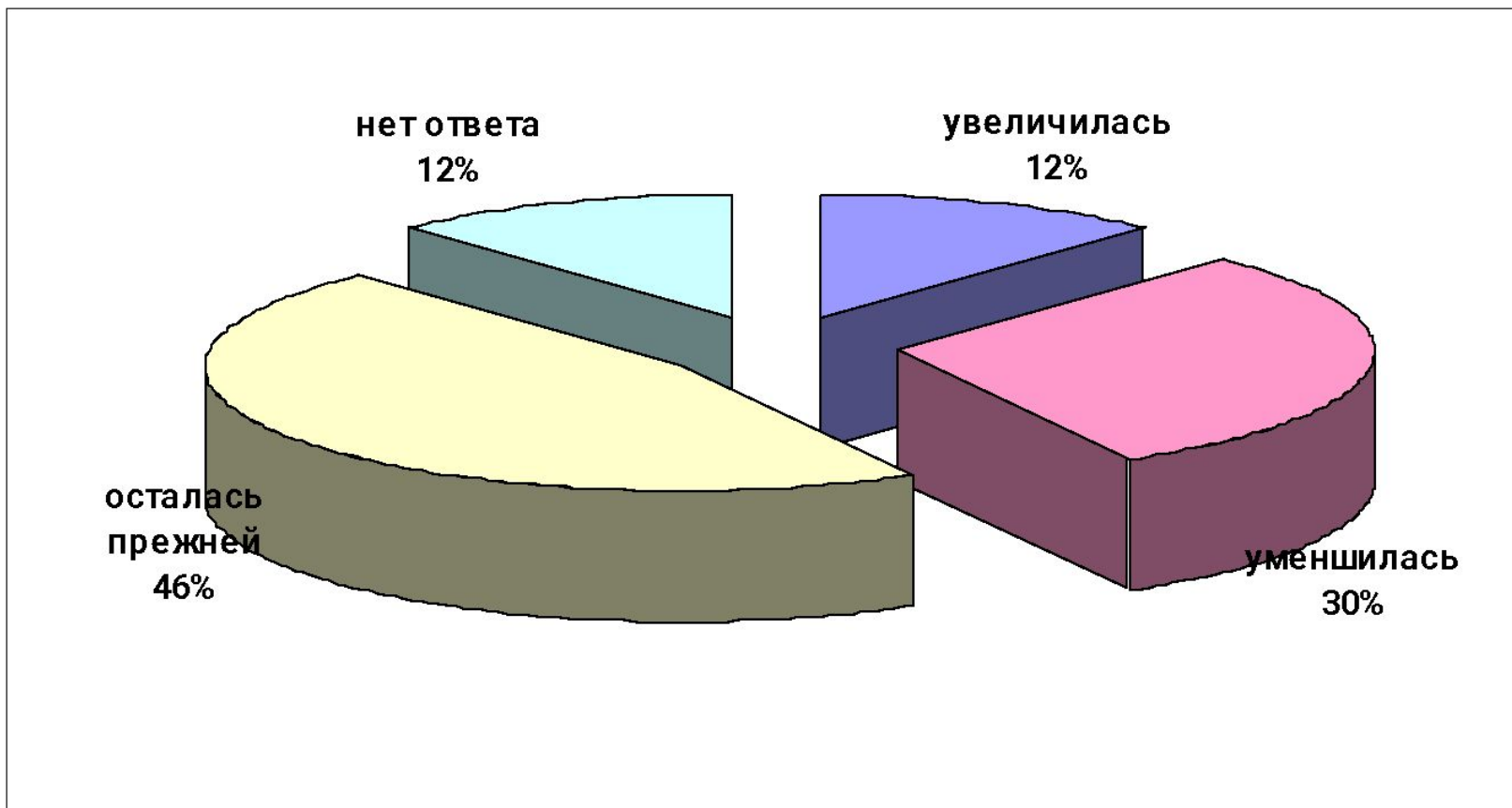
- 4 Концепция СМИ и формат
- 4 Больше внимание стали уделять дизайну
- 4 В связи с увеличением госзаказа, появились дополнительные рубрики и программы
- 4 Больше внимания стало уделяться корпоративному управлению и маркетинговым оценкам
- 4 Также в некоторых СМИ изменения произошли из-за смены управленческого состава или вхождения в медиа холдинг.

КОНТРОЛЬ КОНТЕНТА

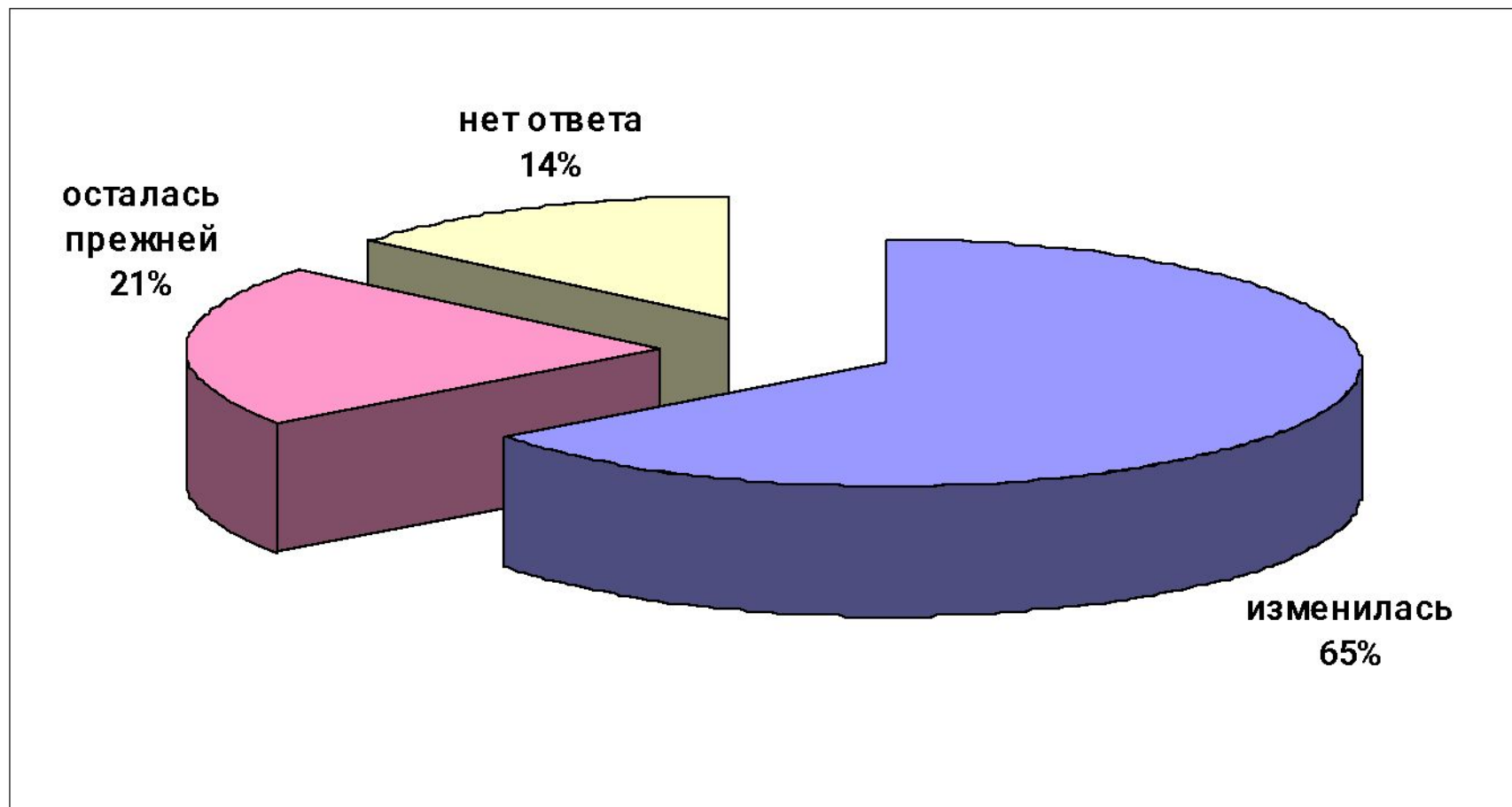
Относительно контроля за содержанием материалов со стороны различных групп анализ показал следующее:

- 4 Большинство СМИ отрицают наличие какого-либо контроля как со стороны рекламодателей, так и со стороны госорганов и учредителей.
- 4 Наибольшее количество СМИ - 60% - основной упор сделали на усиление самоконтроля и самоцензуры
- 4 35% отметили увеличение контроля со стороны госорганов, в 25% усилился учредительский контроль и в 21% случаев – со стороны рекламодателей.
- 4 Лишь небольшой процент респондентов отметили снижение контроля со стороны различных групп.

РЕКЛАМНАЯ ПОЛИТИКА



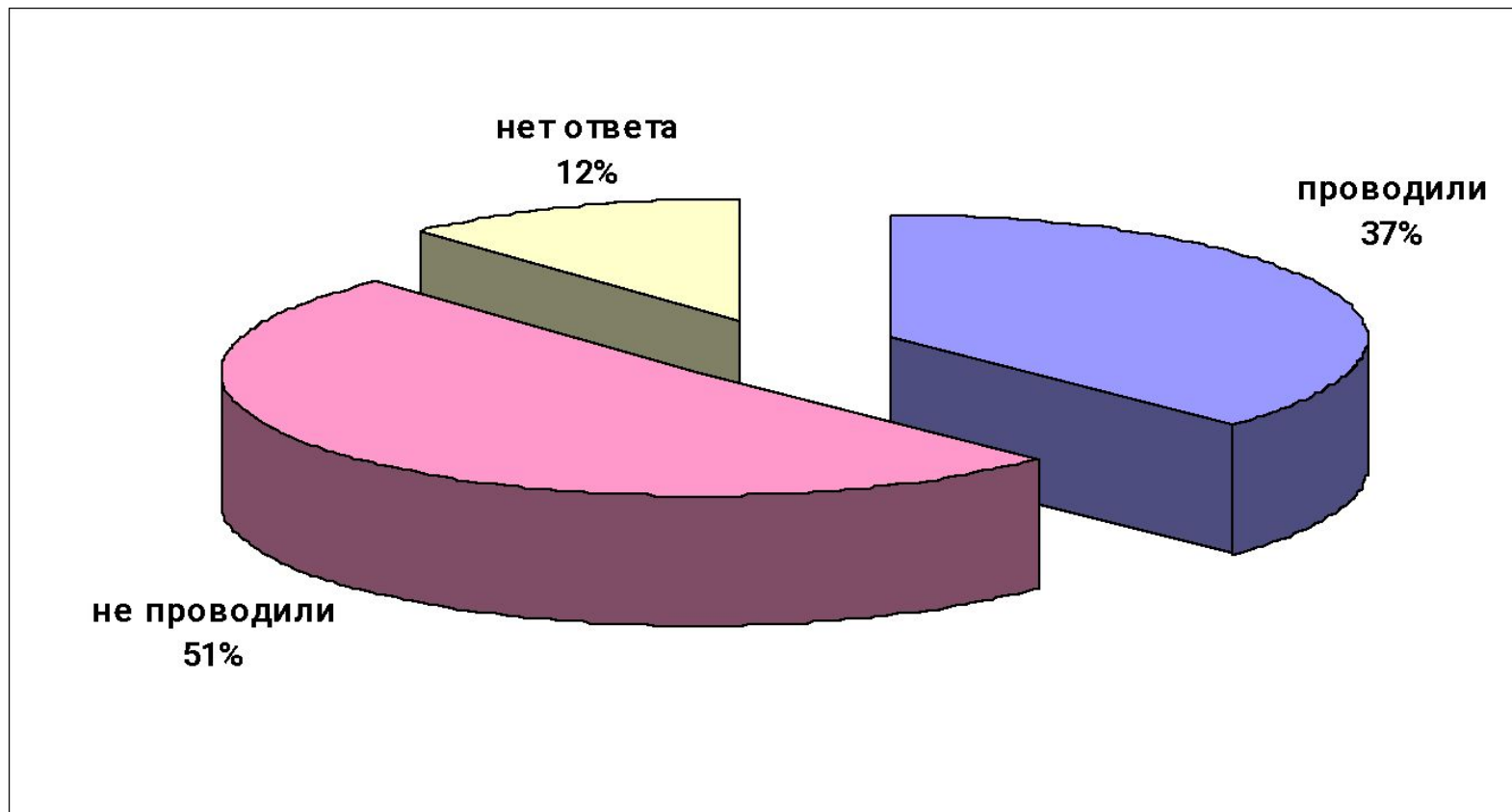
ИЗМЕНЕНИЕ СТРАТЕГИИ СМИ



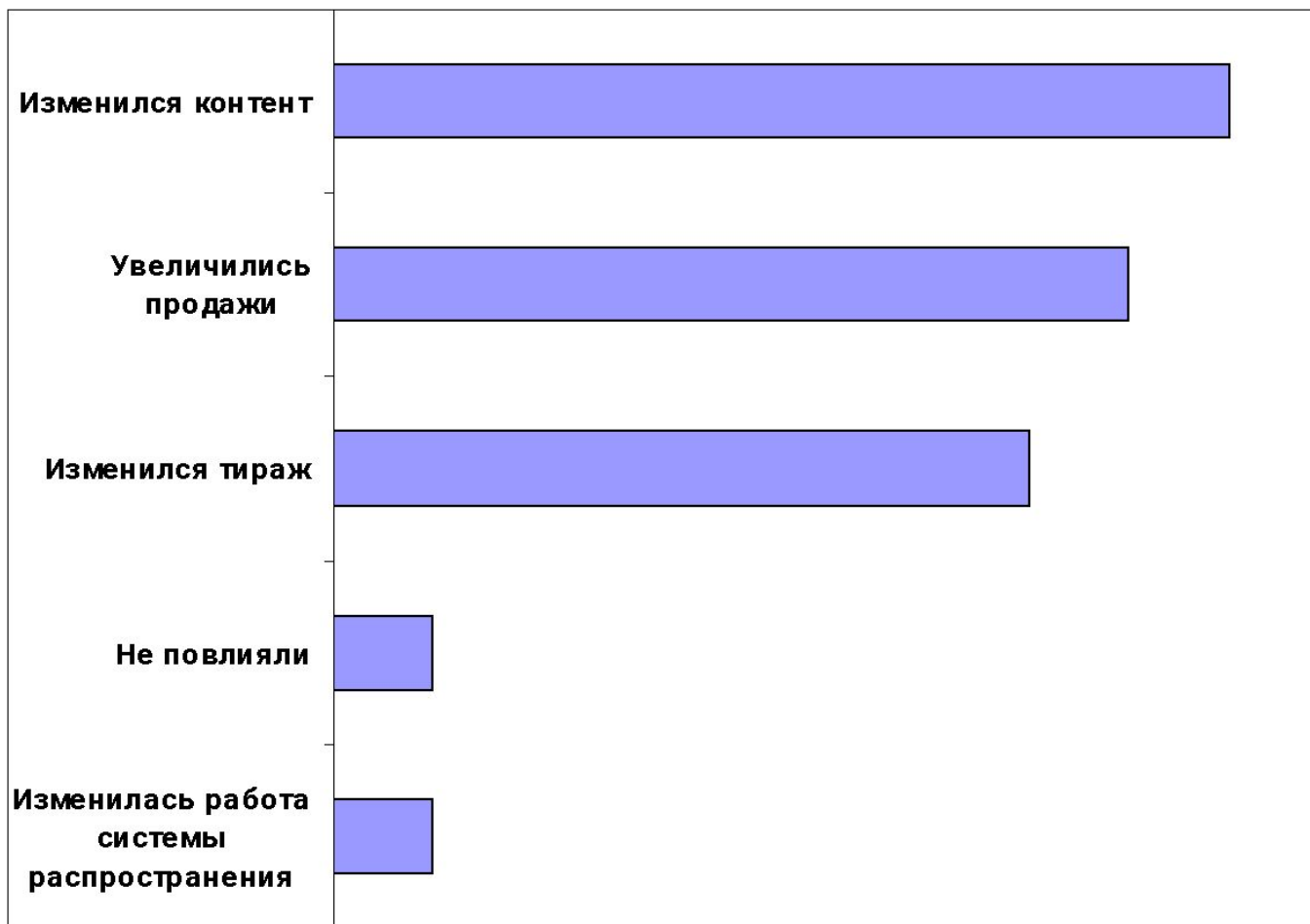
КАК ИЗМЕНИЛАСЬ СТРАТЕГИЯ?



ПРОВОДИЛИСЬ ЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ?



ЧТО ИЗМЕНИЛОСЬ В РЕЗУЛЬТАТЕ ИССЛЕДОВАНИЙ?



Некоторые рекомендации:

- Привести законодательство в соответствии с международными стандартами в области свободы выражения мнения.
- Отказаться от принятия поправок в законодательство в области СМИ без широкого обсуждения с медийным сообществом на примере последних поправок в закон о СМИ и непринятия мнения гражданского общества при обсуждении закона об Интернете.
- Изменить структуру госзаказа: часть направить на институциональную помощь СМИ: тренинги для редакторов и журналистов, материально-техническая база, исследования, профессиональные стажировки и т.д., часть - на господдержку культурных, детских и социальных медиа проектов. Сделать процедуру распределения госзаказа полностью прозрачной. Материалы из средств госзаказа выделять на правах рекламы, а не подавать как журналистское мнение.
- Институционально помочь казахоязычным СМИ в становлении как профессионального бизнеса. Расширить взаимодействие между казахско- и русскоязычными средствами массовой информации для преодоления возникающих барьеров и предоставления гражданам полной информации о происходящем в стране на обоих языках.

Некоторые рекомендации:

- Все оплаченные материалы в печатных и электронных СМИ, в том числе и на средства госзаказа, публиковать только на правах рекламы. Убрать из прайс листов СМИ понятие «размещение платных PR материалов без значка», поскольку это является прямым нарушением прав потребителей на объективную информацию и характерно для отсталых стран.
- Законодательно ввести прозрачную структуру собственности масс-медиа в республике

ТРЕТИЙ МЕДИА КУРУЛТАЙ.

12 ноября, Алматы, отель Риксос

Крупнейшая постоянная площадка для обсуждения цеховых проблем СМИ и выработки совместных решений

Темы для обсуждения:

- Новая стратегия нового Министерства
- Новые подходы к развитию медиа рынка в стране
- Конкурентоспособная экономика - конкурентоспособные СМИ и сильные медиа бренды
- Что тормозит развитие профессионального рынка и конкуренции?
- Ключевые тенденции на международных рынках

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ