



INTERNEWS

Электронный бюллетень Internews Network-Казахстан N 23 (148)

1–14 октября 2002 года

Содержание

Страницы

ГОРЯЧАЯ ТЕМА

Новый проект Закона «О рекламе»: движение вперед по отношению к предыдущим, но наиболее уязвимая позиция – формулировки, которые в дальнейшем могут произвольно толковаться

Комментарий юриста «Интерньюс-Казахстан» Сергея ВЛАСЕНКО 2-4

Депутатам парламента пока неясно, кто будет контролировать выполнение будущего Закона «О рекламе» 5

Президент Ассоциации телерадиовещателей РК Айдар Жумабаев: «Предложенный документ «сырой», полон ненужных ограничений и неточностей» 5-6

НОВОСТИ

В Москве прошла международная конференция «Политические репрессии и преследования независимых СМИ в Казахстане» 6-8

Актобинская телекомпания «Рика-ТВ» запустила новый проект - сайт «Все казахстанские новости» 8

«Тарлан» - первая казахскоязычная интернет-газета 9

31 канал будет «качать» в эфире «пресс» 9-10

Тяжело в ученье – легко в бою... Студенты-журналисты Евразийского национального университета будут практиковаться в университетской телестудии и типографии 10

НОВОСТИ ОДНОЙ СТРОКОЙ

МКИОС открыло web-портал, нацеленный на пропаганду и развитие государственного языка 11

На столичном телеканале АсТВ вышла в эфир первая передача, подготовленная телестудией Мажилиса 11

ЦИТАТА

Президент Казахстана Нурсултан НАЗАРБАЕВ: СМИ должны говорить власти о том, что хочет сказать ей народ, точно так же и власть посредством СМИ общается с народом 11-12

КОНКУРСЫ ФОНДА «СОРОС-КАЗАХСТАН»

Открытый конкурс грантов на финансирование проектов по организации открытого общественного обсуждения важнейших социально-экономических проблем 12-14

ЧТО ГОВОРЯТ И ПИШУТ ОБ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ

«Казахфильм» планирует выпустить «Золотую коллекцию отечественного кино» 14

ГОРЯЧАЯ ТЕМА

**Новый проект Закона «О рекламе»:
движение вперед по отношению к предыдущим,
но наиболее уязвимая позиция – формулировки,
которые в дальнейшем могут произвольно толковаться**

У проекта Закона «О рекламе» - сложная судьба. Дважды правительство направляло его депутатам, и дважды само же отзывало.

Разработка законопроекта «О рекламе» ведется с 1997 года. Первоначально им занималось Министерство юстиции, затем Министерство культуры; информации и общественного согласия. Позже законопроект стало курировать Агентство по регулированию естественных монополий и защите конкуренции.

В апреле прошлого года правительственные чиновники проявили излишнюю торопливость с отправкой законопроекта в парламент. Это насторожило рекламопроизводителей, рекламодаггентов и рекламодателей. Они опасались, что закон выйдет сырым и не будет работать эффективно. Такая спешка настораживала еще и потому, что приводила к мысли о том, что государству не терпится получить в свои руки инструмент воздействия на рекламный рынок.

Поэтому на очередном заседании правительства (в сентябре 2001 г.), на котором одним из вопросов было рассмотрение вопроса о подготовке законопроекта «О рекламе», разработчики законопроекта выступили с инициативой перенести его в план законодательных работ 2002 года. Эта идея была объяснена рядом факторов, в том числе и наличием противоречий в позиции госорганов и СМИ.

Одним из главных аргументов для отклонения законопроекта о рекламе в 2001 году был и такой: рекламный рынок в Казахстане фактически находился в стадии становления и только в 2001 году его финансовые обороты приблизились к тому уровню, что существовал до кризиса 1998 года. Поэтому еще не утвердившийся рекламный бизнес требует очень внимательного подхода к его регламентации, здесь нужен минимум спешки...

Кстати, сейчас подготовка и выпуск рекламных роликов в Казахстане, в основном, регулируются Законом «О СМИ». В казахстанском законодательстве слово «реклама» и его производные встречаются в 470 правовых актах, вопросы регулирования рекламной деятельности закреплены более чем в 30 актах.

Другие материалы по теме - *см., пожалуйста, в бюллетенях за 2001 г.: N 8 (102), 9 (103), 10 (104), 24 (118), 30 (181).*

И вот вновь – новый проект. Постановлением правительства от 8 августа 2002 года законопроект внесен на рассмотрение мажилиса.

**Законопроект «О рекламе»
комментирует юрист «Интерньюс-Казахстан» Сергей ВЛАСЕНКО:**

«Пока все предыдущие попытки правительства получить положительную оценку своему детищу были неудачными (*см. краткую предысторию – ред.*). Первое впечатление о новом законопроекте - разработчиками не были приняты во внимание и не получили дальнейшего развития уже действующие нормы в отношении рекламы. Хотя, если верить статье 1 законопроекта, то его целью является обеспечение необходимых условий для производства, распространения (размещения) и использования рекламы, но как раз вот этого «обеспечения» в законопроекте особо-то и не чувствуется...

Так, например, в Законе РК «О внесении изменений и дополнений в Закон РК «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» есть некоторые критерии определения, какие печатные издания, публикующие рекламу, могут получать льготы по налогообложению (реклама составляет менее 2/3 площади печатного издания), а какие – нет; определяется, что рекламные услуги телевизионных и радиовещательных организаций также имеют льготы по НДС.

Конечно, разработчики могут сослаться на то, что **вопросы льготного налогообложения** - это предмет рассмотрения Налогового кодекса. Но тогда это и следует сделать – внести предложение по изменениям в льготы по налогообложению в Налоговый кодекс. Тем более что льготы, о которых сказано выше, носят временный характер - до 1 мая 2004 года. Нужно поддерживать отечественных производителей рекламы, сохранить ныне действующий механизм льготного налогообложения.

Почему-то в законопроекте ни слова не сказано о социальной рекламе.

Что случилось? Она государству уже не нужна или для нее будет приниматься отдельный нормативный акт? Или она будет регулироваться законодательством о госзакупках? В любом случае, в законопроекте необходимо сказать о социальной рекламе. Кстати, в прошлом году, во время рассмотрения законопроекта на заседаниях рабочей группы, в состав которой входили заинтересованные госорганы, представители СМИ и общественных объединений, этот вопрос вызвал существенные противоречия между группами. В частности, министерства предлагали исключить из текста понятие «социальная реклама», мотивируя это тем, что любая реклама может носить только коммерческий характер...

Немаловажный вопрос - спонсорство рекламы. Необходимо, чтобы как можно больше механизмов было задействовано в рекламном деле.

Нельзя не обратить внимания и еще на одну деталь: **избирательность в решении рекламы отдельных видов как товаров, так и рекламных услуг.** Например, для того чтобы рекламировать табачные изделия, в соответствии с законопроектом, необходимо обратиться к Закону «О профилактике и ограничении табакокурения». В то время как для рекламы алкогольных изделий, лекарственных средств, изделий медицинского назначения, оружия, продукции двойного назначения в законопроекте место нашлось, хотя их реклама регулируется соответствующими законодательными актами.

Разработчики не стали уделять особого внимания и таким «мелочам», как **запрет на рекламу табака и табачных изделий** - согласно Закону «О профилактике и ограничении табакокурения», на телевидении и радио вводится запрет на рекламу табака и табачных изделий (эта норма вступает в действие с 1 октября 2003 года). В то же время Закон «О СМИ» разрешает рекламу табачных изделий с 23 до 06 часов местного времени. Значит, в какой-то из вышеперечисленных законов следует вносить изменения. Есть и другие нестыковки с действующим законодательством. Так, законопроект «О рекламе» предусматривает, что сроки хранения материалов, содержащих рекламу, составляют не менее трех месяцев. Но если в отношении печатных изданий с этим можно согласиться, то в отношении телевизионных и радиовещательных организаций - нет, у них своя специфика. Для хранения своих материалов они используют дорогостоящие кассеты, и, согласно Закону «О СМИ», обязаны сохранять записи собственных передач в течение только одного месяца.

В пункте 1 статьи 17 законопроекта **на рекламопроизводителя и рекламораспространителя возложена обязанность требовать от рекламодателя документальное подтверждение рекламной и рекламируемой продукции. В этом нет большой необходимости**, потому что эта обязанность возложена на рекламодателя - согласно статье 198 Уголовного кодекса, предусматривается ответственность рекламодателя за использование в рекламе заведомо ложной информации относительно товаров, работ или услуг.

Разработчики не обратили особого внимания на особенности рекламы в средствах массовой информации. Необходимо было отметить особенности рекламы в печатных изданиях и назвать, какие печатные издания считаются рекламными. Если выполнять все требования, предъявляемые к рекламе отдельных видов товаров или услуг, то от этого, прежде всего, страдает сам рекламный продукт (например, рекламный ролик), так как теряется его товарный вид. Так, например, рекламу алкогольных изделий должна сопровождать надпись о вреде его

употребления, дополнительно там же должна присутствовать и информация о номере лицензии производителя изделия и наименование органа, выдавшего лицензию. Поэтому из статьи 7 законопроекта целесообразно убрать из пункта 4 второй абзац: «Если деятельность, осуществляемая рекламодателем, подлежит лицензированию, то при рекламе соответствующего товара (работ, услуг), а также при рекламе самого рекламодателя необходимо указывать номер лицензии и наименование органа, выдавшего лицензию».

Присутствие в пункте 5 статьи 7 законопроекта слов: «Реклама не должна побуждать граждан к насилию, жестокости, агрессии, возбуждать панику, а также к иному противоправному действию (бездействию)» может быть любым лицом истолковано достаточно своеобразно и использовано для оправдания каких-либо противоправных действий. Например: «увидел рекламируемый товар - не было денег на покупку, и поэтому украл» - как в таких случаях считать: виновата реклама или нет? Поэтому слова, выделенные скобками, из текста законопроекта следует исключить, тем более что многие из них практически повторяют содержание пункта 5 статьи 7 законопроекта.

Есть необходимость и в том, чтобы раскрыть некоторые понятия и внести их в статью 3 законопроекта. Например, в подпункте 2) пункта 1 статьи 8 говорится о **«существенной информации» в рекламе.** Это сделать необходимо: именно это понятие будет давать возможность получить ответ на вопрос, привлекать к ответственности за недобросовестную или ненадлежащую рекламу или нет.

Стоит более детально рассмотреть и вопрос, связанный с объемом вещания рекламной продукции. Так, пунктом 1 статьи 9 на рекламу отводится 10% от времени общего вещания в теле- и радиопрограммах, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера. С учетом того, что вводятся ограничения в отношении использования рекламы в отдельных передачах (например, детских), может быть, стоит увеличить количество процентов?

С сожалением приходится констатировать, что вышеназванные примеры наглядно свидетельствуют о том, что предлагаемые нормы направленные на регулирование деятельности средств массовой информации в области рекламы носят ограничительный или запретительный характер. В этом законопроекте отсутствуют нормы, которые могли бы предоставить средствам массовой информации определенную свободу действий, ограничения не должны быть жестко фиксированы. Наличие в проекте норм, имеющих разрешительный характер, позволило бы средствам массовой информации активно работать на рынке рекламных услуг.

Спрос на рекламные услуги тех или иных средств массовой информации сам устанавливает оптимальные условия для деятельности СМИ в рекламной сфере. Это должен быть саморегулирующийся процесс. Так, средства массовой информации (например, телеканал, чрезмерно увлекающийся рекламой), могут пострадать прежде всего, так как их зритель (слушатель) уйдет с этого канала на другой (предпочтет другое СМИ) и в итоге один канал может потерять свою аудиторию, а другой, наоборот, - приобрести. А вместе с потерей аудитории СМИ могут потерять и рекламодателей. В таких случаях СМИ придется искать оптимальный вариант, который поможет сохранить и свою аудиторию, и своих рекламодателей.

Все вышеизложенное говорит о необходимости комплексного и систематизированного подхода к данному законопроекту, рассмотрению его во взаимосвязи с другими законодательными актами. А в предлагаемом разработчиками виде он, скорее всего, создаст ненужные дополнительные проблемы рекламодателям, рекламопроизводителям и рекламораспространителям.

**Депутатам парламента пока неясно,
кто будет контролировать выполнение будущего Закона «О рекламе»**

«Приступив к обсуждению нового законопроекта, парламентарии встали перед дилеммой: вернуть его правительству или доработать документ самим, - сообщает агентство «Хабар» в информации от 4 октября 2002 г.

http://www.khabar.kz/index.php3?lang=rus&chapter=1033744211&parent_id=1004525074#1033744211

1

«У документа многострадальная судьба: дважды правительство направляло его депутатам, и дважды само же отзывало. Самым спорным вопросом нового проекта стало 10-процентное ограничение на показ рекламы в телеэфире. СМИ республики убеждены, что это неминуемо приведет к краху многих телекомпаний и считают, что необходимо увеличить планку.

Ринат Шамсутдинов, вице-министр юстиции РК, отмечает, что правительство не будет возражать, если она поднимется. Многие депутаты, считают, что от запретительной меры вообще нужно отказаться.

По мнению Еркина Рамазанова, депутата мажилиса РК, когда мы ограничиваем рекламу - мы вторгаемся в бизнес. Если в вопросах процентного ограничения виден компромисс, то во многих других ни депутаты, ни представители СМИ, входящие в рабочую группу, не понимают позиции правительства. Например, документ вообще запрещает в рекламе сравнения. Но форма и стиль рекламы, которые формировались веками, во многом как раз и построены на том, чтобы показать, чем твой товар или услуга отличаются. Другое дело, что сравнение не должно быть недобросовестным, порочащим конкретную продукцию. Удивляет и то, что в законопроекте появились совершенно новые для казахстанского законодательства термины. Например, что такое «неуместная нагота», по каким критериям и кто это будет определять.

Депутаты обратили внимание и на то, что из документа не совсем ясно, кто будет контролировать его выполнение. Обсудив, по их же собственному мнению, далеко не все «белые пятна» проекта, парламентарии пришли к решению, что его следует доработать, учитывая позиции всех участников рекламного рынка».

**Президент Ассоциации телерадиовещателей РК Айдар Жумабаев:
«Предложенный документ «сырой», полон ненужных ограничений и неточностей»**

«Рекламный рынок в Казахстане достаточно устойчив, приспособлен к действующим нормам и, если честно, пока не нуждается в специальном законе. Точнее, в принятии проекта в том виде, в котором его предлагает Минюст», - сказал в интервью газете «Московские новости-Новости Недели» (N 38 (104) от 25 сентября 2002 г.) г-н Жумабаев. Отвечая на вопросы корреспондента «НН» Айнуры Мазибаевой, он подчеркнул, что принятие закона без учета мнения всех участников рекламного рынка принесет только вред. «Наша ассоциация, которая объединяет полсотни телерадиовещателей Казахстана, и объединенный индустриальный комитет, представляющий интересы около десяти крупных рекламных агентств, составили протокол разногласий и направили его разработчикам проекта» (протокол можно увидеть на сайте TV-Media http://www.tvmedia.kz/inf/project1_1.php - ред. бюллетеня).

Те, кто занимается рекламой, считают, что бессмысленное копирование российского закона вредно, тем более что в соседней стране уже пожинают плоды поспешного принятия своего проекта и теперь вносят в него различные поправки.

«Что именно не устраивает в законопроекте отечественных производителей и распространителей рекламы? И разве они сами не настаивали на принятии закона, который бы помог регулировать взаимоотношения с государственными органами и решать внутренние проблемы?»

«Начнем хотя бы с самого определения рекламы. Согласно проекту, рекламой будут считаться любые идеи и начинания. Это само по себе абсурдно. Выходит, рекламой можно будет назвать и любое выступление государственного деятеля, и ежегодное послание президента народу Казахстана, и агитационные плакаты кандидатов в депутаты. Все это связано с какими-то идеями и начинаниями в государстве, обществе и, следовательно, может быть причислено к рекламе. Это замечание мы предлагаем разработчикам учесть.

Еще более абсурдным нам кажется определение скрытой рекламы. Таковой будет считаться все, что «оказывает не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие в радио-, теле-, аудио- и кинопродукции, а также в иной продукции, в том числе путем использования специальных видеовставок, двойной звукозаписи и иными способами». Таким образом, все аудиовизуальные произведения и сообщения, созданные человечеством, будут расцениваться как скрытая реклама. К примеру, из фильма про агента 007 придется вырезать все эпизоды, где мелькают известные марки: машину Джеймса Бонда BMW и часы OMEGA...

Определений и ограничений, зачастую неточных или совсем ненужных, в проекте много, зато там нет упоминания о спонсорстве. А ведь без него сейчас невозможно представить рекламный бизнес. Мы предложили ввести в проект специальную статью, которая отделяет спонсорство от рекламных услуг. Тогда те, кто выбирает первое, будут защищены от претензий контролирующих органов.

Что же касается желанья иметь в Казахстане закон «О рекламе» как таковой, то это совсем не означает, что нужно спешить с его принятием. Я вообще считаю, что нужно еще года 2-3 для внимательного изучения рекламного бизнеса, его проблем и потребностей. Эта сфера, между прочим, довольно удачно саморегулируется. Чиновникам надо это учесть и принять поправки тех, для кого, собственно, и принимается специальный закон».

По сообщению газеты «МН-Новости недели» от 25 сентября 2002 г.

НОВОСТИ

[В Москве прошла международная конференция «Политические репрессии и преследования независимых СМИ в Казахстане»](#)

27 сентября в Москве прошла международная конференция «Политические репрессии и преследования независимых СМИ в Казахстане». Организатором конференции выступило общероссийское общественное движение «За права человека».

Перед началом конференции собравшимся были продемонстрированы два видеофильма - собравшиеся увидели кадры, которые свидетельствовали о том, что факты, приведенные в документах, распространенных на конференции (один из которых назывался «Хроника репрессий») – реальность без прикрас и домыслов.

Руководитель оргкомитета конференции Л. ПОНОМАРЕВ сказал, что основной причиной проведения конференции стало растущее беспокойство российской демократической общественности по поводу политической ситуации и прав человека в Казахстане.

С развернутым докладом «Кто все-таки избивает журналистов в Казахстане» выступил Петр СВОИК (полный текст доклада можно прочитать в газете «Экономика. Финансы. Рынки. Деловое обозрение Республика» (номер от 4 октября 2002 г.).

Сейдахмет КУТТЫКАДАМ рассказал о многочисленных фактах политических преследований инакомыслящих в Казахстане. Он также привел статистику Фонда защиты свободы слова «Адил соз», касающуюся деятельности СМИ и журналистов в Казахстане: за 8 месяцев 2002 г. погибли 4 журналиста, на журналистов было совершено 23 нападения, зафиксированы 13 слу-

чаев угроз, 77 фактов препятствования деятельности журналистов, 18 СМИ закрыты, судами рассмотрено 26 гражданских и 23 уголовных дела, ответчиками по которым были журналисты и СМИ.

Представитель казахстанской оппозиции Балташ ТУРСУМБАЕВ считает, что российские СМИ должны проявить солидарность и понимание положения своих казахстанских коллег, которых лишают права распространения объективной информации.

Евгений ЖОВТИС в своем выступлении, в частности, отметил, что «начавшееся в середине 90-х годов уничтожение независимых СМИ превратилось сегодня в уничтожение инакомыслия вообще...».

Лев ПОНОМАРЕВ зачитал поступившее от партии «Яблоко» обращение к делегатам конференции, в котором говорилось о понимании ситуации в Казахстане и солидарности с казахстанской оппозицией: «...мы не можем равнодушно смотреть на жестокие репрессии в отношении оппозиции, на преследование независимых СМИ...».

Ирина ХАКАМАДА, вице-спикер Госдумы РФ в своем выступлении отметила, что права и свободы должны принадлежать обществу, а не распределяться между избранными властью. «Демократические партии в России очень мало заботились налаживанием отношений с оппозицией в других странах СНГ... Имперский характер отношений может быть проявлен только в качестве построения империи защиты свободы...». Г-жа Хакамада подчеркнула, что СПС не собирается вмешиваться во внутренние дела суверенного Казахстана, «наша поддержка – не вмешательство, а защиты международных норм в области прав человека».

Ирина ПЕТРУШОВА, редактор газеты «Экономика. Финансы. Рынки. Деловое обозрение Республика» рассказала о том, что происходит с газетой «Республика» и ее производными в Казахстане. Она сообщила, что в то время как проходит данная конференция, полиция пытается проникнуть в офис. Она также заявила собравшимся, что президент Назарбаев своим последним выступлением практически объявил запрет на профессию журналиста, заявив, что предназначение прессы – лишь передавать народу то, что власть хочет ему передать, без «своих мыслей и комментариев...». «Нас обвиняют в непатриотизме, расшатывании стабильности», - сказала Ирина Петрушова, - «по мнению президента, мы должны писать «только хорошее».

Аарон РОУДС, исполнительный директор Международной Хельсинкской Федерации по правам человека, в своем выступлении отметил, что «очень солидарно относится к защите демократии, где бы это ни происходило. Г-н Роудс отметил, что Казахстан допускает нарушений практически всех прав человека – в той или иной степени. Нарушается право на свободу слова, право граждан на мирные собрания, многочисленные нарушения имеются в судебной системе, нарушаются права заключенных и правила их содержания, нарушается свобода религии, свобода передвижения, право на убежище, права женщин. «Это достаточно длинный список, чтобы понять – ситуация в Казахстане ухудшается в большей степени, чем в любой стране региона...».

«Мы долго изучаем зависимость соблюдения гражданских прав и терроризма и пришли к выводу, что в странах, где ущемляются права граждан, терроризм становится очень привлекательным... Мы знаем также, что в странах, где существует уважение к правам и свободам граждан, существует и уважение граждан к закону», - заявил далее г-н Роудс.

«Конечно же, нужно различать оппозицию и СМИ, правозащитные организации и оппозиция – не одно и то же. Но вместе с тем, мы наблюдаем ситуацию, когда страна развивается «вниз», и в этих условиях людям, оценивающим высоко свою ответственность, становится недостаточно просто фиксировать происходящее и говорить об этом. Мы много раз наблюдали, как сотрудники правозащитных организаций начинали делать политику, справедливо полагая, что только политические изменения способны изменить ситуацию. Это сложная дилемма – сохранение объективности и активной гражданской позиции одновременно в таких условиях, как в Казахстане... Плохо, что проблемы вашей страны не получают поддержки в правительстве, и являются лишь заботой правозащитных организаций».

Независимый журналист Гульжан ЕРГАЛИЕВА: «Очень жаль и очень плохо, что Россия обращает мало внимания на Среднюю Азию. За десять лет наш уважаемый президент пришел в противодействие с собой, со своим народом и с властью. Власть, экономика в стране принадле-

жат его семье, СМИ Казахстана также на 90% находятся «под Семейей». Президент «выдал нагора» массу законов, которые обеспечили его круговую оборону, и, говоря по-путински, прессу в Казахстане просто «мочат».

Но на самом деле у всех бывших союзных республик одни и те же проблемы, и начались они в тот момент, когда начался парад суверенитетов. Сейчас в России хватаются за голову, дескать, «упустили» Грузию, Украину. Пройдет совсем немного времени, и среди «упущенных» окажется и Казахстан...».

По сообщению пресс-службы РОО «Демократический выбор Казахстана».

Контакты: Владимир Козлов.

Тел.: (3272) 63-28-18.

E-mail: viko@nursat.kz

**Актобинская телекомпания «Рика-ТВ» запустила новый проект
- сайт «Все казахстанские новости»**

Актобинская телекомпания «Рика-ТВ» запустила новый проект - сайт «Все казахстанские новости» www.comm.kz

Как сказали в «Рика-ТВ», необходимость создания такого сайта возникла после анализа подобных казахстанских сайтов. Все они, на сегодняшний день, по мнению «Рика-ТВ», имеют ряд недостатков: чрезмерная официозность и сухость в подаче новостей; односторонность и неполное освещение событий; платный доступ (например, за подписку на ленту новостей информационного агентства «Интерфакс-Казахстан» телекомпания «Рика-ТВ» платит 300 долларов в месяц).

Пользователям же Интернет в любой точке мира необходима достоверная и оперативная информация о последних событиях, происходящих в Казахстане. Независимые телекомпании и радиостанции, разместившие свою информацию на сайте «Все казахстанские новости», смогут бесплатно и оперативно получать свежие новости из самых разных точек республики.

Сайт пополняется как информацией из независимых и собственных источников, так и информацией с сайтов других новостных агентств. Члены Национальной Ассоциации Телерадиовещателей Казахстана (НАТ Казахстана) могут активно участвовать в пополнении новостями информационной ленты, присылая новости из регионов.

Перспективу развития создатели сайта www.comm.kz видят в плодотворном сотрудничестве и обмене информацией не только с крупными информагенствами, имеющими выход в Интернет, но и с небольшими компаниями, не имеющими возможности заявить о себе.

Новости на сайте разбиты на 12 рубрик. Система поиска новостей ориентирована на ключевые слова текста. При размещении информации дается обязательная ссылка на источник. В любой из рубрик представлена подборка новостей по теме за несколько последних дней, что очень удобно.

В дальнейшем создатели сайта планируют рассылать новости подписчикам.

Желающие принять участие в работе сайта могут присылать новости по адресу: info@rikatv.kz

Если есть возможность, новости лучше присылать с фотографиями (скриншотами).

Координатор проекта - Ольга Аманова.

Контактные тел. в Актобе: (3132) 52-02-02; 52-01-03.

«Тарлан» - первая казахскоязычная интернет-газета

Целью проекта, инициатором которого выступило Центрально-азиатское агентство политических исследований (ЦАПИ-СААР), по словам его организаторов, является, прежде всего, расширение казахскоязычной интернет-аудитории, а также развитие аналитической net-журналистики. Данный проект является первым в области аналитической журналистики, осуществленный на государственном языке.

По словам руководителя проекта «Тарлан», директора ЦАПИ Ерлана Карина, проблема уже существующих сайтов на казахском языке состоит в том, что они имеют узкую направленность, и при этом большинство из них технически несовершенны. Для просмотра этих веб-ресурсов необходимы определенные программы, что делает неудобным их пользование. Преимущество «Тарлан» www.tarlan.kz состоит в максимальном удобстве для просмотра в обычном режиме без установки дополнительных программ.

На сайте представлены рубрики «Политика», «Мнение», «Интервью», «Рейтинг», «История», «Портрет» и «Обзор».

Сайт будет обновляться с периодичностью два-три раза в неделю. В содержании сайта будут преобладать материалы аналитического и публицистического характера. Также на сайте будут размещаться материалы на историческую тему. В специальной рубрике планируется публиковать переводы русскоязычных изданий.

Пока по причине недостаточного распространения интернета в республике с редакциями газет было достигнуто соглашение о перепечатке материалов, размещенных на сайте.

Г-н Карин отметил, что заявления о невозможности разработки сайтов на казахском языке являются безосновательными. Проект технически был осуществлен за один месяц информационно-технической службой ЦАПИ.

Центрально-азиатское агентство политических исследований помимо основной аналитической деятельности занимается также осуществлением медиа-проектов в сети Интернет. В ближайшие 3 месяца ЦАПИ предполагается запуск еще нескольких интернет-проектов - таких, как казахскоязычная библиотека www.otrar.kz, сайт, посвященный ситуации на Каспии - www.munai.kz, а также проекты, рассчитанные на иностранную аудиторию и казахов, проживающих за границей.

Г-н Карин подчеркнул, что в целях соблюдения закона было использовано такое определение, как информационно-аналитическое электронное издание, но после прохождения процедуры регистрации в МКИОС можно будет официально назвать сайт интернет-газетой.

Соб. инф.

За дополнительной информацией обращаться:

*Ерлан Карин, руководитель проекта «Тарлан»,
директор Центрально-азиатского
агентства политических исследований
Тел.: (3272) 50-95-83.*

31 канал будет «качать» в эфире «пресс»

Телерадиокомпания «31 канал» (Алматы) получила грант в сумме \$34,934 от Фонда «Евразия» на производство ток-шоу «ПРЕСС». Ток-шоу о проблемах развития независимой прессы в стране будет выходить в эфире телеканала в течение одного года.

Об этом 25 сентября 2002 г. сообщил в своем пресс-релизе Алматинский региональный офис Фонда «Евразия».

В пресс-релизе сообщается, что Совет Экспертов Фонда одобрил гранты на общую сумму \$172,999 четырем организациям из Казахстана и России, способствующим развитию частного предпринимательства и гражданского общества в Казахстане.

Фонд «Евразия» является независимой американской организацией, которая осуществляет свою деятельность при поддержке Агентства США по Международному Развитию (USAID) и других доноров.

С 1993 года Фондом «Евразия» в Казахстане с целью развития демократических и рыночных отношений было профинансировано более 6500 проектов на сумму \$130 миллионов.

В Центральной Азии Фонд Евразия направил более \$8 миллионов для поддержки местных инициатив в сфере гражданского общества, частного предпринимательства и государственного управления и политики.

Более подробная информация - <http://www.eurasia.org>

По сообщению Алматинского регионального офиса Фонда «Евразия».

Алматинский региональный офис Фонда «Евразия»

*Адрес: Казахстан, 480004 Алматы,
пр. Жибек Жолы 64, 7 этаж.*

Тел.: (3272) 50-18-10.

Факс: (3272) 50-18-11

E-mail: eurasia@efcentralasia.org

Тяжело в ученье – легко в бою...

Студенты-журналисты Евразийского национального университета будут практиковаться в университетской телестудии и типографии

Такие подарки студентам-журналистам университет, базирующийся в Астане, сделал в честь 90-летия великого евразийца Льва Гумилева, чье имя носит университет. Студенты-журналисты получили долгожданную возможность создавать собственные телепрограммы в уникальном телерадиокомплексе и выпускать учебные газеты в типографии.

Телерадиокомплекс не имеет аналогов среди учебных заведений страны, осуществляющих подготовку по специальности «журналистика». По некоторым пунктам его техническое оснащение не уступает профессиональным электронным СМИ. В состав комплекса входит телевизионная студия, режиссерско-техническая аппаратная, аппаратная нелинейного монтажа и компьютерной графики, радиостудия и звуковая монтажная станция. Теперь студенты-журналисты смогут овладеть профессиональными навыками в стенах родного университета. Они будут выпускать собственные передачи для внутренней телевизионной сети. Впрочем, в скором времени ректор вуза Мырзатай Жолдасбеков планирует сделать этот канал городским.

Цифровая же типография (одна из немногих в республике и единственная в столице) открыта не только для выпуска университетской газеты «Аудитория». Здесь издается также и множество другой полиграфической продукции: книги, буклеты, брошюры, календари.

По сообщениям СМИ.

НОВОСТИ ОДНОЙ СТРОКОЙ

[МКИОС открыло web-портал, нацеленный на пропаганду и развитие государственного языка](#)

По словам министра МКИОС М. Кул-Мухамеда, web-портал www.qazaqtili.com даст возможность получать и размещать информацию на государственном языке и внесет вклад в поддержку казахоязычных СМИ.

По сообщениям СМИ.

[На столичном телеканале АсТВ вышла в эфир первая передача, подготовленная телестудией мажилиса](#)

Как сообщает пресс-служба мажилиса, первая телепрограмма вышла 5 октября и была посвящена проекту закона «О рекламе». Участие в программе приняла депутат мажилиса Татьяна Квятковская.

По сообщению пресс-службы Мажилиса.

ЦИТАТА

[Нурсултан НАЗАРБАЕВ: СМИ должны говорить власти о том, что хочет сказать ей народ, точно так же и власть посредством СМИ общается с народом](#)

Президент Казахстана Нурсултан Назарбаев 20 сентября 2002 г. в прямом эфире республиканской корпорации «Телевидение и радио Казахстана» ответил на вопросы телезрителей.

Вот что пишет об этом газета «Казахстанская правда» (номер от 26 сентября 2002 г.):

«Государство и СМИ

Н. Назарбаев подчеркнул, что Казахстан по Конституции является демократической страной, с учетом этого и строится вся политика государства, которое выступает за укрепление политической стабильности и межнационального согласия.

Продолжая тему, президент отметил, что так или иначе вопросы взаимоотношения власти и прессы регулируют все государства мира. В том числе и США, где действует соответствующий совет. Создать независимый совет, который бы состоял из представителей Президента, Парламента, различных масс-медиа и занимался вопросами регулирования, Н. Назарбаев, как известно, предложил и в нашей стране, в ходе встречи с журналистами.

Отвечая на вопрос о деятельности СМИ, он особо подчеркнул, что демократическое общество, свобода слова нужны всем нам - и власти, и гражданам. И здесь требуется взаимопонима-

ние: средства массовой информации должны принять на себя обязательства по соблюдению журналистской этики, законов Казахстана, власть же обязана не вмешиваться в дела СМИ.

Президент отметил, что со следующего года в Казахстане будут специально выделяться деньги на то, чтобы госзаказ давался не только государственным, но и независимым масс-медиа. Мы же понимаем, заметил он, что посредством журналистов олигархи сегодня борются между собой, решают вопросы экономической, финансовой конкуренции. А это не дело. С одной стороны, средства массовой информации стали свободными - от государства. С другой, они попали в кабалу к олигархам. Так что же лучше? Хотелось бы, высказал пожелание Глава государства, прийти в идеале к такой ситуации, при которой владельцами СМИ были бы сами журналистские коллективы.

Главная роль журналистики во всем мире, добавил Н. Назарбаев, такая: СМИ говорят власти о том, что хочет сказать ей народ, точно так же и власть посредством средств массовой информации общается с народом. При этом должна соблюдаться объективность, важен показ всех точек зрения. И к такой журналистике, уверен Нурсултан Абишевич, наше молодое государство обязательно придет».

КОНКУРСЫ ФОНДА «СОРОС-КАЗАХСТАН»

Открытый конкурс грантов на финансирование проектов по организации открытого общественного обсуждения важнейших социально-экономических проблем

Фонд «Сорос–Казахстан» в рамках программ «Местное самоуправление» и «Инициатива в области общественной политики» объявляет открытый конкурс грантов на финансирование проектов по организации открытого общественного обсуждения важнейших социально-экономических проблем.

Цель конкурса

Содействие процессам демократизации казахстанского общества путем повышения уровня участия граждан в обсуждении и решении общественно значимых проблем.

К участию в конкурсе приглашаются неправительственные некоммерческие организации, местные органы государственной власти, средства массовой информации, аналитические центры.

Предмет конкурса

Инновационные проекты по организации общественных дебатов, публичных слушаний, эвдокаси-кампаний, направленных на поиск практического решения различных общественно значимых проблем.

Критерии конкурса

В основу проекта должна быть заложена оригинальная идея по организации широкого обсуждения актуальной, конкретной, общественно значимой проблемы. Предлагаемая для обсуждения проблема должна быть сформулирована в виде вопроса, четко сфокусирована на предмете обсуждения и в то же время тесно связана с общим и широким общественно-политическим контекстом;

Для участия в дискуссии должны быть приглашены представители всех заинтересованных групп и эксперты-аналитики, специализирующиеся по данному вопросу.

В проектном предложении должны быть представлены:

- предварительный список, структура и содержание дискуссионных и аналитических материалов, которые будут подготовлены и распространены в процессе осуществления проекта;

- проект должен содержать детальный план организации общественного обсуждения, реалистичный и юридически обоснованный;

- проект должен содержать сведения о том, как будут оформлены и среди каких целевых групп будут распространяться результаты обсуждения всех альтернатив решения проблемы;

- проект должен содержать сведения об исполнителях проекта, а также давать четкое представление о том, как будут продвигаться результаты проекта на уровень лиц и организаций, уполномоченные принимать решения по рассматриваемому вопросу;

- бюджет проекта должен быть экономически обоснованным, реалистичным и не превышать \$5000;

- длительность проекта не более 6 месяцев.

Конкурс будет проводиться в пять этапов

Прием на конкурс проектов - заявок (4 октября 2002 - 4 ноября 2002);

По результатам конкурса экспертной комиссией ФСК будет сделан предварительный отбор 20 проектов-заявок (4 ноября – 25 ноября 2002 г.);

Семинар-тренинг «Участие граждан в решении местных проблем» для авторов лучших проектов-заявок, прошедших предварительный отбор. В течение семинара - защита проектов (начало декабря 2002 г., г.Алматы).

Итоговый этап рассмотрения проектов. По результатам конкурса будут отобраны для финансирования 5-6 лучших проектов-победителей (декабрь 2002г.-январь 2003г.)

Внедрение и оценка проектов (январь - июнь 2003).

К итоговому этапу конкурса будут допущены только участники, прошедшие все предыдущие этапы.

Проект-заявку должен предварять титульный лист со следующей информацией:

- Название организации;

- название проекта и краткое описание (2-3 предложения);

- Ф.И.О., год рождения, указание профессии и официального места работы/должности будущего руководителя проекта, лица, несущего финансовую ответственность;

- адрес, телефон, факс, e-mail организации, Ф.И.О. и должность контактного лица;

- свидетельство о наличии банковского счета (название и адрес банка, № счета, МФО, РНН, Кбе и др.);

- размер запрашиваемого бюджета.

Описательная часть проекта не должна превышать 10 стр., а бюджетная часть - 1-1,5 стр. печатного текста формата А4, набранного на компьютере (рукописи не принимаются). Приложений (копии свидетельств о регистрации, публикаций в СМИ, схем и пр.) может быть не более 4-5 стр.

Участники конкурса будут оповещены о его результатах. Список победителей будет опубликован в СМИ.

По проектам, не прошедшим конкурс, Фонд Сорос-Казахстан разъяснений и рецензий не дает. Экспертный совет программы оставляет за собой право корректировать сумму запрашиваемого бюджета.

Заявки на конкурс с пометкой «Программа Местное самоуправление, конкурс проектов общественных дебатов» принимаются с 04 октября до 04 ноября 2002 г. по адресу:

Фонд «Сорос-Казахстан»
480091 Алматы,
ул. Фурманова, 117-20.

ЧТО ГОВОРЯТ И ПИШУТ ОБ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ

«Казахфильм» планирует выпустить «Золотую коллекцию отечественного кино»

Национальная компания «Казахфильм» имени Шакена Айманова приступила к проекту «Возвращение зрителям отечественных фильмов».

Желающих приобрести лучшие отечественные фильмы немало. Но до последнего времени на полках с многочисленными зарубежными картинами их не было. «Кыз-Жибек» - первая ласточка. Презентация фильма, впервые в истории казахского кинематографа выпущенного в новом видеоформате, состоялась в Алматы. По словам организаторов, идея принадлежит «Казахфильму», осуществить ее помогли спонсоры. Теперь фильм «Кыз-Жибек» могут приобрести даже в отдаленных районах.

В планах «Казахфильма» - провести неделю казахского кинематографа. Вместе с фильмами прошлых лет будут показаны и совсем новые картины. По словам генерального директора кинокомпании Сергея Азимова, в ближайшее время еще 10 лучших картин будут тоже выпущены на видеокассетах. Они составят «Золотую коллекцию отечественного кино».

По сообщению Агентства «Хабар» от 4 октября 2002 года.

http://www.khabar.kz/index.php3?lang=rus&chapter=1033741626&parent_id=1004525648#1033741626

Бюллетень издается представительством Internews Network Kazakhstan и рассылается по электронной почте.

Проект осуществляется на основе гранта Агентства США по Международному Развитию (USAID).

Опубликованные материалы не всегда отражают точку зрения редакции.

При использовании редакционных материалов ссылка на наш бюллетень обязательна.

Все номера бюллетеня, начиная с N1 (1998) можно найти в интернете на странице Internews-Kazakhstan:

<http://www.internews.kz/rus/bulletin/index.htm>

Представительство Международной организации Internews Network в Казахстане

Директор представительства - Олег КАЦИЕВ.

Заместитель директора - Нуржан МУХАМЕДЖАНОВА.

Адрес: 480091, г. Алматы, ул. Наурызбай батыра, 58.

Тел.: (3272) 50-89-50.

Факс: (3272) 50-89-59.

E-mail: office@internews.kz

<http://www.internews.kz>

Редактор бюллетеня – Светлана ДЫЛЕВСКАЯ svetlana@internews.kz