

«Злое перо»: Как показывает и на что живет телевидение в Кыргызстане и Казахстане

БИШКЕК (АКИpress) – Что говорит, как показывает и на что живет телевидение в Кыргызстане и Казахстане. О хозяевах, рекламе и сериалах – «Злое перо» с Ген. директором ТРК «НТС» Оксаной Малеваной и президентом медиахолдинга «31 канал» Арманжаном Байтасовым (Казахстан).

Автор и ведущая программы – Динара Суймалиева. Саму передачу «Злое перо» можно увидеть сегодня и каждый вторник в 20.10 на канале НТС сразу после выпуска новостей. Печатная версия – в газетах «МСН», «Агым», а также Интернет-версия на сайте АКИpress.

Д.С. В Кыргызстане идет активный передел медиа рынка между внутренними политическими игроками и в меньшей степени между внешними субъектами. Не могли бы вы описать складывающуюся карту медиа собственников. Кто это: бизнесмены, чиновники, члены семей, политики?

О.М. Одними из основных игроков медиа рынка, являются нынешние представители и приближенные тех, кто сегодня находится у власти. Это вполне закономерно, таким образом при помощи средств массовой информации они свою власть защищают. Что немаловажно, и, пожалуй, отличает нынешний медиа рынок от медиа рынка пятилетней давности, то, что молодые политики понимают, что без СМИ занять какую-то нишу в политическом спектре будет очень тяжело. И поэтому они вкладывают средства в медиа.

А.Б. Я сам собственник СМИ, поэтому для меня важны интересы экономические. То, что касается масс медиа в Казахстане – это уже давно стало бизнесом, это уже реальная медиа индустрия. То рекламное поле, которое на сегодняшний день сформировалось в

Казахстане, способно обеспечивать жизнедеятельность огромному количеству масс медиа, которые существуют на рынке. И большинство электронных СМИ – это, не скажу высокодоходный, но доходный бизнес, который приносит реальную прибыль для своих владельцев, для учредителей. Для больших финансово-промышленных групп – это как джентльменский набор – обязательно в структуре должны быть масс медиа. Это статус – если у тебя есть медиа, ты действительно считаешься крупной, солидной организацией на поле Казахстана.

О.М. Мы не Казахстан – у нас совсем другие деньги, совсем другой рекламный рынок. И потом у нас очень актуальна проблема пиратства, как вы знаете. Она во всем, она живет, процветает и почему-то все наши агентства по интеллектуальной собственности смотрят на это сквозь пальцы. Представьте, кабельные каналы мало того, что берут арендную плату с каждого своего подписчика, они еще умудряются вставлять туда рекламу. То есть они зарабатывают на нас с вами дважды. Это тоже неправильно, но этим никто не занимается, это есть. Ну и соответственно, возьмите любого кабельного оператора – пиратских каналов просто уйма. Конечно, это сильно влияет, это убивает и нашу рекламу, и рекламу других телекомпаний.

А.Б. У нас существует много проблем по заполнению эфира, по конкуренции с теми же российскими СМИ, с которыми мы находимся в прямой конкуренции, потому что в кабеле, где находится более 100 телеканалов, конкурировать очень тяжело. По опыту российских телекомпаний, тех же НТВ, ОРТ, РТР, мы видим, что Казахстану сейчас нужно развивать такое направление, как производство своих телесериалов и этим мы будем серьезно заниматься уже с этого года. А в целях повышения конкурентоспособности отечественных масс медиа государство может предпринимать определенные действия для поддержки своих СМИ, чтобы они могли подняться до уровня и конкурировать с зарубежными СМИ. Это делается совершенно разными способами: выделяются гранты от государства, через НПО, могут даваться прямые налоговые преференции, послабления, каникулы, для того,

чтобы телекомпании могли развиваться и подняться до какого-то уровня. У нас в Казахстане это произошло, в России это произошло. В России долгое время электронные средства массовой информации были освобождены от такого серьезного налога, как НДС. То же самое было и в Казахстане – 2,5 года электронные СМИ были освобождены от НДС. И благодаря этому, мы смогли создать сильную экономическую базу, очень хорошую техническую базу. И на сегодняшний день мы выросли до определенных высот, которые нам позволяют создавать интересный качественный продукт, который может конкурировать с российским телевидением. В конце концов, это и для государства выгодно: оно дало нам преференции – мы развились и теперь мы нормальные налогоплательщики и тот же НДС мы платим гораздо больше, чем, если бы мы выплачивали его с маленьких сумм.

Д.С. Насколько редакционная политика регламентируется вашими собственниками?

О.М.Я могу сказать, что нам повезло с собственниками. Нет у нас какой-то цензуры со стороны учредителей. И в принципе, я настолько редко с ними встречаюсь, что меня это вполне устраивает. Такого, чтобы я каждое утро получала звонок с указаниями, что такие-то материалы должны пойти вечером, а вот эти материалы уберите – нет, такого нет.

Д.С. В Бишкеке бытует мнение, что вы не купили «НБТ», а наоборот продали свою вывеску прежнему хозяину Айдару Акаеву и он, таким образом, под вашим именем сумел сохранить свою собственность в медиа сегменте.

А.Б. Мы, разумеется, не являемся никакой защитной вывеской, за которой делаются какие-то шаги. Я еще раз хочу сказать об «НБТ», чтобы не было ощущения, что мы играем. Мы никогда себе не позволим каким-то образом влиять на внутреннюю политику (в Кыргызстане – ред.). Это не задача масс медиа. Для нас масс медиа – это бизнес и информационный сервис. Поэтому нельзя рассматривать нашу медиа группу, которая развивается в Кыргызстане с точки зрения того, что мы хотим на что-то влиять. Законодательство построено таким образом, что напрямую

иностранцы не могут владеть компаниями, поэтому наши учредительные документы спокойно открыты, они видны, мы не делаем никакой тайны из учредительных документов ни в Казахстане, ни в Кыргызстане. По бизнесу мы очень прозрачная контора. И для того, чтобы зарегистрировать собственность в Кыргызстане, нам нужно было пройти определенный путь. Поэтому мы открыли сначала Т0 по казахстанскому, 0с00 – по кыргызскому законодательствам, который является учредителем газеты «Новый Кыргызстан» и оно должно переходить в собственность на «НБТ», т.е. через 0с00, которое зарегистрировано в Кыргызстане.

Д.С. Скандал с Пирамидой, который был, на ваш взгляд, это на самом деле, наезд на свободу слова или все гораздо прозаичней и банальней?

О.М. Я в свое время очень долго работала на «Пирамиде», 10 лет, и именно благодаря «Пирамиде» я начала делать карьеру в области журналистики и попала в парламент. Поэтому я стремилась не комментировать эту ситуацию, и как бы там ни было, это был тот колодец, из которого я долго пила и это было бы не порядочно с моей стороны. Но, что касается ситуации последнего времени, к сожалению, по большому счету, та звездная команда «Пирамиды», которая была, она вся сейчас работает на разных других каналах, в том числе и на «НТС» – 80%, наверное, ребят с «Пирамиды» работают у нас. Сейчас на Пирамиде из тех, с кем работала я, кто действительно делал продукт, делал новости – те новости, которые смотрели, которые помнят, кто делал какие-то программы, фактически никого и не осталось. Поэтому я не думаю, что в последнее время «Пирамида» делала что-то такое, из-за чего мог бы быть наезд на них, как на влиятельное СМИ, которое действительно формирует общественное мнение и является весомым игроком на медиа рынке. Я думаю, что это просто недоработки учредителей, какие-то хозяйственные, юридические моменты. Но никак не наезд на свободу слова. Нет.

Д.С. У вас репутация самой независимой телерадиокомпании в Казахстане. И тем не менее, что вам позволено и не позволено в освещении событий, происходящих в стране?

А.Б. Мы сегодня освещаем практически все. У нас нет такого, чтобы мы получали какие-то внутренние ограничения на освещение событий, которые у нас происходят в Казахстане. Существует, конечно, внутренняя политика, когда мы чувствуем, что информация идет непроверенная или тенденциозная, она может быть закрыта. Когда мы чувствуем, что это может каким-то образом повлечь за собой некие дестабилизирующие факторы для страны, мы тоже можем принять решение не показывать тот или иной материал. Но, как правило, такие случаи бывают очень редко.

Д.С. Т.е. вы хотите сказать, что вы не испытываете никакого давления? Я имею в виду со стороны с властью.

А.Б. Власть мне лично не может сказать: «Делай вот так и все». Решение остается за нами.

Д.С. У вас сегодня отняли техническую возможность вещания в регионах?

О.М. Ну пока не отняли, Динара. Пока не отняли, но все время грозят, что отнимут. Мы заняли такую выжидательную, оборонную позицию. Мы пока громко не высказываемся, ни с кем стараемся не ругаться. Мы вообще очень мирный канал, стараемся быть толерантными. Пока не отняли.

Д.С. И все же, это политическая, техническая, экономическая проблема?

О.М. Ее пытаются преподнести, как техническую, т.е. вероятность того, что у нас отнимут вещание по регионам, обусловлена якобы тем, что необходимо предоставить радиорелейные стволы народному телевидению ЭлТВ. Да я бы с удовольствием отдала ЭлТВ все, что есть, если бы мне кто-нибудь показал: какой продукт они выдают, какую программу? Я считаю, что никакое народное телевидение не может вставать на ноги, за счет своего собрата по рынку, частного телевидения.

Д.С. Т.е. сегодня никаких тендерных условий на этот счет не существует?

О.М. Нет, конечно. Т.е. просто нам говорят, есть монополист – РПО РМТР, и для того, чтобы развить сеть по стране можно работать только с ним. Поскольку РПО РМТР так или иначе государственный орган, соответственно, нам говорят: либо вы дружите с властью, тогда возможно для вас найдется какой-то радиорелейный ствол, либо вы не дружите. Мы можем иметь передатчики, но без РПО РМТР это будет груда металлолома. Во дворе положим, будем рядом сидеть, костры разводить, песни петь, но от этого нас в регионах не увидят. Естественно, единственный выход в этой ситуации – это переход на спутниковое вещание. Потому что тогда, да, мы будем независимы.

Д.С. У вас есть такая проблема, что вас знают очень хорошо в Алмате, но не знают на окраинах?

А.Б. Нет, эту проблему мы решили. Решается это достаточно просто: ставится спутниковое оборудование, покупается сегмент на спутники и идет трансляция на территорию.

Д.С. В случае перехода на спутник, это отразится на контенте или вы так и останетесь на канале ОРТ?

О.М. Отразится, конечно, отразится. Вообще, в идеале я мечтала бы о первом кыргызском независимом канале без сетевого партнера.

Д.С. Т.е. без ретрансляции российских каналов?

О.М. Да, российских или каких-то других. У нас есть все ресурсы и интеллектуальные и технические для того, чтобы мы хотя бы попытались сделать канал полностью кыргызский. Естественно, мы не можем обойтись без фильмовых продуктов, но где основная часть программы будет местного производства. Поэтому мы активно сотрудничаем и с Интерьюс. То есть продакш-студии будут готовить какие-то программы по нашему заказу и это будет заполнять эфир. И вообще есть такая мечта стать местным CNN – кыргызские новости каждые два часа!

Д.С. Кыргызстан в этом году стал таким большим пугалом для казахстанских телезрителей и читателей усилиями казахских СМИ. Была ли разница в подаче и оценке событий, происходящих в

Кыргызстане среди казахских СМИ?

А.Б. Я не увидел особой разницы в подаче тех или иных СМИ тех событий, которые происходили в Кыргызстане. События в Кыргызстане показали все и не только казахстанские СМИ, и россияне, ВВС, CNN. Не показывает же CNN, как идет хлебоуборочная работа в Кыргызстане. Это CNN никогда не покажет, но покажет, как стоят демонстранты, как они борются с милицией, как горит здание.

Д.С. А вас интересуют хлебоуборочные компании в Кыргызстане? Каков спектр ваших новостийных интересов из Кыргызстана?

А.Б. Мы гораздо ближе, чем CNN. Я, конечно, не скажу, что казахстанских телезрителей будет в полной мере интересовать, как идет посевная и сбор урожая в Кыргызстане, но достаточно большую аудиторию реально будет интересовать информация о том, сколько Кыргызстан засеял зерна и сколько собрал. Будет интересовать, сколько стоит у вас бензин и какие нефтеперерабатывающие заводы работают на Кыргызстан, сколько электроэнергии потребляет, сколько отдает, сколько добывает золота, сколько продает шерсти. Эта информация более близкая и понятная. Точно также как и вас, кыргызстанцев, наверное, интересует, сколько стоит квартира в Алматы или Астане. Меня на сегодняшний день интересует сколько стоит квартира в Бишкеке. Мы понимаем, что цены на недвижимость у вас постепенно стали расти – это сигнал к тому, что ситуация стабилизируется. Условно.

О.М. Что в Казахстане, что в России очень много сильных СМИ, которые по-разному преподносили какие-то события, происходившие у нас в стране, но критиковать их или хвалить, я бы не хотела, это и не к чему. Они делают все опять таки, исходя из интересов своих собственников: будь-то государство, будь-то частный собственник. Но надо отдать должное – что плохая, что хорошая информация сделана профессионально. Вот и все. Поэтому этому верить, к сожалению.

Д.С. Очень заметна некая стерильность российских новостей в освещении тех или иных событий в Казахстане, как позитивных, так и негативных. Какова реакция казахской аудитории на это?

А.Б. Я бы не сказал, что есть стерильность. На самом деле, информационная политика НТВ, ОРТ, РТР сейчас видна и мы тоже примерно понимаем, кто чьи интересы представляет, и кто может повлиять на эти масс медиа и ради чего это делается. Поэтому каждая телекомпания уже принимает решение в соответствии со сложившимися реалиями на данный момент в данной стране. Масс медиа России заняли такую позицию.

Д.С. Есть ли сегодня потребность, на ваш взгляд, в едином центральноазиатском информационном пространстве. У нас часто получается, что мы, например, казахские новости узнаем не через казахские СМИ, а через российские, которые гораздо дальше, чисто географически. Если ли сегодня такая потребность?

О.М. Я думаю, что это то, что должно было быть и оно постепенно происходит. Создание единого центральноазиатского информационного пространства – это просто насущный вопрос сегодняшнего дня, конечно, он должен быть. Например, буквально недавно было обращение президента Казахстана Назарбаева, мы его давали в новостях, потому что это интересно, это то, что рядом. Мы разные страны и в чем-то похожи. Нам интересно было узнать, что у них стратегия войти в пятидесятку крупнейших стран мира, а у нас какая стратегия, нам тоже хочется. У них там шесть налогов, а у нас даже не каждый налоговый консультант может вспомнить, какое у нас количество налогов. Я думаю, это то, что должно быть и сейчас один из проектов в рамках НТС – это создание центральноазиатского ток-радио. Мы хотим сделать такое единое радиийное информационное пространство, начать с этого.

А.Б. Я вижу, что телекомпании, масс медиа могут выполнять реально больше функций, нежели просто источник для зарабатывания денег, для бизнеса. Я, во-первых, абсолютно четко верю, что кыргызский рынок перспективный, что медийный

бизнес будет развиваться и через какое-то время (а это обязательно произойдет, если будет стабильность в государстве) масс медиа будет нормальным прибыльным бизнесом в Кыргызстане. Но еще у масс медиа есть уникальное качество – т.к. мы работаем с обществом, телекомпании могут выполнять роль этаких хабов. Действительно, нас интересует, что происходит в Кыргызстане, кыргызстанцев интересует, что происходит в Казахстане – мы очень близко расположены. Мы, когда говорим, понимаем друг друга, мы хотим больше знать друг о друге. Я сторонник того, чтобы телекомпании проводили совместные проекты, у нас в планах на 2006 год сделать совместный музыкальный телевизионный конкурс. Чтобы шел сбор информации и из Кыргызстана, и из Казахстана. Мы сторонники того, чтобы появлялись совместные публицистические проекты, которые бы позволяли обмениваться информацией. Уже сегодня у нас налажен информационный обмен и в выпусках новостной программы «Информбюро», которые также транслируются на телеканале «НБТ», идет достаточно много репортажей из Кыргызстана. Это тоже наша информационная политика и у нас планы, на самом деле, гораздо шире. Мы будем дальше продвигаться и в Узбекистан, и в Таджикистан, и в Туркменистан. Мы хотим, чтобы это был нормальный центрально-азиатский медиахолдинг. Центральная Азия – богатейший регион, здесь в совокупности проживает почти 60 миллионов человек. Огромнейшее информационное поле, огромные возможности по рекламному полю – это уже совсем другой уровень денег, совсем другой уровень доходов. Поэтому мы видим и экономические перспективы, мы видим и то, что масс медиа могут выполнять культурологическую роль хабов, обмена между государствами.

www.akipress.kg