

## ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И ФИНАНСИРОВАНИЕ СМИ В РЕСПУБЛИКЕ МАЛИ

Кейта Кали

*Воронежский государственный университет*

Поступила в редакцию 10 апреля 2017 г.

**Аннотация:** в данной статье анализируются проблемы, связанные с особенностями законодательного регулирования СМИ Мали, в частности, в сфере их финансирования. В статье показано, что в республике Мали сохраняются сложности с законами о работе журналистов. Сделан вывод о замедлении прогресса в развитии СМИ из-за недостаточного финансирования государственных изданий.

**Ключевые слова:** законы о СМИ, финансирование, государственные СМИ, реклама, цензура.

**Abstract:** the article deals with legal regulations of mass media in Mali. Laws on media financing are scrutinized. It is proposed that legislation restraints remain the deterrent for journalists. The conclusion is drawn about insufficient financing as a brake for media development.

**Key words:** political communication, mass media, party, Mali, journalist, politicians.

### ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО О СМИ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ БОРЬБА В СТРАНЕ

Журналисты во всех странах считаются наиболее активной частью населения во время выборов. Их деятельность имеет не только информационный, но и организационный характер. Освещая ход избирательных кампаний, они в то же время помогают избирателям сделать правильный выбор, определиться с платформой и программами партий [1; 3]. Африканские страны после получения независимости старались сделать массмедиа орудием демократии, инструментом модернизации и прогресса. В законах, в частности законодательных документах о СМИ, прописаны многие верные положения, регулирующие и электоральный процесс, и работу СМИ. Но политическая жизнь в большинстве случаев не подтвердила декларации о независимости журналистики как профессии, поэтому борьба за выполнение правильных законов является магистралью журналистской и общественной деятельности на современном этапе [3, с. 34].

Республика Мали до недавнего времени считалась одним из лучших примеров для африканского континента с точки зрения свободы выражения мнений и демократического плюрализма. Этот статус республика Мали должна была заслужить еще и из-за распространения СМИ и разнообразия медийного ландшафта. Динамизм средств массовой информации и свобода слова в стране сделали ее одной из ориентиров континента, а создание революционной законодательной и нормативно-правовой базы способствовало развитию СМИ с учетом

выводов первого дня национального Сопровожения по вопросам управления информацией и коммуникацией в декабре 1991 года. Правовая база коммуникационной политики закрепились в конце второго дня Сопровожения о СМИ в 1991 г. и позже в 1996 году, когда создавались условия для улучшения и развития средств массовой информации в государстве. Несмотря на эффективность медийной политики в осуществлении свободы выражения мнений всех граждан сегодня все равно существуют проблемы. Ситуация кризиса, стоящего перед страной с 2012 года, стала поводом для властей и различных групп давления в плане безопасности, для создания законов, созданных для того, чтобы ограничить свободу выражения мнений. Согласно рейтингу организации «Репортеры без границ» Республика Мали в эти годы пережила серьезный удар по свободе прессы. Таким образом, с 2011 по 2016 год Мали сместилась с 25-го (2011 год) на 118-е место (2016 год) во всем мире [4, 33]. Законодательство о финансировании СМИ является способом косвенной цензуры, а дефицит финансирования укрепляет самоцензуру в редакциях.

В качестве государственных СМИ мы можем привести в пример Телерадиовещательную службу Республики Мали (ORTM), которая включает в себя два радиоканала (Национальное радио и Канал 2, который покрывает только город Бамако и близлежащие округа), два телевизионных канала (Национальное телевидение и Второй канал ТМ2). Существует также Агентство прессы и Рекламы Мали (AMAP), которое печатает национальную ежедневную газету «L'ESSOR» и Национальное агентство по коммуникациям и развитию (ANCD). Аудиовизуальный сектор

обычно охватывает каналы, которые относятся к радио и телевидению. Механизм урегулирования аудиовизуального сектора, который будет рассмотрен ниже, касается и печатной прессы, и радиовещания, и телевидения. Общественное вещание регулируется в Мали законами и постановлениями о создании государственных органов: ORTM, AMAP, ANCD. Что же касается частного вещания, то оно регулируется четырьмя документами [3, с. 34]:

— Постановление № 92-037 / P-CTSP от 14 мая 1992 года, разрешающее создание частных вещательных служб.

— Постановление № 92-156 / PM-RM от 14 мая 1992 года, определяющее условия и порядок получения, приостановления действий или изъятия разрешения создания частных вещательных служб.

— Межведомственный Приказ № 94-7166 / MCC-MATS от 16 июня 1994 года, фиксирующий технические требования аудиовизуальной коммуникации частных служб.

— Приказ № 95/0331 / MFC-CAB от 16 февраля 1995 года, фиксирующий налоги за частные услуги вещания [5, с. 44].

Два органа отвечают за регулирование СМИ в Республике Мали: частное вещание входит в компетенцию Высшего совета коммуникации (CSC), который был создан в 1992 году, а также есть Комитет по обеспечению равного доступа к государственным СМИ (CNEAME). CSC консультирует по вопросам гарантии свободы коммуникаций и условий работы коммуникаций, а также все министерские проекты национального значения, влияющие на сектор коммуникаций, в частности для определения малийского варианта в международных переговорах по деятельности, связанной с радиовещанием, работой телевидения и печатных средств массовой информации. CSC определяет всю ограничительную практику свободной конкуренции или оказывает содействие в монополизации отрасли связи и коммуникаций, о распределении и выводе частот для радио— и телевизионных станций. Это обеспечивает соблюдение ими их специфики. Наконец, он инициирует исследования, предлагает планы помощи средствам массовой информации.

Операционные расходы Комитета по обеспечению равного доступа к государственным СМИ (CNEAME) и Высшего Совета коммуникации (CSC) обеспечиваются за счет Государственного бюджета и Высшего совета коммуникации, не пользующихся финансовой и бухгалтерской автономией. Высший совет коммуникаций не участвует в подготовке своего собственного бюджета, несмотря на ясность закона. В статье 2 говорится: «Высший Совет коммуникаций принимает свою программу деятельности; рассматривает и решает вопросы исследования, а также документы, которые он инициирует или которые ему переданы. Также он представляет свой

бюджет государству (правительству) на утверждение». Это экономическое вмешательство противоречит статье 7 Декларации о свободе выражения мнений.

Высший совет коммуникаций (CSC) отчитывается перед министром связи и новых технологий с докладом. Его постоянный секретарь, который не является членом Совета, назначается постановлением Совета министров по представлению министра связи и новых технологий. Комитет по обеспечению равного доступа к государственным СМИ (CNEAME), который руководствуется институтами Республики, также имеет постоянного секретаря, назначаемого Президентом Республики.

Для урегулирования частного сектора, Высший Совет коммуникаций взаимодействует со структурами, участвующими в урегулировании аудиовизуальных услуг: это комитет по управлению использованием частот, предназначенных для частных услуг радио и телевизионного вещания, основанный в соответствии с решением № 96 14 сентября 1991 года. Его миссия заключается в создании условий для распределения спектра, контроль правильного использования частот, передача Международному комитету регистрации частот для их отнесения к соответствующим станциям и предложение министерству надзора выдачи или отмены лицензий. Министр коммуникаций руководствуется комитетом, секретариат которого обеспечивается Офис радиовещания и телевидения Мали (ORTM). Членами данного компонента являются: Малийская телекоммуникационная компания (SOTELMA), Офис радиовещания и телевидения Мали (ORTM), Служба связи вооруженных сил, Департамент полиции, Гражданская авиация и Управление Внутренних Дел.

## ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ СМИ

### 1. Государственное финансирование

С точки зрения источников финансирования, плата, которая используется для общественного вещания в соседних странах, не существует в Мали. Государство не выполнило свое обязательство, принятое в ходе утверждения спецификаций, определяющих обязанности ORTM и государства в рамках выполнения миссии государственной службы радио и телевидения. Действительно, государством было обещано, что в дополнении к ежегодной субсидии нужно будет установить плату, чтобы позволить ORTM обеспечить стабильную работу с нормальным циклом.

В отсутствие платы за телевидение, финансирование малийского государства для программ ORTM остается ограниченным. С момента подписания спецификации мы больше не говорим об аудиовизуальной плате или налоговой, таможенной льготе. ORTM просил Правительство проиндексировать счета за электроэнергию, но инициатива не удалась,

но Мэрия города Бамако и SOTELMA (Телекоммуникационная компания Мали) получили эти льготы. Было также предложение индексации на горючее (топливо), но высокие цены на нефть, инфляция и социальные волнения не позволили осуществить этот вариант. Наконец, захотели проиндексировать импорт IT-продуктов (телевизоры), но это снова не увенчалось успехом в той степени, потому что импорт не контролируется. ORTM имеет миссию государственной службы, но все расходы не могут быть полностью обеспечены субсидиями. Государство не поддерживает инициативу платы за использование ТВ и РВ услуг, несмотря на рекомендации Национального собрания, на своей сессии в октябре 2000 года. Установление платы за использование ТВ и РВ услуг позволяет ORTM иметь большие ресурсы, чтобы лучше справиться с его миссией государственной службы. Поэтому происходит нехватка ресурсов на всех уровнях, в то время как инвестиционные и эксплуатационные потребности огромны.

В целом в бюджете государственных средств массовой информации наблюдается значительный прирост. Это заметно на примере ORTM: 8,72 % в 2012 году, 14,96 % в 2013 году, 7,20 % в 2014 году. Хорошо, что бюджет АМАР вырос пять лет подряд, 9,40 % в 2013 году, 5,25 % в 2012 году, 1,29 % за 2014 год, этот рост не является постоянным. Правительство не вмешивается непосредственно в списание долга, но оно платит за определенные фактуры, которые являются важной частью бюджета. Например, государство оплатило 22,435,754 франков КФА за просроченные счета за воду и электричество в 2013 году в дополнении к 2014 году. В этом же году субсидиями были оплачены задолженности по связи телефонных компаний *Malitel* и *Orange*. Субсидии не уточняют, что общественные СМИ «финансируются» для создания программ в области образования, здравоохранения, гражданского образования или других. Действительно, соглашение, достигнутое в ходе подготовки спецификаций, еще остается в силе. Государство, будучи основным источником финансирования, требует даже на уровне технического управления. Если верить директору по программированию ORTM «эта ситуация влияет на характер программирования, но не на редакционные стратегии» [6, с. 32]. Действительно, каждый министр хочет, чтобы оперативно освещали его деятельность на телевидение в тот же день, в результате чего возникает давление со стороны правительства на службу программирования, министерское давление на журналистов, ответственных за коммуникации данного министерства, и недопонимания между журналистами. Таким образом, редакционная независимость находится под вопросом.

## 2. Финансирование за счет рекламы

Реклама на радио и телевидении является важной частью в генерации доходов государственных

СМИ. В 2014 году реклама составила 40,16 % собственных доходов ORTM. Рекламные доходы состоят из традиционной рекламы, которая занимает 48 % и спонсорство (52 %). Реклама отличается от сообщений, коммюнике и различных услуг. В регионах реклама занимает 12,9 % от выручки. Помимо Сегу, который является вторым по величине городом в Мали, где реклама и занимает третью часть ресурсов, полученных на местном уровне, другие регионы характеризуются низкими доходами от рекламы по сравнению с бюджетом: Сикассо 3,3 %, Мопти 4,6 % и Кайс 5,3 %.

На рекламном рынке доминирует Малийское агентство печати и рекламы (АМАР), которое помимо своих задач выполняет законодательства, регулирующие рекламу в Мали и участие в создании всех структур для развития рекламы в Мали. ORTM получает 70 % своего рекламного рынка, а 30 % остается с АМАР, которое обеспечивает управление рекламы ORTM. Тем не менее, ORTM имеет возможность проводить рекламные соглашения через отдел маркетинга в обход АМАР: футбольный матч, конкретные события, поэтому деньги идут непосредственно к ORTM. Малийское законодательство требует от общественных административных предприятий (ЕРА) того, чтобы иметь сбалансированный бюджет в доходах и расходах, но государственные СМИ не обязаны иметь прибыль. В течение последних пяти лет наблюдается тенденция роста расходов во всех государственных вещательных компаниях.

**Выводы.** В настоящее время мы видим тенденцию в средствах массовой информации, ведущую к концентрации, чтобы медиа-компании были жизнеспособными и независимыми. В качестве примеров можно привести *Jamana*, *TDM*, *KAYIRA*, *Klédu*. Малийские СМИ, конечно, «повзрослели» и профессионально, но многие недостатки остаются. Создание НАС (Высший орган коммуникаций) как единого органа надзора над СМИ вместо двух или более позволит государству экономить средства и облегчить жизни СМИ, т. к. для решения всех проблем теперь у них только один собеседник. Гражданское общество, которое представлено в экономическом, социальном и культурном советах при правительстве, влияет на финансовую политику слабо. Законы и нормативные акты определяют чаще всего расходование государственных средств на поддержку официальной массовой информации в Мали. Вопросы свободы слова регулируются в недостаточной мере.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Аверькова И. В. Адаптация стран Африки к процессам финансовой глобализации : автореф. дис. ... канд. соц. наук / И. В. Аверькова. — Москва, 2005.
2. Бисвас А. Африка : стремление к восстановлению в XXI веке / А. Бисвас // Азия и Африка сегодня, 2004. —

№ 1. — С. 50–57.

3. Хорольский В. В. Медийность текстов в средствах массовой коммуникации / В. В. Хорольский. — Воронеж, 2016.

4. Baromètre des médias africains. Friedrich-Ebert-Stiftung, Bamako, Mali 2016.

5. Atlas du Monde Global / P. Boniface, H. Vedrine. — Paris, 2008.

6. Diarra M. La production cinématographique et télévisuelle au Mali : Outils de promotion, canaux de distribution et fonds de financement du Mali / mémoire de fin de cycle de master II l'Université de Bologne, Italie, 2015.

*Воронежский государственный университет  
Кейта Кали, аспирант кафедры истории журналистики и литературы  
E-mail: beaugars10@gmail.com*

*Voronezh State University  
Keita Kali, Postgraduate Student of the History of Journalism and Literature Department  
E-mail: beaugars10@gmail.com*