

ОТЧЕТ

**по исследованию проблем
внедрения Закона «О телевидении и радиовещании»
в Кыргызской Республике**

По заказу
Представительства
INTERNEWS NETWORK
в Кыргызской Республике
при содействии
Института Медиа
Представителя

**Бишкек
Сентябрь 2009**

Оглавление

1. Методология исследования.....	3
1.1. Введение.....	3
1.2. Цели и задачи исследования	3
1.3. Методы исследования	4
1.4. Сбор и обработка данных.....	5
1.5. Сложности опроса	5
2. Структура вещания.....	7
3. Осведомленность и готовность к Закону о ТРВ.....	14
4. Готовность к переходу на вещание 50% эфирного времени на кыргызском языке.....	26
5. Готовность к заполнению 50% эфирного времени программами собственного производства.	31
6. Готовность к заполнению 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом.....	37
7. Заключение.....	42

1. Методология исследования

1.1. Введение

В июне 2008 года был принят Закон «О телевидении и радиовещании» (ТРВ). Согласно требованиям закона, вещатели должны обеспечить:

- переход на производство 50% контента на кыргызском языке,
- переход на производство 50% собственного контента,
- переход на производство 60% национального аудио-визуального контента.

Если в стратегической перспективе данные требования и окажут благотворное влияние на качество вещания и контента, то в краткосрочной перспективе возможны определенные риски, связанные с трудностями перехода на новый формат вещания. Для реализации данных требований ТВ-вещателям необходимо агрегировать ресурсы на техническое обновление и увеличивать собственное производство контента, в том числе на государственном языке. Как все это отразится на потребителе? Не получит ли общество в результате продукт более низкого качества, и что нужно сделать для того, чтобы данный переход оказался менее болезненным для производителей, вещателей и, самое главное, потребителей?

1.2. Цели и задачи исследования

Цели исследования:

1.1.1. Определение потребностей вещателей (менеджеров и владельцев) телерадиокомпаний, продакшн студии, каналов кабельного ТВ в связи с изменением закона о ТРВ.

1.1.2. Выявление рисков, связанных с внедрением новых требований закона о ТРВ, способных повлиять на качество ТВ-контента, предоставляемого телезрителям.

Основные задачи исследования

1.2.1. Определение уровня информированности производителей и вещателей об изменениях в законе о ТРВ и его последствиях для производителей и вещателей.

1.2.2. Выявление потребностей производителей и вещателей, связанных с переходом на новый формат вещания, в т.ч.:

- потребности в дополнительной информации о цифровом вещании и пр.,
- потребности в обновлении вещательного оборудования (передатчики, мультиплексы) и пр.,
- потребности в повышении квалификации персонала и пр.
- развитие продакш студий и другие потребности.

1.2.3. Выявления уровня готовности и планов производителей и вещателей следовать данным изменениям. Определение их собственной оценки перспектив развития их бизнеса в связи с данными изменениями.

1.2.4. Определение сроков, необходимых (по мнению вещателей) для перехода на новый формат вещания.

1.2.5. Выявление того, каким образом вещатели планируют заполнять эфирное время в связи с новым законом о ТВ. Какого рода контент будет производиться (не произойдет ли ухудшение качества контента).

1.2.6. Определение мнений производителей и вещателей относительно размера финансовых средств, требуемых для перехода на новый формат вещания.

1.2.7. Выявление того, какие проблемы и риски видят производители и вещатели в связи с изменениями формата вещания, каким образом они планируют их преодолеть.

1.3. Методы исследования

Объектами (целевыми группами) исследования выступили вещатели – ТВ каналы и радиостанции общереспубликанского и регионального вещания (частные и государственные), находящиеся на территории КР, исключая кабельные каналы. Общая выборка исследования выглядела следующим образом:

	ТВ	Радио	Всего
Бишкек	8	18	26
Чуй	-	2	2
Талас	1	2	3
Иссык-Куль	3	1	4
Нарын	3	1	4
Ош	7	1	8
Баткен	2	1	3
Жалалабат	2	-	2
Всего	26	26	52

География исследования: Кыргызская Республика.

Предмет исследования – знания, оценки, мнения и установки целевых групп в контексте задач исследования.

Для изучения ситуации в контексте приведенных задач был использован количественный метод исследования – личностный опрос. Выбор метода исследования был обусловлен уровнем сложности инструментария (вопросник для структурированного интервью с большим количеством открытых вопросов). В ходе полевых работ были проведены индивидуальные интервью (face to face interview) с руководителями 52 организаций из целевой группы (теле – радио- вещателей и производителей).

Для данного исследования специалистами RBC Group совместно с экспертами Представительства Интерньюс в Кыргызской Республике был разработан специальный вопросник.

Контролю было подвержено 20% анкет.

1.4. Сбор и обработка данных

В проведении полевых работ принимали участие опытные интервьюеры и организаторы полевых работ (супервайзеры), имеющие опыт работы интервьюером не менее 2-х лет, а также свободно владеющие русским и кыргызским языками. Всего в опросе было задействовано 5 интервьюеров.

Данные, собранные в ходе исследования, были обработаны с помощью специализированной программы для обработки статистической информации "SPSS for Windows" 16.0.

1.5. Сложности опроса

Опрос руководителей телерадиовещательных компаний проводился с 19 по 27 августа 2009 года. Из составленного списка (56 ТРВК) было опрошено 50 представителей каждого ТРВК. Шесть представителей ТРВК не были опрошены по следующим причинам:

- 1) Радио Макс по указанному адресу и указанным телефонам нет, интервьюеру сообщили, что радио не работает в настоящее время.
- 2) Информация о деятельности телекомпании Пирамида в Кара-Балте включена в анкету ТРК «Пирамида», заполненную президентом ТРК.
- 3) Директор радиостанции «Максимум» (Бишкек) заявил, что радиостанция не работает в настоящее время, и т.к. он – новое лицо, то информацией не владеет абсолютно.
- 4) Жалалабат ТВ/Р Гулистан не удалось найти

По структуре ТРВК 25 компаний были ТВ и 27 – радио. Больше всего ТРВК было опрошено в Бишкеке – 26 каналов и менее всего на юге – 13 (из них большая часть – это ТВ-каналы).

	ТВ	Радио	Всего
Бишкек	8	18	26
Север	7	6	13
Юг	11	2	13
Всего	26	26	52

В связи с тем, что опрос проводился в сроки с 18-28 августа, многие из числа опрошенных находились в отпусках, в том числе за пределами Кыргызстана. Таким образом было затруднено получение информации: (1) касающееся стратегии компании (отвечает руководитель) и (2) структура контента (отвечает главный редактор).

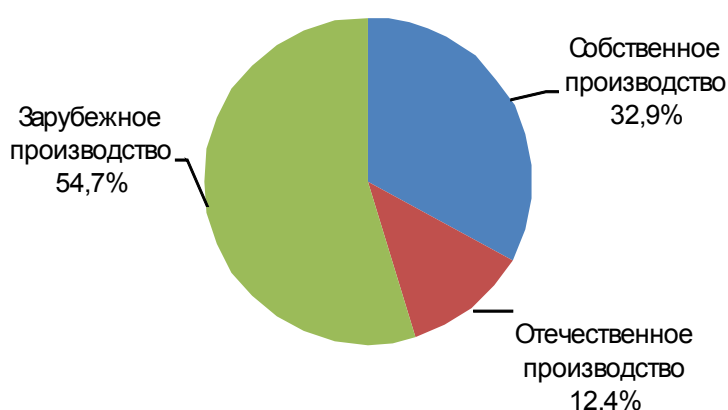
Респонденты воспринимали просьбу о заполнении анкеты в целом доброжелательно, но ссылались на очень большую занятость и плотный график, отсутствие свободного времени, отпуск, что в свою очередь занимало много времени для того, чтобы назначить время для встречи и проведения интервью.

В ходе интервью многие из опрошенных отметили, что закон КР о ТВ не учитывает настоящее положение дел, т.к. в стране нет достаточного количества качественного контента и продакшн-студий. Также было отмечено, что есть проблемы с утвержденной терминологией на кыргызском языке. Многим не ясно положение закона по 50% заполнению эфира программами на кыргызском языке на станциях, ретранслирующих иностранные каналы и ограниченных договорами с данными каналами.

2. Структура вещания

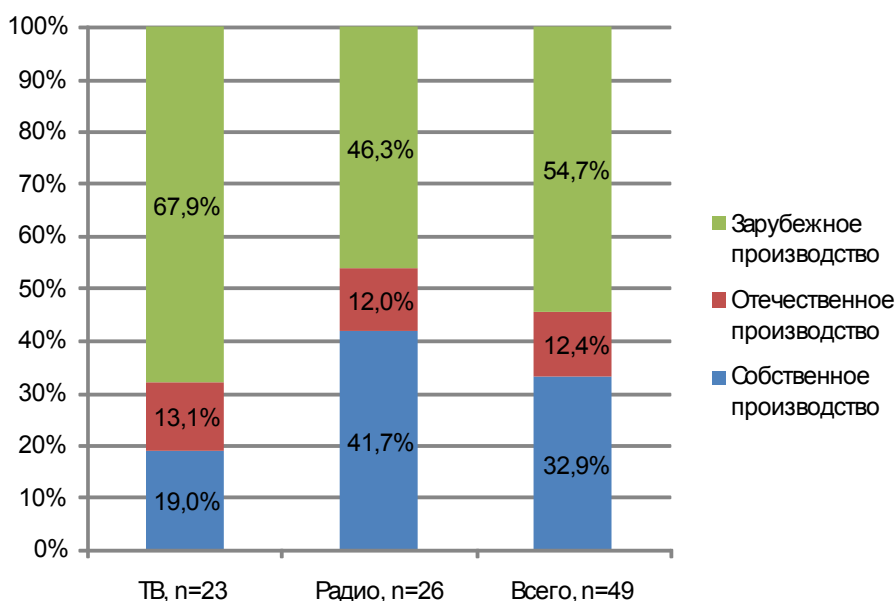
Согласно оценкам респондентов среднее количество часов вещания ТРВК в неделю составляет 133,4 часов, или 19,1 часов в сутки (ТВ-каналы – 15,6 часов, радио – 22,1 часа). Из этих часов более половины приходится на зарубежное вещание (в основном ретрансляция российских медиакомпаний):

Диаграмма 1. Структура вещания ТРВК по оценке респондентов



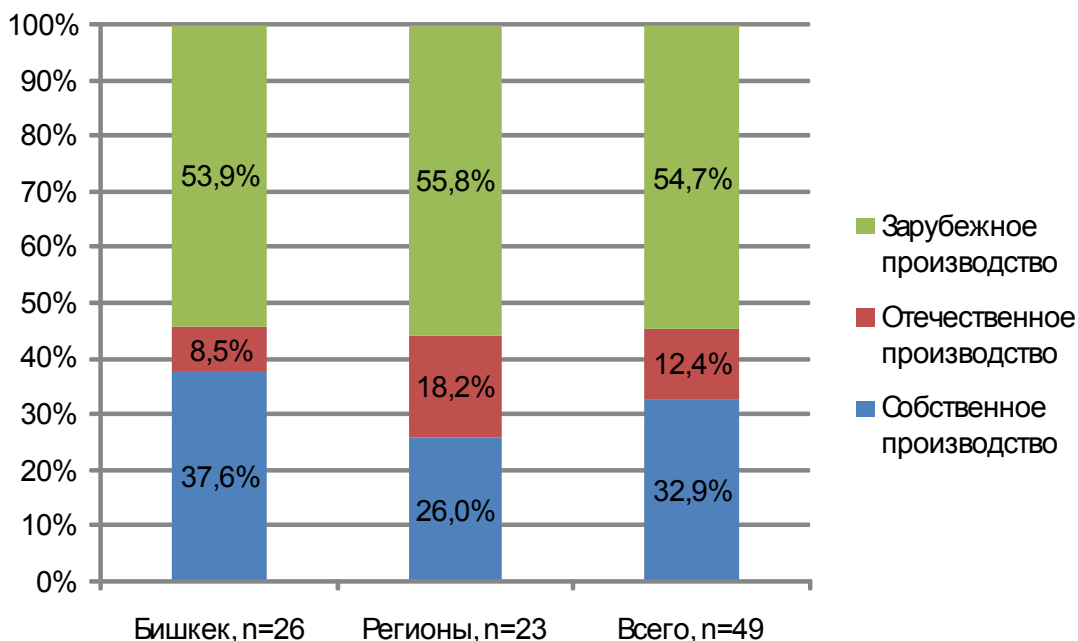
По оценкам медийщиков на ТВ-каналах зарубежное вещание составляет около 68%, на радио – 46%. Также на радио программ собственного производства больше, чем на ТВ (42% против 19% соответственно):

Диаграмма 2. Структура вещания ТРВК по оценке респондентов, в разрезе типа ТРВК



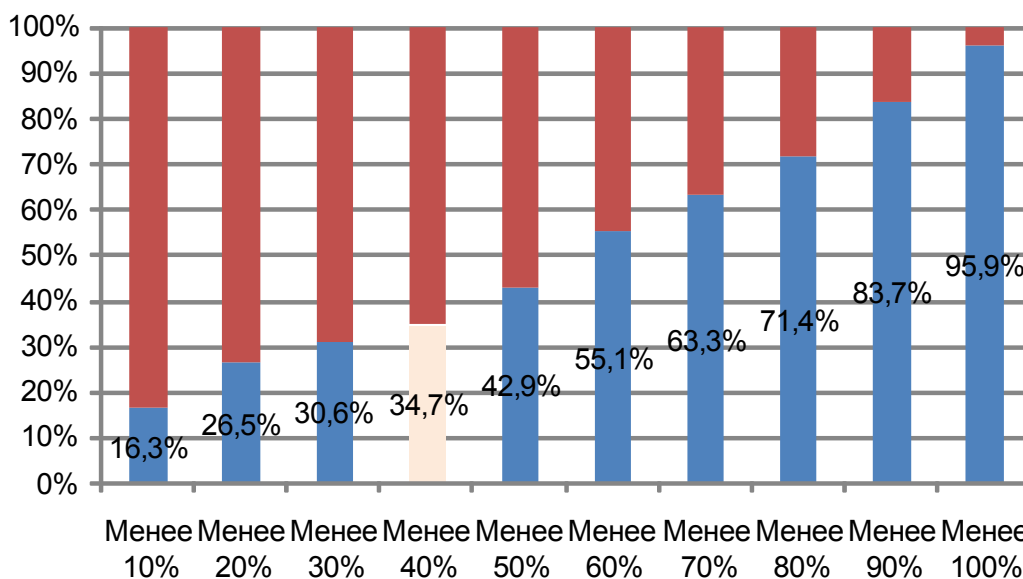
Также, судя по ответам опрошенных представителей ТРВК, программ отечественного производства больше в регионах (18% против 9% в г. Бишкек):

Диаграмма 3. Структура вещания ТРВК по оценке респондентов, в разрезе региона



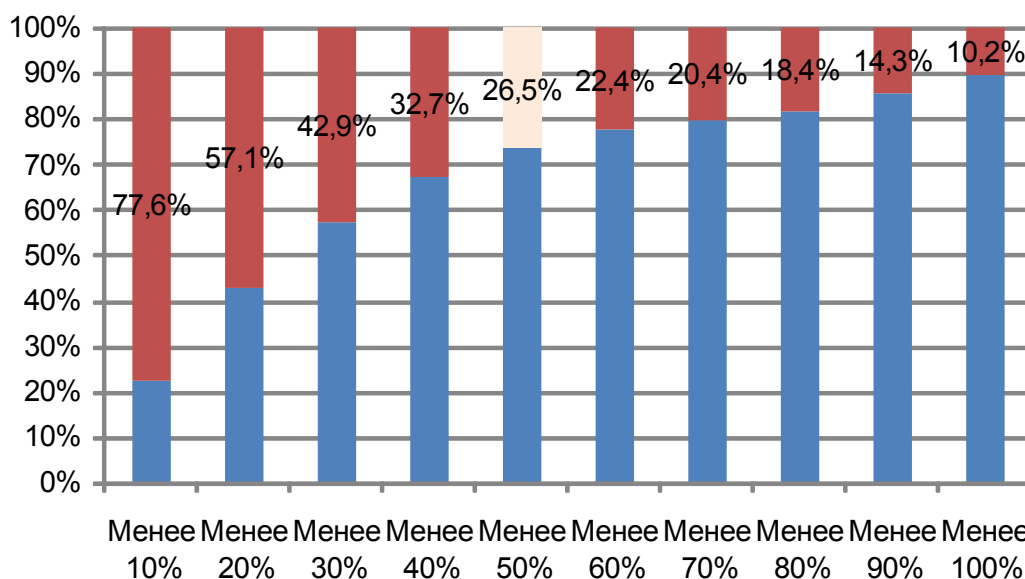
Согласно оценкам респондентов, только около трети ТРВК – 35% - на данный момент соответствуют требованию Закона о ТРВ по зарубежному контенту:

Диаграмма 4. Доля зарубежного контента, n=50



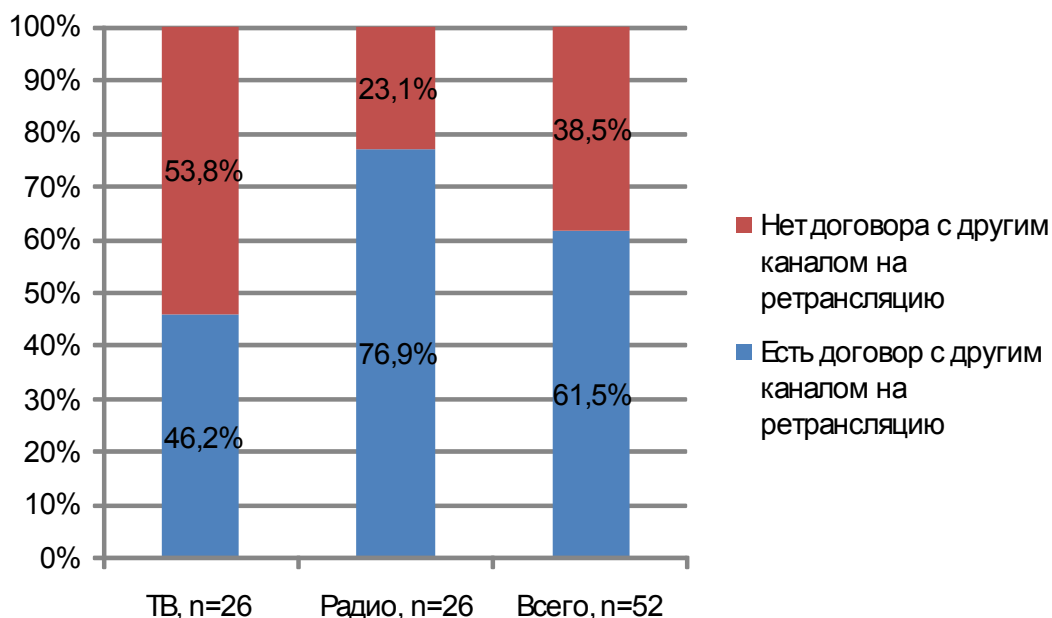
И только 26,5% представителей ТРВК считают, что на данный момент соответствуют или близки к требованию Закона о ТРВ по собственному контенту:

Диаграмма 5. Доля собственного контента, n=50



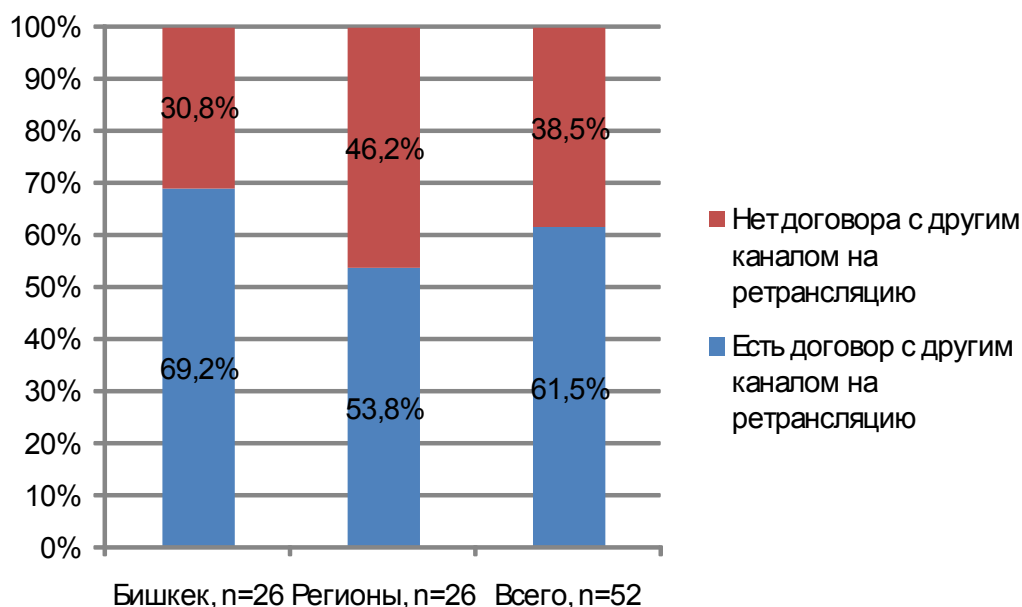
Более чем у половины опрошенных ТРВК есть договоры с другими каналами на ретрансляцию (62%). У радиоканалов таких – 77%, у ТВ – 46%:

Диаграмма 6. Наличие договоров с другими каналами на ретрансляцию, в разрезе типа ТРВК



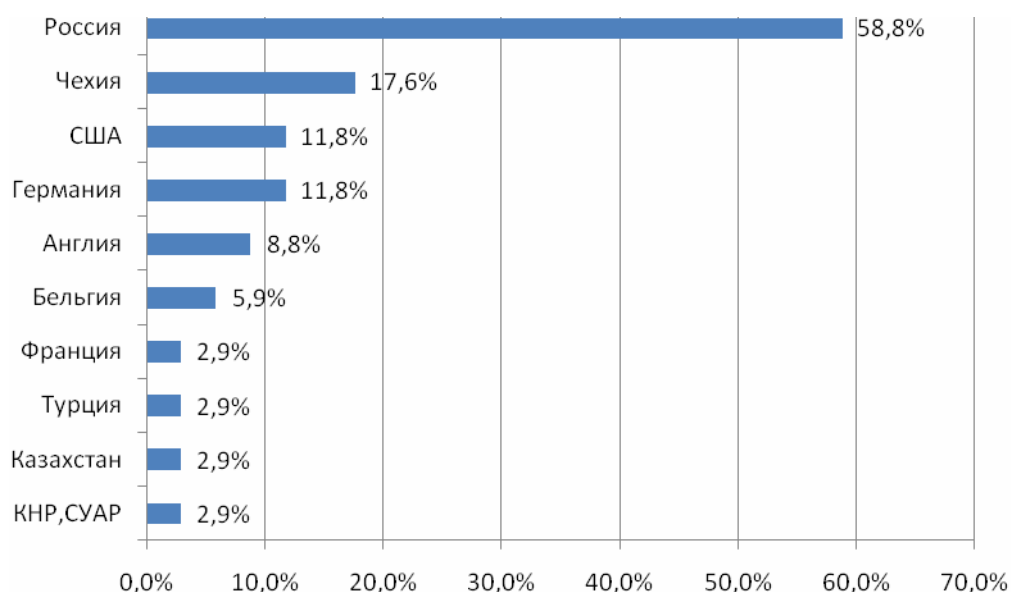
На наличие договоров с другими каналами на ретрансляцию чаще отмечали бишкекские ТРВК (69%), в регионах – 54%:

Диаграмма 7. Наличие договоров с другими каналами на ретрансляцию, в разрезе региона



Зарубежное производство в основном относится к России (около 60% эфира):

Диаграмма 8. Структура зарубежного вещания ТРВК по оценке респондентов



Российские каналы чаще транслируют по ТВ (79% против 45% на радио). Программы из Чехии называли только респонденты радиоканалов (транслирование радио «Азаттык»):

Таблица 1. Структура зарубежного вещания ТРВК по оценке респондентов, в разрезе типа ТРВК (%)

	ТВ	Радио	Всего
Россия	78,6	45,0	58,8
Чехия	-	30,0	17,6
Германия	7,1	15,0	11,8
США	14,3	10,0	11,8
Англия	-	15,0	8,8
Бельгия	14,3	-	5,9
КНР, СУАР	-	5,0	2,9
Казахстан	7,1	-	2,9
Турция	-	5,0	2,9
Франция	-	5,0	2,9
n=	14	20	34

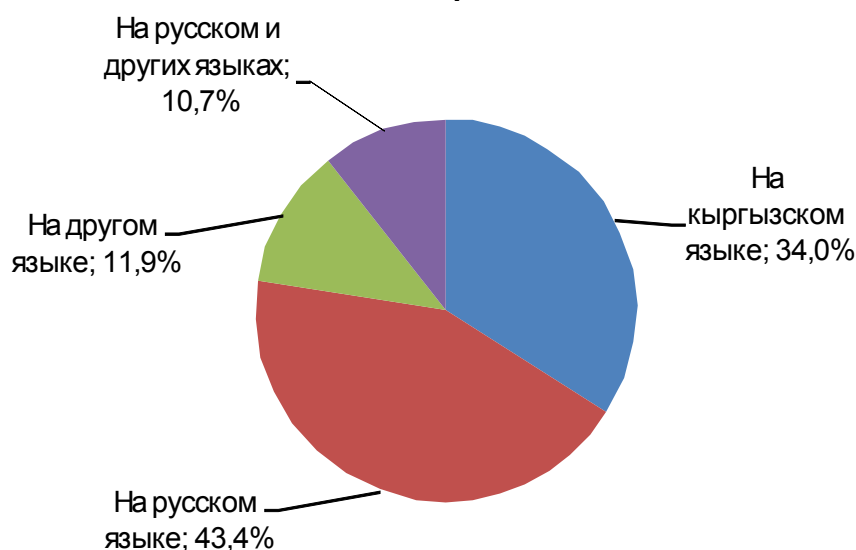
Большая часть бишкекских медиаканалов, имеющих в сетке вещания программы зарубежного производства, отметили Россию в качестве страны производства:

Таблица 2. Структура зарубежного вещания ТРВК по оценке респондентов, в разрезе региона (%)

	Бишкек	Регионы	Всего
Россия	68,4	46,7	58,8
Чехия	5,3	33,3	17,6
Германия	5,3	20,0	11,8
США	5,3	20,0	11,8
Англия	15,8	-	8,8
Бельгия	-	13,3	5,9
КНР,СУАР	5,3	-	2,9
Казахстан	-	6,7	2,9
Турция	5,3	-	2,9
Франция	5,3	-	2,9
n=	19	15	34

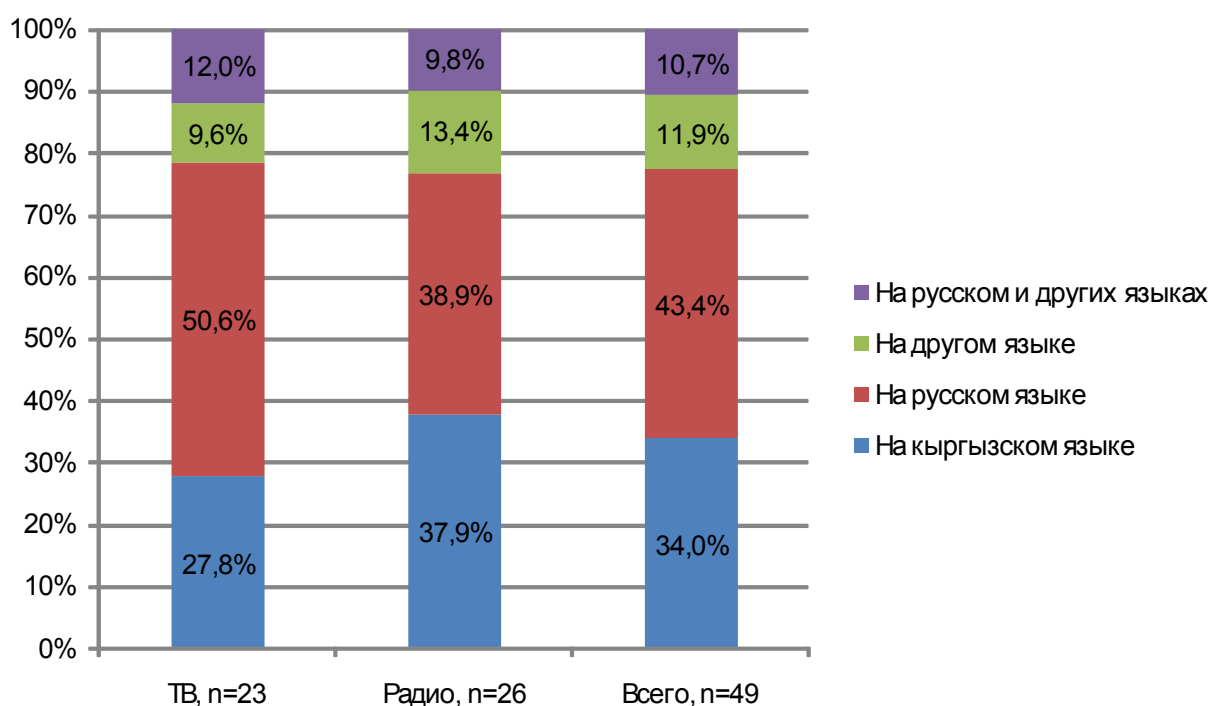
В соответствии со структурой вещания около половины эфира проходит на русском языке¹:

Диаграмма 9. Структура языкового вещания ТРВК по оценке респондентов



Трансляция программ на русском языке чаще встречается на ТВ (51% против 39% у радио):

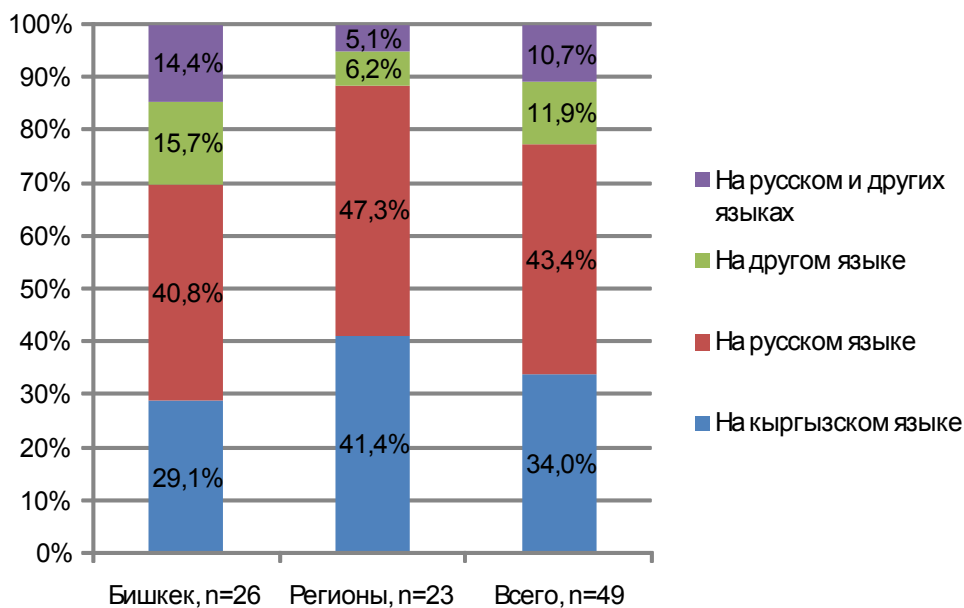
Диаграмма 10. Структура языкового вещания ТРВК по оценке респондентов, в разрезе типа ТРВК



¹ Ответ «на русском и других языках» включен в соответствии с тем, что некоторые респонденты затруднялись определить количество часов отдельно и называли общее количество.

Как и следовало ожидать, в регионах довольно большая часть эфира ведется на кыргызском языке (41% против 29% в г. Бишкек):

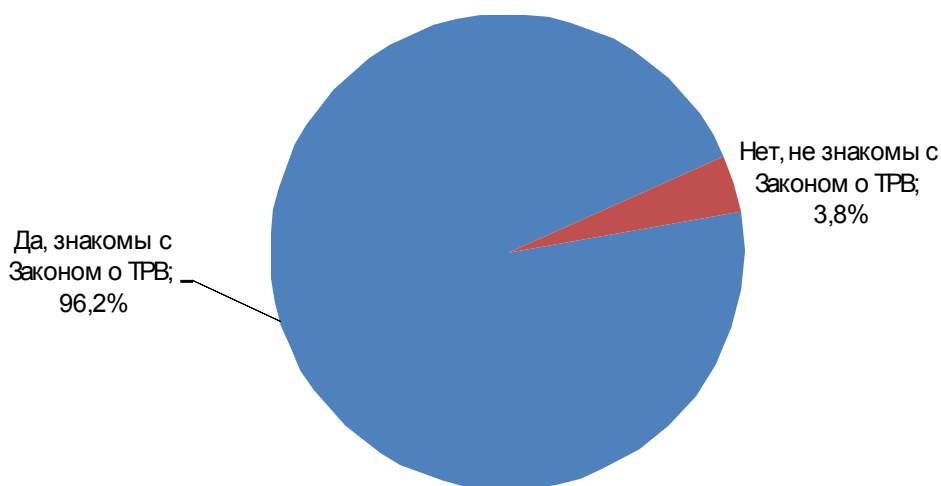
Диаграмма 11. Структура языкового вещания ТРВК по оценке респондентов, в разрезе региона



3. Осведомленность и готовность к Закону о ТРВ

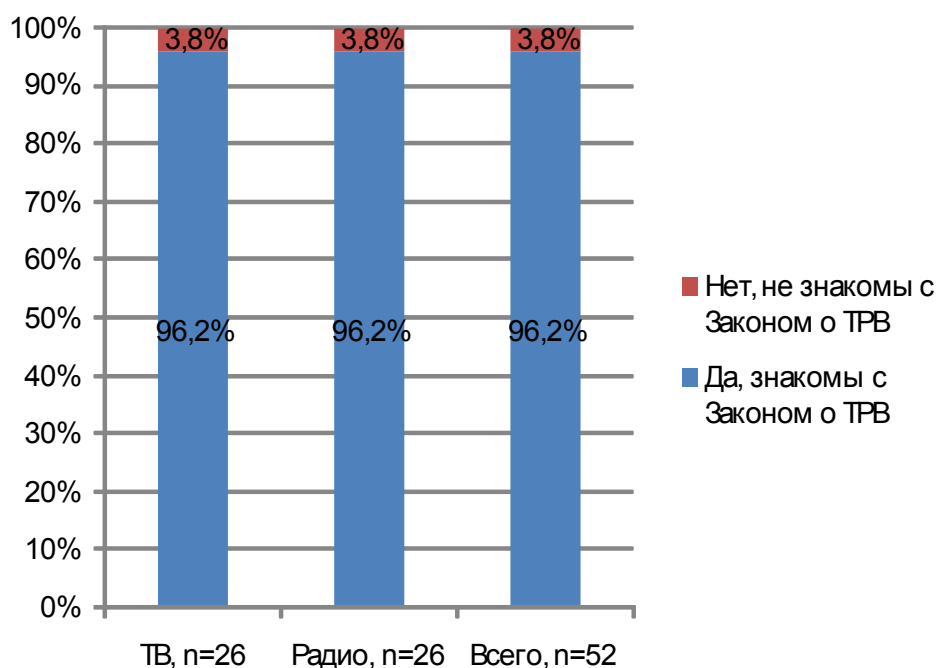
96% респондентов отметили, что знают о Законе о ТРВ и его положениях, при этом особых различий в осведомленности между радио и ТВ нет:

Диаграмма 12. Осведомленность о Законе о ТРВ и его положениях



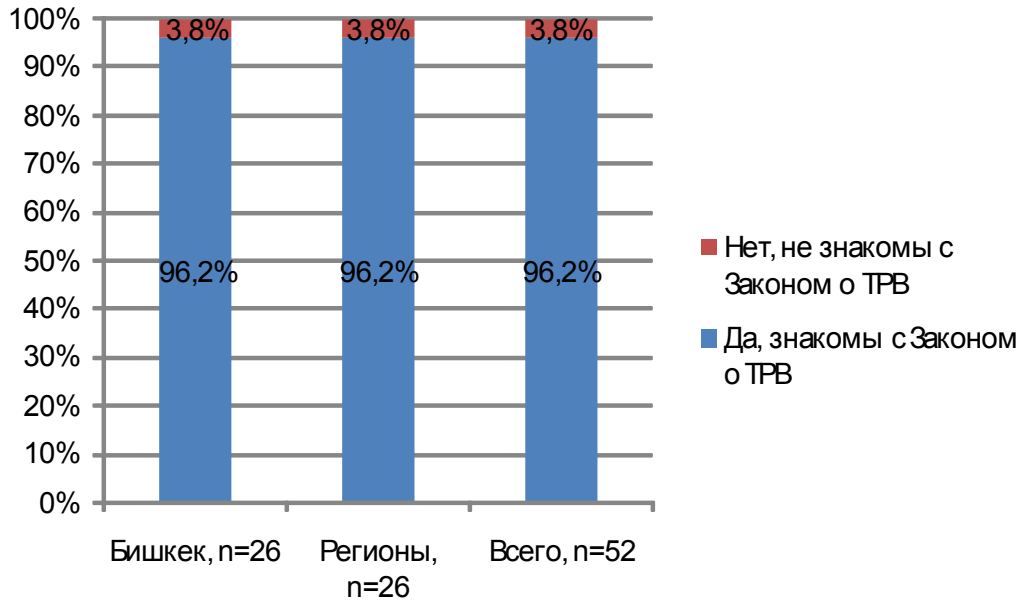
Практических отличий в осведомленности о Законе о ТРВ в разрезе типа ТРВК нет:

Диаграмма 13. Осведомленность о Законе о ТРВ и его положениях, в разрезе типа ТРВК



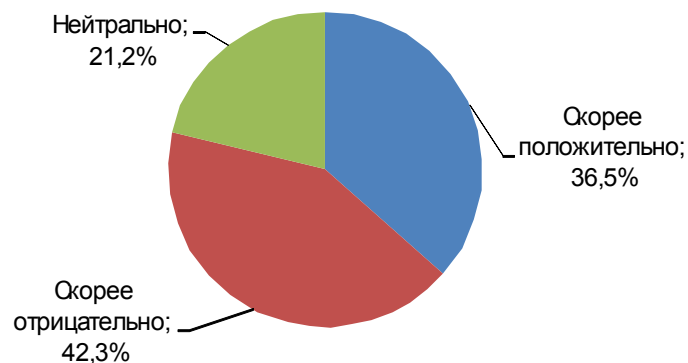
Также нет различий в ответах на этот вопрос и в разрезе региона:

Диаграмма 14. Осведомленность о Законе о ТРВ и его положениях, в разрезе региона



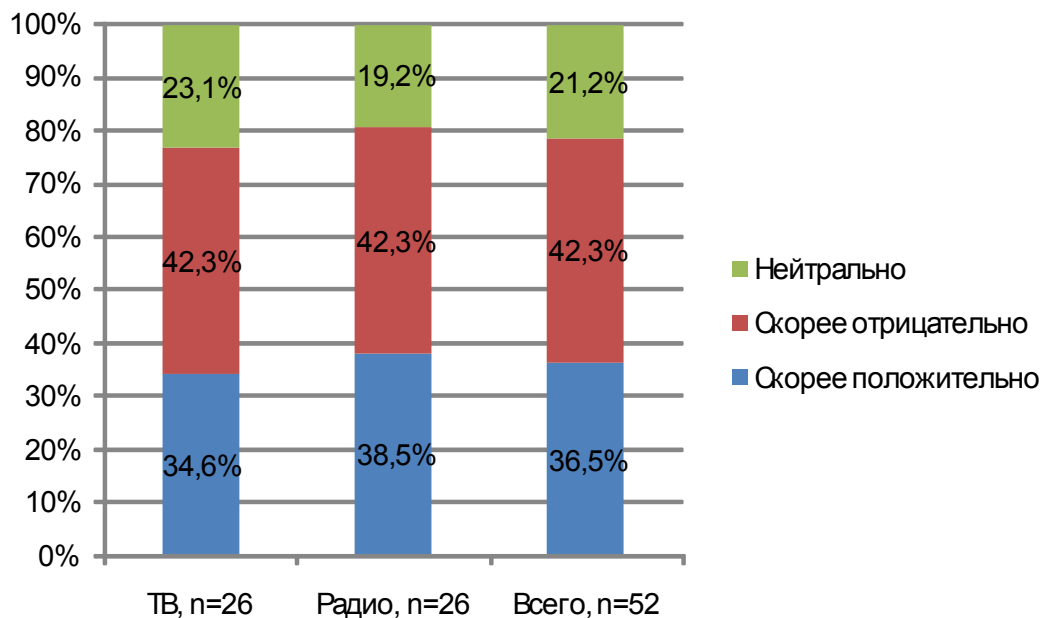
Большая часть респондентов относится к Закону о ТРВ скорее отрицательно (42%). Положительное отношение отметили 37% респондентов, остальные (21%) указывали на нейтральное отношение к Закону о ТРВ:

Диаграмма 15. Отношение респондентов к Закону о ТРВ



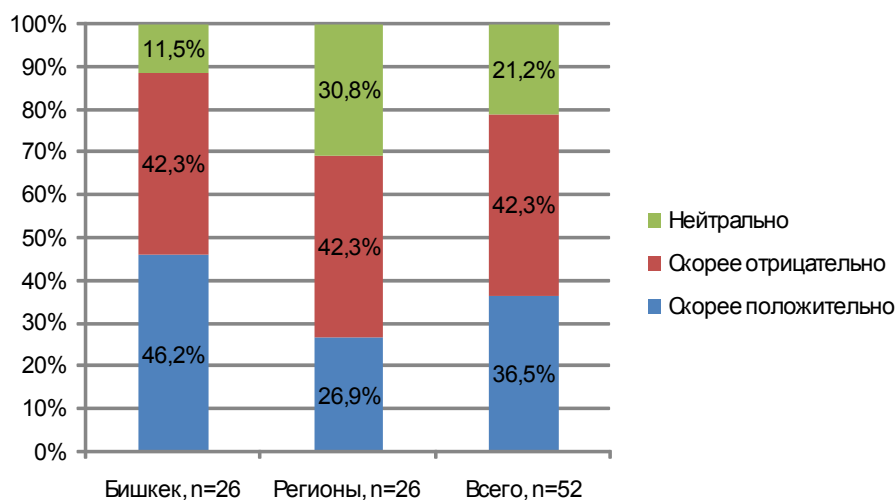
Практических отличий в отношении к Закону о ТРВ в разрезе типа ТРВК нет:

Диаграмма 16. Отношение респондентов к Закону о ТРВ, в разрезе типа ТРВК



Региональные ТРВК более нейтрально относятся к Закону о ТРВ (ответ 31% респондентов, тогда как в Бишкеке такой ответ отметили только 12%):

Диаграмма 17. Отношение респондентов к Закону о ТРВ, в разрезе региона



Основной причиной положительного отношения является то, что основная часть населения – кыргызоязычна:

Таблица 3. Причины положительного отношения респондентов к Закону о ТРВ, в разрезе типа ТРВК (%)

	ТВ	Радио	Всего
кыргызоязычное население	15,4	15,4	15,4
законы должны соблюдаться	15,4	3,8	9,6
развитие собственных продакшн-студий	3,8	7,7	5,8
хорошо для регионов	-	7,7	3,8
пропаганда родного языка	3,8	3,8	3,8
оптимально для радио	-	3,8	1,9
постепенное развитие вещаний на кырг.яз.	-	3,8	1,9
стимул для авторов и журналистов	3,8	-	1,9
N=	26	26	52

Такой ответ как «законы должны соблюдаться» чаще называли ТВ-каналы в регионах, а на развитие собственных продакшн-студий указывали в Бишкеке:

Таблица 4. Причины положительного отношения респондентов к Закону о ТРВ, в разрезе региона (%)

	Бишкек	Регионы	Всего
кыргызоязычное население	15,4	15,4	15,4
законы должны соблюдаться	3,8	15,4	9,6
развитие собственных продакшн-студий	11,5	-	5,8
хорошо для регионов	7,7	-	3,8
пропаганда родного языка	3,8	3,8	3,8
оптимально для радио	-	3,8	1,9
постепенное развитие вещаний на кырг.яз.	3,8	-	1,9
стимул для авторов и журналистов	3,8	-	1,9
n=	26	26	52

Среди причин отрицательного отношения к Закону о ТРВ чаще встречались ответы об отсутствии качественного контента (14% ответов) и риске потерять аудиторию (10%). На финансовые проблемы указывали только ТВ-каналы (15% ответов):

Таблица 5. Причины отрицательного отношения респондентов к Закону о ТРВ, в разрезе типа ТРВК (%)

	ТВ	Радио	Всего
отсутствие качественной продукции	15,4	11,5	13,5
потеря аудитории	3,8	15,4	9,6
заккрытие ТРВК	3,8	11,5	7,7
финансовые проблемы	15,4	-	7,7
недостаток специалистов	7,7	3,8	5,8
У населения нет ЦВ техники	-	3,8	1,9
мы сами должны решать эти вопросы	-	3,8	1,9
нет базы для реализации закона	3,8	-	1,9
нет независимости	3,8	-	1,9
нужно делать постепенно	-	3,8	1,9
хотелось бы 50 на 50	3,8	-	1,9
У ТРК нет ЦВ техники	-	3,8	1,9
n=	26	26	52

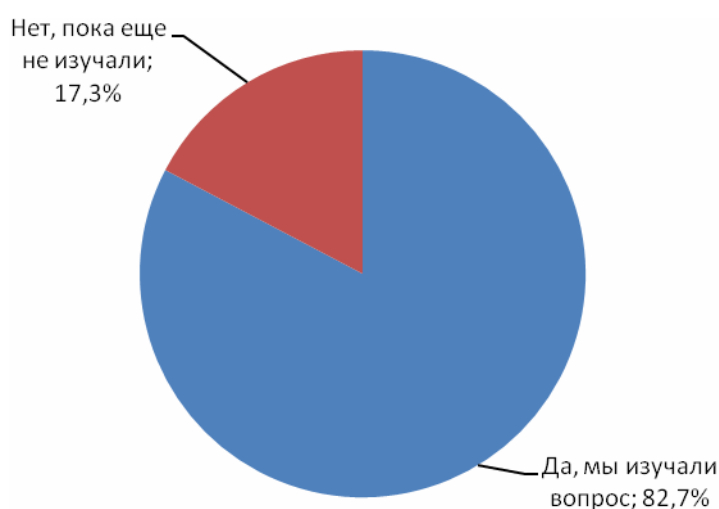
При этом на отсутствие качественного контента чаще указывали в регионах (19% против 8% в г. Бишкек), а возможную потерю аудитории и закрытие ТРВК отмечали только респонденты столицы (19% и 15% соответственно):

Таблица 6. Причины отрицательного отношения респондентов к Закону о ТРВ, в разрезе региона (%)

	Бишкек	Регионы	Всего
отсутствие качественной продукции	7,7	19,2	13,5
потеря аудитории	19,2	-	9,6
закрытие ТРВК	15,4	-	7,7
финансовые проблемы	3,8	11,5	7,7
недостаток специалистов	7,7	3,8	5,8
у населения нет ЦВ техники	-	3,8	1,9
мы сами должны решать эти вопросы	-	3,8	1,9
нет базы для реализации закона	3,8	-	1,9
нет независимости	-	3,8	1,9
нужно делать постепенно	3,8	-	1,9
хотелось бы 50 на 50	-	3,8	1,9
у ТРК нет ЦВ техники	-	3,8	1,9
n=	26	26	52

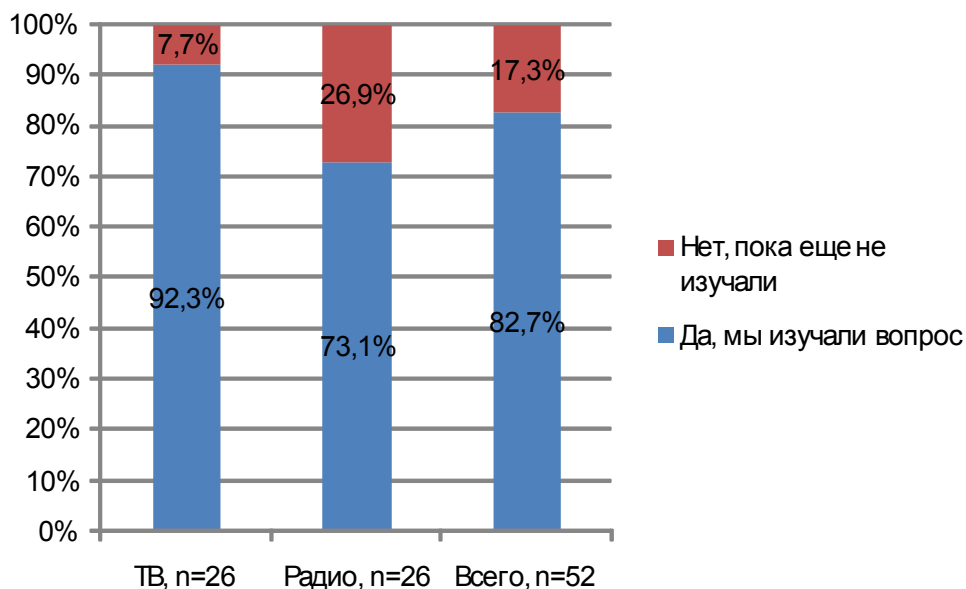
Более 80% опрошенных представителей ТРВК изучали вопрос вещания согласно Закону о ТРВ:

Диаграмма 18. Ответы респондентов на вопрос о том, изучали ли они вопрос вещания компании согласно требованиям Закона о ТРВ



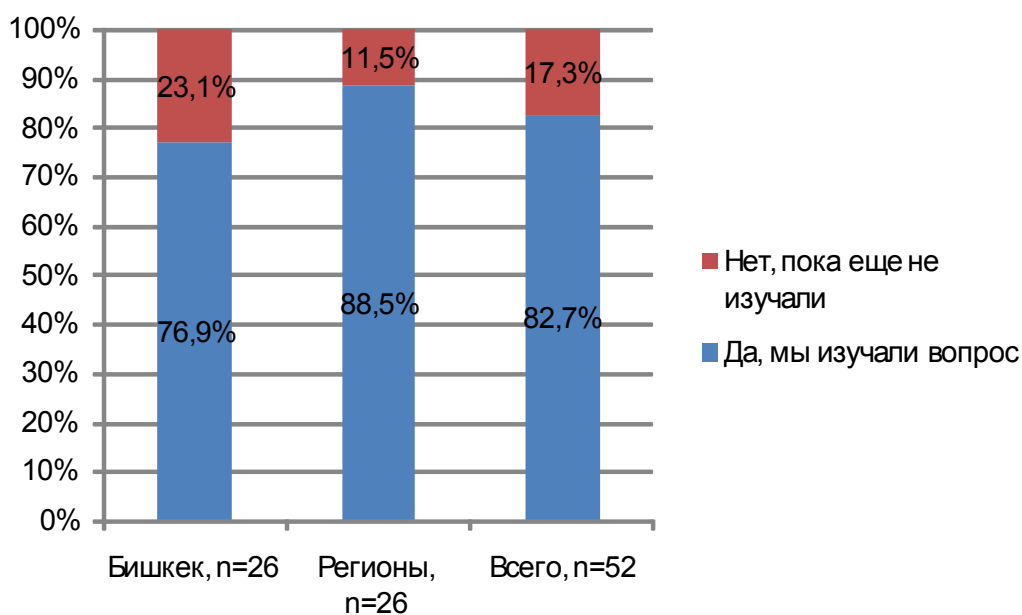
При этом более пристальное внимание к Закону о ТРВ проявили ТВ-каналы (92% против 73% у радио):

Диаграмма 19. Ответы респондентов на вопрос о том, изучали ли они вопрос вещания компании согласно требованиям Закона о ТРВ, в разрезе типа ТРВК



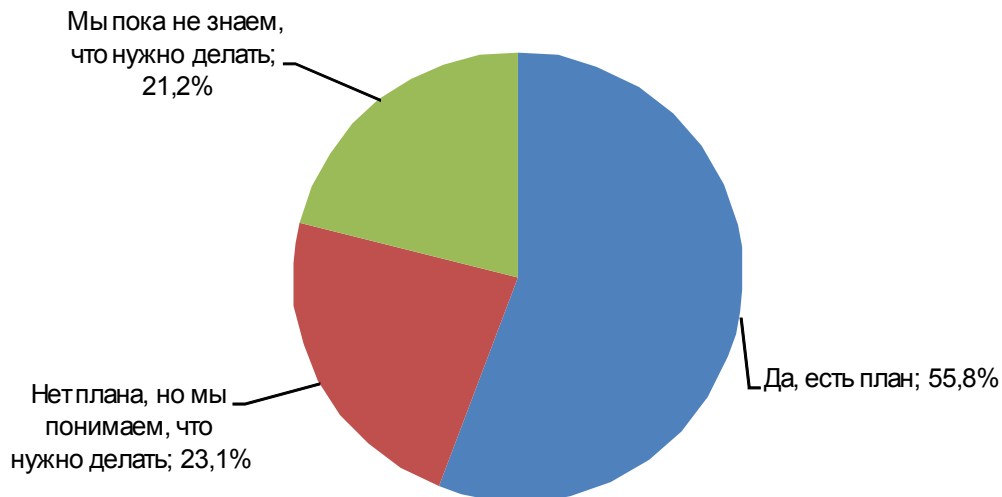
Также более внимательно изучали Закон о ТРВ в регионах (89% против 77% в Бишкеке):

Диаграмма 20. Ответы респондентов на вопрос о том, изучали ли они вопрос вещания компании согласно требованиям Закона о ТРВ, в разрезе региона



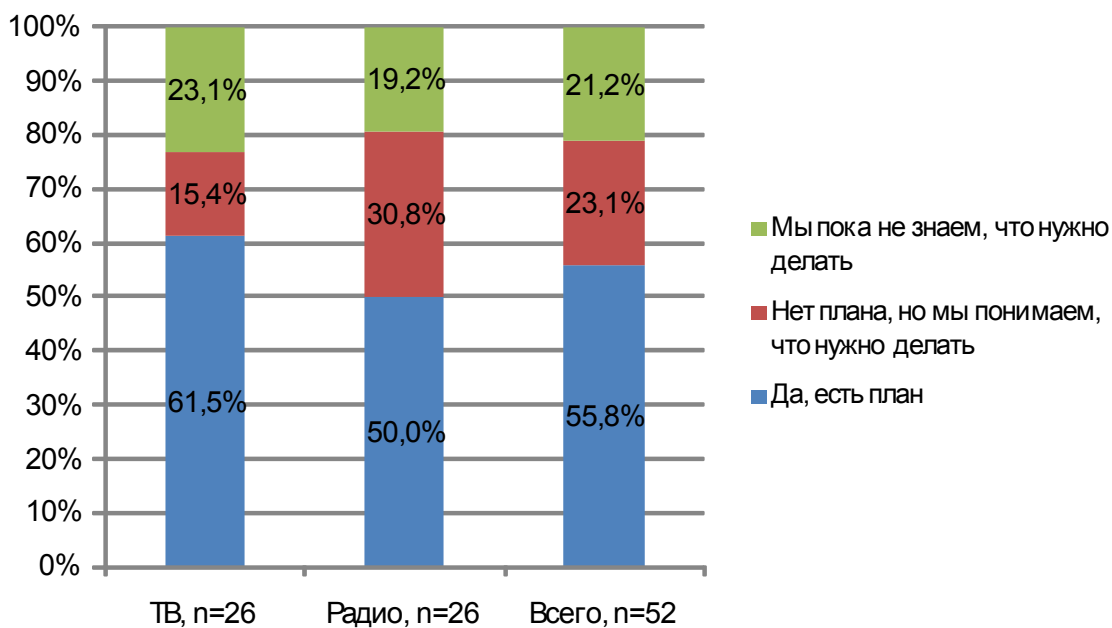
Около 60% имеют планы по приведению сетки вещания в соответствие с Законом о ТРВ:

Диаграмма 21. Наличие планов по приведению сетки вещания согласно Закону о ТРВ



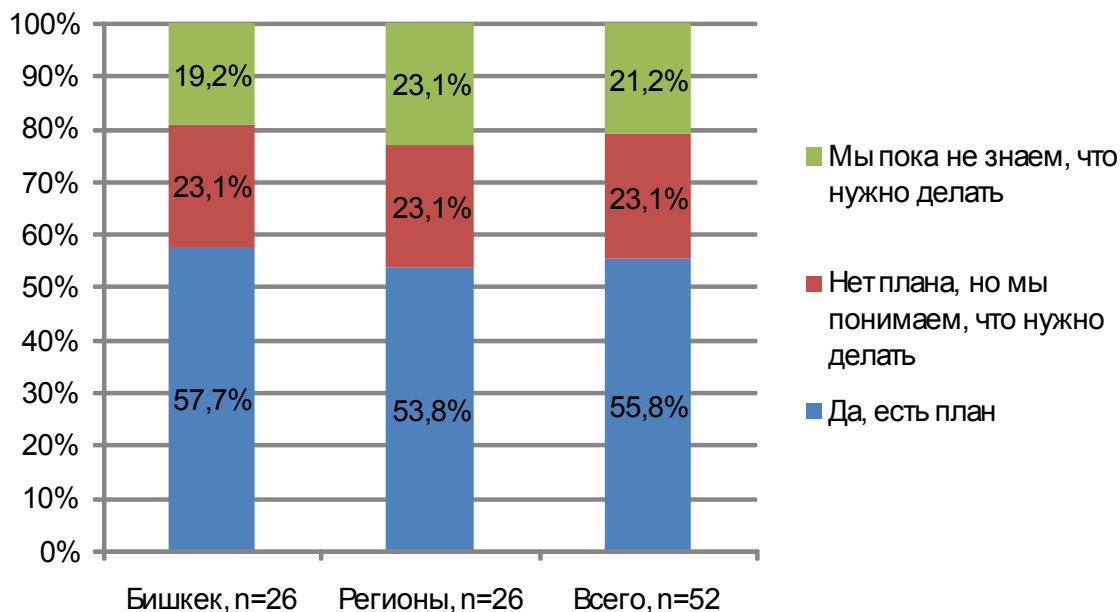
По сравнению с радио, опрошенные представители ТВ-каналов чаще отмечали, что у них есть план по изменению своей сетки вещания согласно Закону о ТРВ (62% ответов и 50% - у радиоканалов):

Диаграмма 22. Наличие планов по приведению сетки вещания согласно Закону о ТРВ, в разрезе типа ТРВК



Наличие или отсутствие планов по соблюдению Закона о ТРВ практически не зависит от территориального расположения ТРВК:

Диаграмма 23. Наличие планов по приведению сетки вещания согласно Закону о ТРВ, в разрезе региона



По поводу конкретизации своих планов, большая часть опрошенных отмечали необходимость производить контент:

Диаграмма 24. Названные респондентами конкретные действия по приведению сетки вещания согласно Закону о ТРВ



Представители радио-каналов чаще, чем ТВ, затруднялись и даже отказывались ответить по поводу конкретных действий (39% против 23%). Представители ТВ-каналов чаще указывали на производство контента (27% против 19% у радио):

Таблица 7. Названные респондентами конкретные действия по приведению сетки вещания согласно Закону о ТРВ, в разрезе типа ТРВК (%)

	ТВ	Радио	Всего
производить контент	26,9	19,2	23,1
Выполнено	11,5	7,7	9,6
изучение ситуации	3,8	11,5	7,7
персонал со знанием кырг. языке	3,8	11,5	7,7
дубляж программ	11,5	-	5,8
Соблюдение Закона	3,8	7,7	5,8
увеличение времени кырг. вещания	-	11,5	5,8
продолжать работать	7,7	-	3,8
изыскивать финансы	7,7	-	3,8
всё что нужно	3,8	-	1,9
изменение закона	-	3,8	1,9
Лоббировать закон	3,8	-	1,9
перейти к 50 вещания на кырг. языке	3,8	-	1,9
переход на полное интерактивное ТВ	3,8	-	1,9
сделать 10 вещания на русском языке	3,8	-	1,9
участвовать в конференциях	3,8	-	1,9
покупать, обновлять оборудование	3,8	-	1,9
обращение к депутатам	3,8	-	1,9
работать с новыми авторами	3,8	-	1,9
Затруднились, отказались ответить	23,1	38,5	30,8
n=	26	26	52

Также производство контента чаще указывали в регионах (27% против 19% в Бишкеке):

Таблица 8. Названные респондентами конкретные действия по приведению сетки вещания согласно Закону о ТРВ, в разрезе региона (%)

	Бишкек	Регионы	Всего
производить контент	19,2	26,9	23,1
Выполнено	11,5	7,7	9,6
изучение ситуации	15,4	-	7,7
персонал со знанием кырг.яз	7,7	7,7	7,7
дубляж программ	3,8	7,7	5,8
соблюдение Закона	3,8	7,7	5,8
увеличение времени кырг.вещания	7,7	3,8	5,8
продолжать работать	7,7	-	3,8
изыскивать финансы	3,8	3,8	3,8
всё что нужно	-	3,8	1,9
изменение закона	-	3,8	1,9
лоббировать закон	-	3,8	1,9
перейти к 50 вещания на кырг.языке	-	3,8	1,9
переход на полное интерактивное ТВ	-	3,8	1,9
сделать 10 вещания на русском языке	3,8	-	1,9
участвовать в конференциях	-	3,8	1,9
покупать, обновлять оборудование	-	3,8	1,9
обращение к депутатам	-	3,8	1,9
работать с новыми авторами	3,8	-	1,9
затруднились, отказались ответить	23,1	38,5	30,8
n=	26	26	52

Часть представителей ТРВК достаточно пессимистично настроены по поводу соблюдения Закона о ТРВ, хотя есть и те станции, которые уже работают согласно Закону - некоторые региональные кыргызоязычные радиостанции и областные телеканалы, вещающие до 2 часов в неделю:

Диаграмма 25. Ответы респондентов на вопрос о том, что ждет их компанию в связи с необходимостью соблюдения Закона о ТРВ



Среди радиийщиков чаще встречались ответы о том, что их ждет потеря аудитории (19% против 8% у ТВ-каналов):

Таблица 9. Ответы респондентов на вопрос о том, что ждет их компанию в связи с необходимостью соблюдения Закона о ТРВ, в разрезе типа ТРВК (%)

	ТВ	Радио	Всего
уже вещаем согласно Закону о ТРВ	11,5	15,4	13,5
все будет хорошо	3,8	15,4	9,6
развитие контента	3,8	7,7	5,8
соблюдение требований закона	11,5	-	5,8
развитие и процветание	3,8	3,8	3,8
расходы	3,8	3,8	3,8
увеличение кырг.яз. аудитории	-	7,7	3,8
должны устоять на рынке ТВ	3,8	-	1,9
наше население устраивает кырг. язык	3,8	-	1,9
нужно вести вещание 60-70 на кырг. языке	3,8	-	1,9
переход на новый формат	-	3,8	1,9
повысить национальную идеологию	3,8	-	1,9
возможность вещания на других языках, кроме кырг и русс	3,8	-	1,9
увеличение программ	-	3,8	1,9
дубляж программ	-	3,8	1,9
потеря аудитории	7,7	19,2	13,5
глупая, ненужная работа	3,8	11,5	7,7
нужен грамотный персонал, обучение	7,7	7,7	7,7
закрытие	3,8	3,8	3,8
потеря рекламодателей	3,8	3,8	3,8

	Бишкек	Регионы	Всего
ухудшение контента	7,7	-	3,8
нарушение договора с партнерами	-	7,7	3,8
банкротство	-	3,8	1,9
дефицит кадров	3,8	-	1,9
особый статус ТРК Мир	3,8	-	1,9
трудности	3,8	-	1,9
нехватка программ на госязыке	3,8	-	1,9
финансовая зависимость	3,8	-	1,9
затруднились, отказались ответить	11,5	7,7	9,6
n=	26	26	52

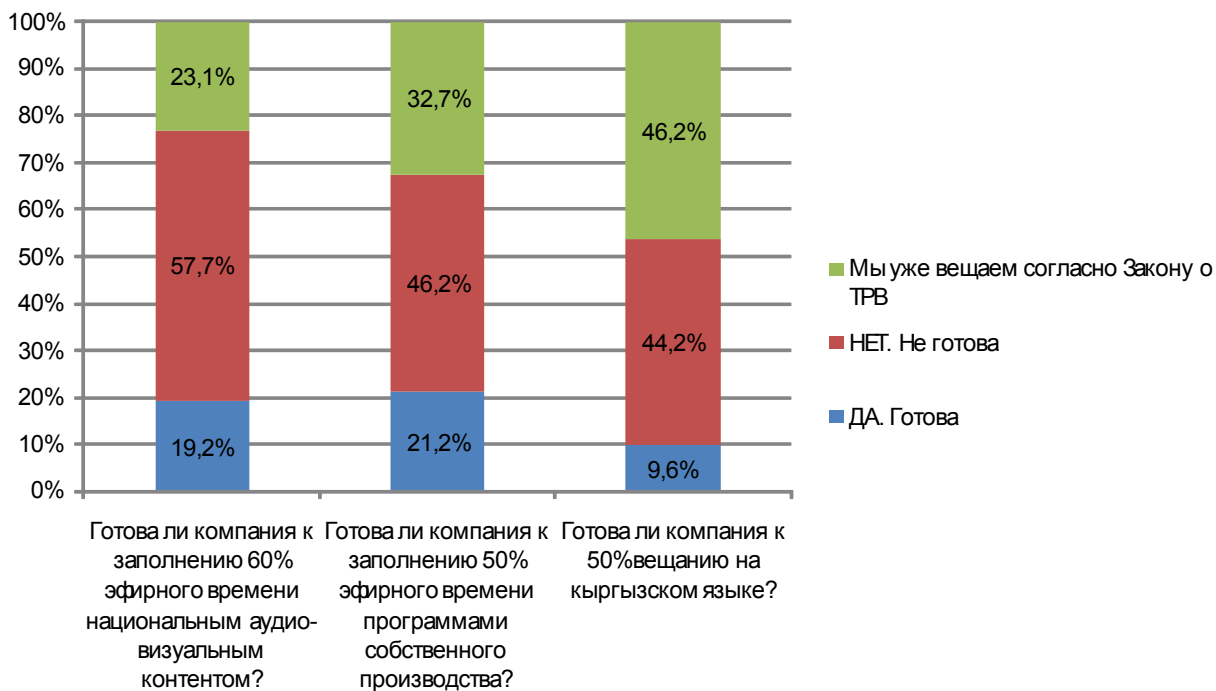
При этом пессимистический взгляд на будущее компании отмечали чаще в г. Бишкек (26% указали на возможную потерю аудитории, и 17% отмечали, что в будущем их компанию ждет глупая и ненужная работа):

Таблица 10. Ответы респондентов на вопрос о том, что ждет их компанию в связи с необходимостью соблюдения Закона о ТРВ, в разрезе региона (%)

	Бишкек	Регионы	Всего
уже вещаем	11,5	15,4	13,5
все будет хорошо	15,4	3,8	9,6
развитие контента	7,7	3,8	5,8
соблюдение требований закона	-	11,5	5,8
развитие и процветание	7,7	-	3,8
увеличение кырг.яз.аудитории	7,7	-	3,8
должны устоять на рынке ТВ	-	3,8	1,9
наше население устраивает кырг.язык	-	3,8	1,9
нужно вести вещание 60-70 на кырг. языке	-	3,8	1,9
переход на новый формат	3,8	-	1,9
повысить национальную идеологию	-	3,8	1,9
возможность вещания на других языках, кроме кырг и русс	3,8	-	1,9
увеличение программ	3,8	-	1,9
дубляж программ	3,8	-	1,9
потеря аудитории	23,1	3,8	13,5
глупая, ненужная работа	15,4	-	7,7
нужен грамотный персонал, обучение	-	15,4	7,7
закрытие	3,8	3,8	3,8
потеря рекламодателей	-	7,7	3,8
расходы	-	7,7	3,8
ухудшение контента	3,8	3,8	3,8
нарушение договора с партнерами	7,7	-	3,8
банкротство	3,8	-	1,9
дефицит кадров	-	3,8	1,9
особый статус ТРК Мир	3,8	-	1,9
трудности	3,8	-	1,9
нехватка программ на госязыке	-	3,8	1,9
финансовая зависимость	-	3,8	1,9
затруднились, отказались ответить	-	19,2	9,6
n=	26	26	52

Чуть менее половины ТРБК на данный момент не готовы к исполнению Закона о ТРВ. При этом около 10% респондентов отметили, что готовы к исполнению Закона о ТРВ, соответственно около 40% ТРБК уже работают в соответствии с Законом:

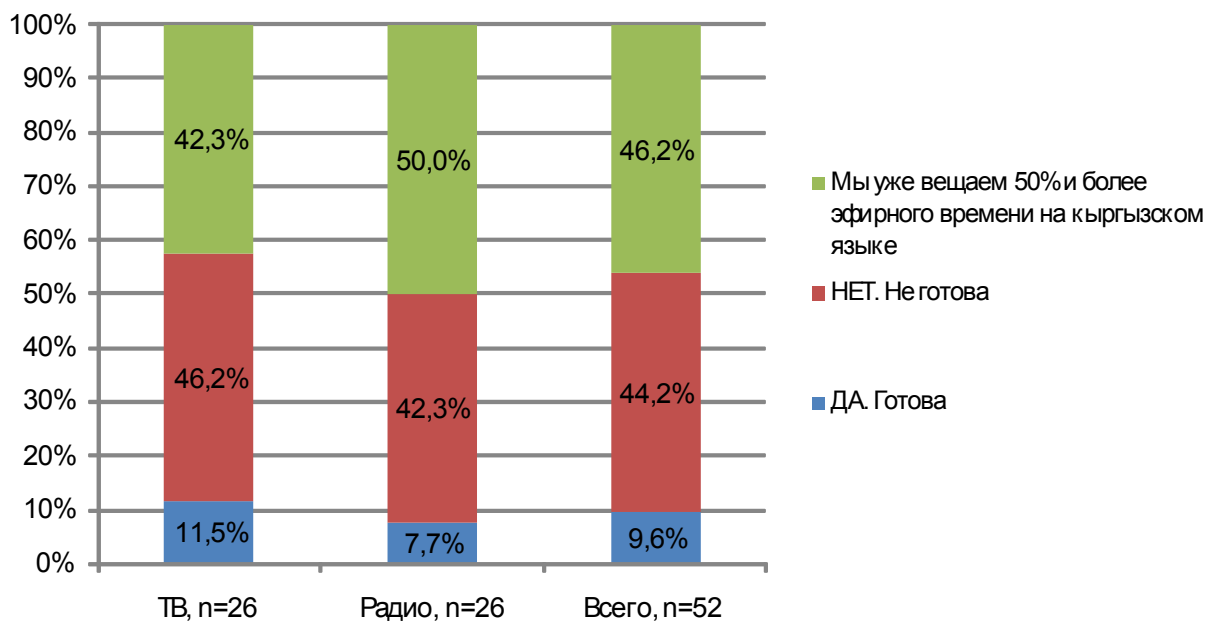
Диаграмма 26. Готовность респондентов к Закону о ТРВ



4. Готовность к переходу на вещание 50% эфирного времени на кыргызском языке.

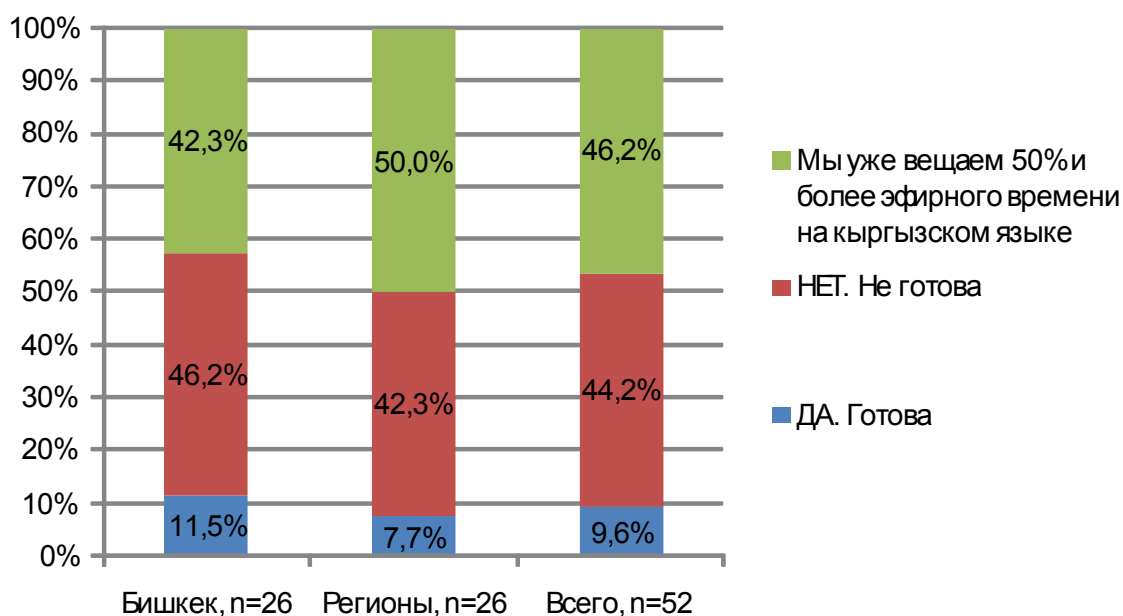
Более половины опрошенных представителей ТРБК (56%) отметили, что готовы или уже вещают 50% и более эфирного времени на кыргызском языке, большая часть из них — это радиоканалы:

Диаграмма 27. Готовность к переходу на вещание 50% эфирного времени на кыргызском языке, в разрезе типа ТРБК



Также половина ТРБК в регионах (50%) уже вещают 50% эфира и более на кыргызском языке (в Бишкеке их 42%):

Диаграмма 28. Готовность к переходу на вещание 50% эфирного времени на кыргызском языке, в разрезе региона



Судя по ответам респондентов, на данный момент ТРВК готовы выпускать в эфир только около 20% (ТВ) и 10% (радио) времени вещания на кыргызском языке:

Таблица 11. Описательные статистики для средних значений доли эфира вещания на кыргызском языке, в разрезе типа ТРВК

	Среднее кол-во, %	Медиана, %	Минимум, %	Максимум, %	Ст. отклонение	n=
ТВ	19,1	20,0	0	40	12,566	10
Радио	13,3	10,0	5	30	8,049	8
Всего	16,5	16,5	0	40	10,912	18

Большая часть станций, готовых выпускать в эфир 50% и более времени вещания на кыргызском языке, находится в регионах (20% против 10% в Бишкеке):

Таблица 12. Описательные статистики для средних значений доли эфира вещания на кыргызском языке, в разрезе региона

	Среднее кол-во, %	Медиана, %	Минимум, %	Максимум, %	Ст. отклонение	n=
Бишкек	10,9	10	0	20	7,448	7
Регионы	20,0	20	0,5	40	11,534	11
Всего	16,5	16,5	0	40	10,912	18

Для перехода на вещание согласно Закону о ТРВ , компаниям необходимо около 2 лет:

Таблица 13. Описательные статистики для средних значений количества месяцев для перехода к 50% эфирному вещанию на кыргызском языке, мес., в разрезе типа ТРВК

	Среднее кол-во, мес.	Медиана, мес.	Минимум, мес.	Максимум, мес.	Ст. отклонение	n=
ТВ	22,8	18,0	1	60	21,282	12
Радио	21,0	20,0	2	48	16,643	7
Всего	22,1	20,0	1	60	19,232	19

Судя по медианным значениям показателей, региональным ТРВК требуется больше времени для перехода (22 месяца против 6 в Бишкеке):

Таблица 14. Описательные статистики для средних значений количества месяцев для перехода к 50% эфирному вещанию на кыргызском языке, в разрезе региона

	Среднее кол-во, мес.	Медиана, мес.	Минимум, мес.	Максимум, мес.	Ст. отклонение	n=
Бишкек	21,3	6	2	60	23,768	7
Регионы	22,6	22	1	60	17,218	12
Всего	22,1	20	1	60	19,232	19

Стоимость перехода на 50% вещание на кыргызском языке респонденты оценили в среднем на 300 тыс. сом. При этом ТВ-каналы требуют больше расходов (около 500 тыс. сом, тогда как у радио — 270 тыс. сом):

Таблица 15. Описательные статистики для средних значений суммы перехода к 50% эфирному вещанию на кыргызском языке, в разрезе типа ТРВК

	Среднее кол-во, сом	Медиана, сом	Минимум, сом	Максимум, сом	Ст. отклонение	n=
ТВ	1451000	550000	40000	5000000	1964448	10
Радио	260250	270000	1000	500000	205491,9	4
Всего	1110786	300000	1000	5000000	1730035	14

Региональные ТРВК также указывали большую сумму (500 тыс. сом против 300 тыс. сом в Бишкеке):

Таблица 16. Описательные статистики для средних значений суммы перехода к 50% эфирному вещанию на кыргызском языке, в разрезе региона

	Среднее кол-во, сом	Медиана, сом	Минимум, сом	Максимум, сом	Ст. отклонение	n=
Бишкек	200333,3	300000	1000	300000	172627,730	3
Регионы	1359090,9	500000	40000	5000000	1889039,198	11
Всего	1110785,7	300000	1000	5000000	1730034,956	14

При просьбе назвать сложности выполнения требования Закона о 50% вещании на кыргызском языке, значительная часть респондентов называли трудности с персоналом (безграмотность, текучка кадров) и отсутствие качественного контента:

Диаграмма 29. Сложности перехода на вещание 50% эфирного времени на кыргызском языке



Проблемы с персоналом указывали чаще ТВ-каналы (50% ответов против 36% у радио). Кроме того, представители ТВ-каналов чаще отмечали отсутствие финансов (33%) и проблемы с оборудованием (22%):

Таблица 17. Сложности перехода на вещание 50% эфирного времени на кыргызском языке, в разрезе типа ТРВК (%)

	ТВ	Радио	Всего
проблемы с персоналом	50,0	35,7	43,8
отсутствие качественного контента	33,3	35,7	34,4
отсутствие финансов	33,3	21,4	28,1
потеря аудитории	11,1	21,4	15,6
нарушение договора с партнерами	5,6	21,4	12,5
проблемы с оборудованием	22,2	-	12,5
отсутствие господомощи	11,1	-	6,3
переход с узбекского на кыргызский	5,6	-	3,1
формат не позволяет	-	7,1	3,1
n=	18	14	32

На отсутствие качественного контента в основном указывали региональные ТРВК (60% против 12% в Бишкеке), тогда как столичные ТРВК больше обеспокоены тем, что могут быть нарушены их соглашения с зарубежными каналами:

Таблица 18. Сложности перехода на вещание 50% эфирного времени на кыргызском языке, в разрезе региона (%)

	Бишкек	Регионы	Всего
проблемы с персоналом	29,4	60,0	43,8
отсутствие качественного контента	11,8	60,0	34,4
отсутствие финансов	29,4	26,7	28,1
потеря аудитории	17,6	13,3	15,6
нарушение договора с партнерами	23,5	-	12,5
проблемы с оборудованием	5,9	20,0	12,5
отсутствие господомощи	11,8	-	6,3
переход с узбекского на кыргызский	-	6,7	3,1
формат не позволяет	5,9	-	3,1
n=	17	15	32

В соответствии с названными сложностями большинство респондентов на вопрос о том, что им нужно для перехода на вещание 50% эфирного времени на кыргызском языке, называли грамотный персонал и качественный контент:

Диаграмма 30. Ответы респондентов на вопрос о том, что нужно для перехода на вещание 50% эфирного времени на кыргызском языке



Проблемы с персоналом чаще указывали представители радиоканалов (50% против 35% у ТВ), тогда как ТВ-каналы больше нуждаются в государственной поддержке (ответ 35% респондентов, у радиоканалов таких ответов только 6%):

Таблица 19. Ответы респондентов на вопрос о том, что нужно для перехода на вещание 50% эфирного времени на кыргызском языке, в разрезе типа ТРВК (%)

	ТВ	Радио	Всего
грамотный персонал	35,3	50,0	42,4
качественный контент	35,3	37,5	36,4
государственная поддержка	35,3	6,3	21,2
современное оборудование	29,4	-	15,2
финансовые средства	41,2	12,5	12,1
изменение условий договора с партнерами	5,9	12,5	9,1
время	5,9	6,3	6,1
изменить программную сетку	-	12,5	6,1
n=	17	16	33

В государственной поддержке больше нуждаются региональные ТРВК (47% ответов против 0% у Бишкека):

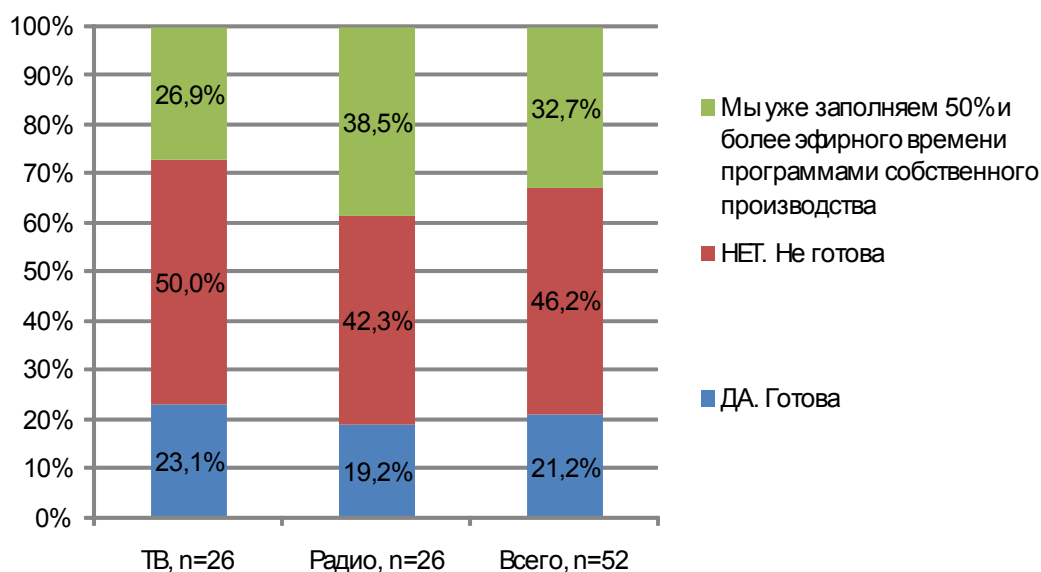
Таблица 20. Ответы респондентов на вопрос о том, что нужно для перехода на вещание 50% эфирного времени на кыргызском языке, в разрезе региона (%)

	Бишкек	Регионы	Всего
грамотный персонал	38,9	46,7	42,4
качественный контент	38,9	33,3	36,4
государственная поддержка	-	46,7	21,2
современное оборудование	5,6	26,7	15,2
финансовые средства	44,4	6,7	12,1
изменение условий договора с партнерами	16,7	-	9,1
время	5,6	6,7	6,1
изменить программную сетку	11,1	-	6,1
n=	18	15	33

5. Готовность к заполнению 50% эфирного времени программами собственного производства.

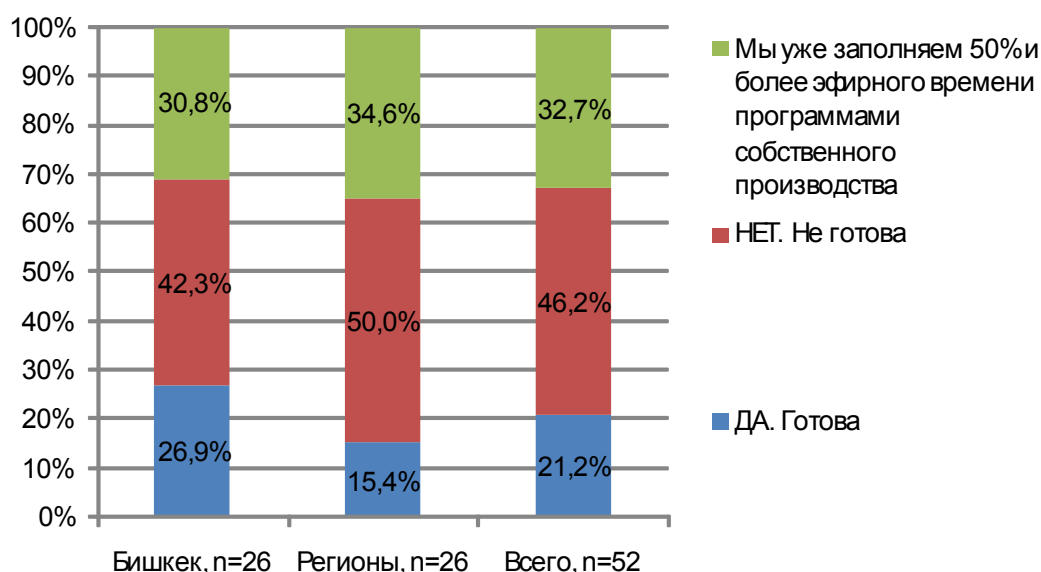
Более половины опрошенных представителей ТРВК отметили, что готовы наполнять или уже наполняют 50% и более эфирного времени программами собственного производства. При этом такое положение чаще наблюдается на радиоканалах, в то время, как 50% ТВ-каналов к заполнению 50% и более эфира собственными программами не готовы:

Диаграмма 31. Готовность к заполнению 50% эфирного времени программами собственного производства, в разрезе типа ТРВК



Существенных отличий в возможности заполнения эфира собственными программами в региональном разрезе нет:

Диаграмма 32. Готовность к заполнению 50% эфирного времени программами собственного производства, в разрезе региона



Судя по ответам респондентов, на данный момент ТРВК готовы выпускать в эфир только около 20% времени программ собственного производства:

Таблица 21. Описательные статистики для средних значений доли заполнения 50% эфирного времени программами собственного производства, в разрезе типа ТРВК

	Среднее кол-во, %	Медиана, %	Минимум, %	Максимум, %	Ст. отклонение	n=
ТВ	17,3	20,0	0,0	40,0	12,454	11
Радио	19,3	20,0	5,0	30,0	7,868	7
Всего	18,1	20,0	0,0	40,0	10,680	18

Существенных отличий в доле заполнения эфира собственными программами в региональном разрезе нет (около 20% и в регионах, и в Бишкеке):

Таблица 22. Описательные статистики для средних значений доли заполнения 50% эфирного времени программами собственного производства, в разрезе региона

	Среднее кол-во, %	Медиана, %	Минимум, %	Максимум, %	Ст. отклонение	n=
Бишкек	18,0	20	5	25	7,583	5
Регионы	18,1	20	0	40	11,934	13
Всего	18,1	20	0	40	10,680	18

Для перехода на вещание согласно Закону о ТРВ кампаниям необходимо около 1 года:

Таблица 23. Описательные статистики для средних значений количества месяцев для заполнения 50% эфирного времени программами собственного производства, в разрезе типа ТРВК

	Среднее кол-во, мес.	Медиана, мес.	Минимум, мес.	Максимум, мес.	Ст. отклонение	n=
ТВ	19,7	12,0	1,0	72,0	20,674	13
Радио	31,4	3,0	3,0	200,0	64,213	9
Всего	24,5	12,0	1,0	200,0	43,011	22

В регионах требуется больше времени для заполнения собственными программами 50% и более эфира (14 мес. против 4 мес. в Бишкеке):

Таблица 24. Описательные статистики для средних значений количества месяцев для заполнения 50% эфирного времени программами собственного производства, в разрезе региона

	Среднее кол-во, мес.	Медиана, мес.	Минимум, мес.	Максимум, мес.	Ст. отклонение	n=
Бишкек	13,5	4,5	3	72	23,839	8
Регионы	30,8	13,5	1	200	50,650	14
Всего	24,5	12	1	200	43,011	22

Стоимость перехода на заполнение 50% эфирного времени программами собственного производства респонденты оценили в среднем в 500 тыс. сом (по медианным значениям у ТВ — 600 тыс., радио — 30 тыс.):

Таблица 25. Описательные статистики для средних значений суммы перехода к заполнению 50% эфирного времени программами собственного производства, в разрезе типа ТВК

	Среднее кол-во, сом	Медиана, сом	Минимум, сом	Максимум, сом	Ст. отклонение	n=
ТВ	1052307,7	600000,0	30000,0	5000000,0	1406029,598	13
Радио	14807418,6	30000,0	12000,0	100000000,0	37583036,350	7
Всего	5866596,5	500000,0	12000,0	100000000,0	22194718,138	20

Также, согласно медианным значениям, в регионах оценки выше, чем в Бишкеке (550 тыс. сом против 31 тыс. в Бишкеке):

Таблица 26. Описательные статистики для средних значений суммы перехода к заполнению 50% эфирного времени программами собственного производства, в разрезе региона

	Среднее кол-во, сом	Медиана, сом	Минимум, сом	Максимум, сом	Ст. отклонение	n=
Бишкек	168500,0	31000	12000	600000	288223,871	4
Регионы	7291120,6	550000	20000	100000000	24761413,548	16
Всего	5866596,5	500000	12000	100000000	22194718,138	20

При просьбе перечислить сложности выполнения требования Закона о заполнении 50% эфирного времени программами собственного производства, значительная часть респондентов называли трудности с персоналом (безграмотность, текучка кадров) и отсутствие финансов:

Диаграмма 33. Сложности заполнения 50% эфирного времени программами собственного производства



На проблемы с персоналом чаще указывали представители ТВ компаний (75% против 50% у радио):

Таблица 27. Сложности заполнения 50% эфирного времени программами собственного производства, в разрезе типа ТРВК (%)

	ТВ	Радио	Всего
проблемы с персоналом	75,0	50,0	65,4
отсутствие финансов	50,0	30,0	42,3
проблемы с оборудованием	25,0	30,0	26,9
отсутствие качественного контента	18,8	30,0	23,1
нарушение договора с партнерами	6,3	10,0	7,7
изучение аудитории	6,3	-	3,8
рекламный рынок	-	10,0	3,8
n=	16	10	26

В регионах чаще называли проблемы с персоналом (81% против 40% в Бишкеке) и отсутствие финансов (56% против 20% в Бишкеке):

Таблица 28. Сложности заполнения 50% эфирного времени программами собственного производства, в разрезе региона (%)

	Бишкек	Регионы	Всего
проблемы с персоналом	40,0	81,3	65,4
отсутствие финансов	20,0	56,3	42,3
проблемы с оборудованием	20,0	31,3	26,9
отсутствие качественного контента	40,0	12,5	23,1
нарушение договора с партнерами	10,0	6,3	7,7
изучение аудитории	-	6,3	3,8
рекламный рынок	-	6,3	3,8
n=	10	16	26

В соответствии с названными сложностями большинство респондентов на вопрос о том, что им нужно для заполнения 50% эфирного времени программами собственного производства, называли финансовые средства и грамотный персонал:

Диаграмма 34. Ответы респондентов на вопрос о том, что нужно для заполнения 50% эфирного времени программами собственного производства



Представители ТВ-каналов больше нуждаются в государственной поддержке (28% против 0% у радио):

Таблица 29. Ответы респондентов на вопрос о том, что нужно для заполнения 50% эфирного времени программами собственного производства, в разрезе типа ТРВК (%)

	ТВ	Радио	Всего
финансовые средства	55,6	46,2	51,6
грамотный персонал	44,4	46,2	45,2
современное оборудование	22,2	30,8	25,8
качественный контент	22,2	23,1	22,6
государственная поддержка	27,8	-	16,1
рекламный рынок	5,6	15,4	9,7
время	5,6	7,7	6,5
изменение условий договора с партнерами	-	7,7	3,2
переход на 50	5,6	-	3,2
изучение аудитории	5,6	-	3,2
n=	18	13	31

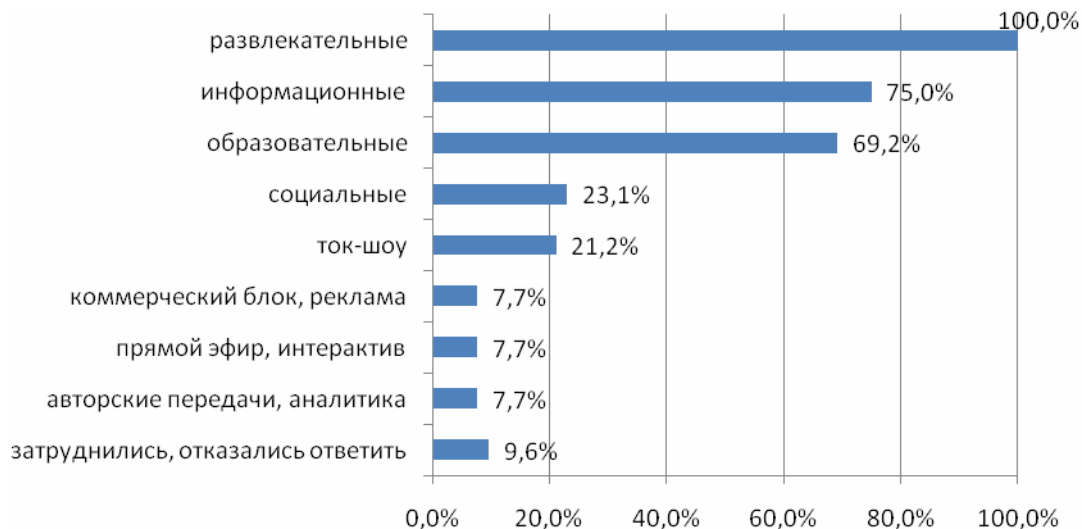
Региональные ТРВК также ощущают большую необходимость в финансовых средствах (56% против 47% в Бишкеке) и государственной поддержке (31% против 0% в Бишкеке):

Таблица 30. Ответы респондентов на вопрос о том, что нужно для заполнения 50% эфирного времени программами собственного производства, в разрезе региона (%)

	Бишкек	Регионы	Всего
финансовые средства	46,7	56,3	51,6
грамотный персонал	33,3	56,3	45,2
современное оборудование	26,7	25,0	25,8
качественный контент	13,3	31,3	22,6
государственная поддержка	-	31,3	16,1
рекламный рынок	20,0	-	9,7
время	6,7	6,3	6,5
изменение условий договора с партнерами	6,7	-	3,2
переход на 50	6,7	-	3,2
изучение аудитории	6,7	-	3,2
n=	15	16	31

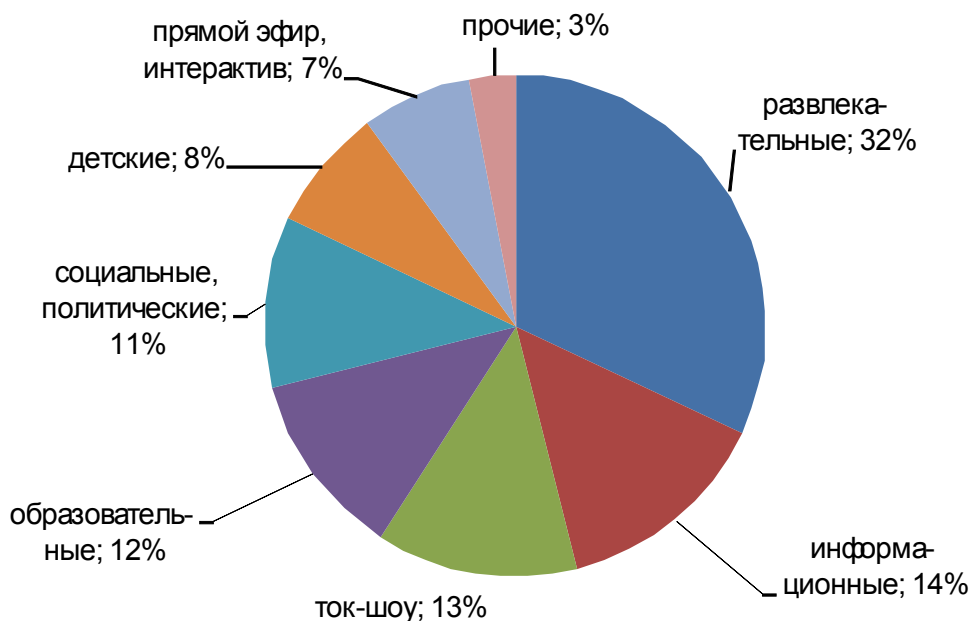
Практически все опрошенные представители медиа отметили, что собственный контент будет включать или уже включает в себя в основном развлекательные (молодежные, музыкальные и пр.) программы:

Диаграмма 35. Ответы респондентов на вопрос о том, какого рода программы они будут производить (или уже производят) (n=52)



При этом на ТВ развлекательные передачи предположительно займут 32% времени всего собственного контента; студийные ток-шоу и прямой эфир - 20%; информационные передачи - 14%; образовательно-познавательные - 12%; социальные и политические - 11%; детские - 8%:

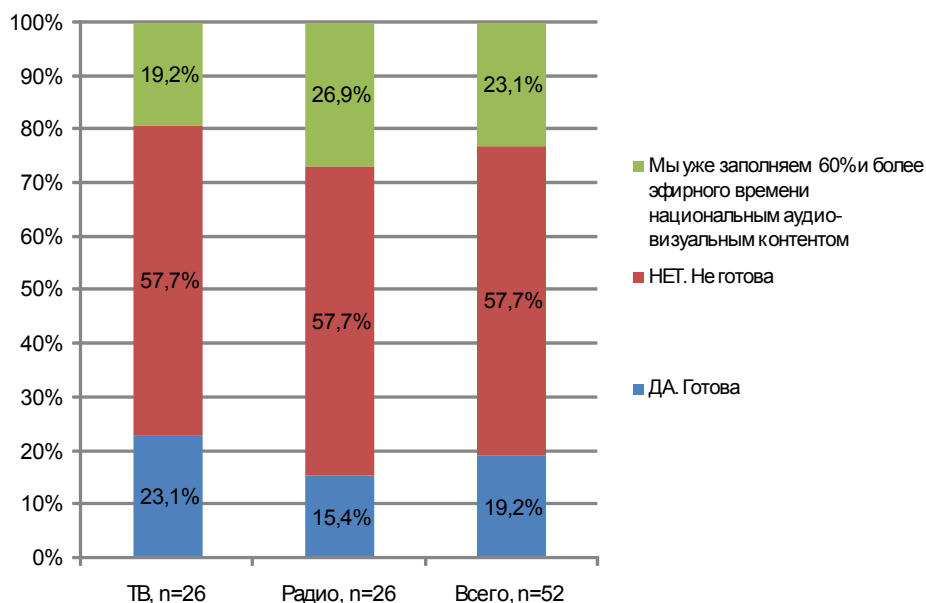
Диаграмма 36. Ответы респондентов ТВ-вещателей на вопрос о том, какого рода программы они будут производить (или уже производят) (эфирное время, контент собственного производства, %)



6. Готовность к заполнению 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом.

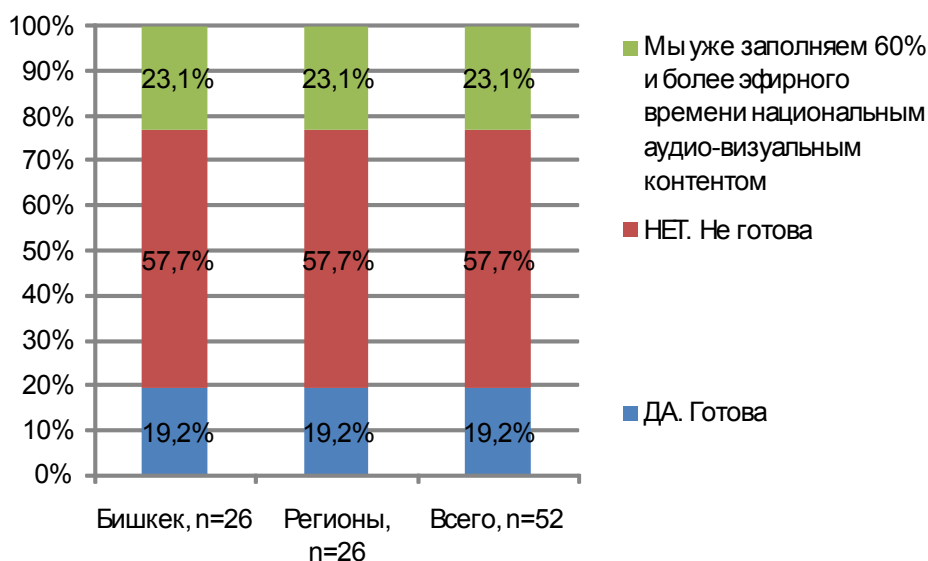
Около 40% опрошенных представителей ТРВК отметили, что готовы заполнять или уже заполняют 60% своего времени национальным аудио-визуальным контентом:

Диаграмма 37. Готовность к заполнению 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом, в разрезе типа ТРВК



Готовность к заполнению 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом от региона не зависит:

Диаграмма 38. Готовность к заполнению 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом, в разрезе региона



Судя по ответам респондентов (медианные значения), на данный момент ТРВК готовы выпускать в эфир национальный аудио-визуальный контент в объеме только около 20% времени на радио и 5% на ТВ:

Таблица 31. Описательные статистики для средних значений доли заполнения 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом, в разрезе типа ТРВК

	Среднее кол-во, %	Медиана, %	Минимум, %	Максимум, %	Ст. отклонение	n=
ТВ	6,2	5,0	0,0	20,0	6,919	9
Радио	19,0	20,0	2,0	35,0	12,615	8
Всего	12,2	10,0	0,0	35,0	11,711	17

Согласно медианным значениям существенных отличий по заполнению отечественным контентом в региональном разрезе нет:

Таблица 32. Описательные статистики для средних значений доли заполнения 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом, в разрезе региона

	Среднее кол-во, %	Медиана, %	Минимум, %	Максимум, %	Ст. отклонение	n=
Бишкек	16,7	13	2	35	14,557	7
Регионы	9,1	10	0	20	8,700	10
Всего	12,2	10	0	35	11,711	17

Этим компаниям для перехода на вещание национального аудио-визуального контента согласно Закону о ТРВ необходимо около 1 года для ТВ и 2 лет для радио:

Таблица 33. Описательные статистики для средних значений количества месяцев для заполнения 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом, в разрезе типа ТРВК

	Среднее кол-во, мес.	Медиана, мес.	Минимум, мес.	Максимум, мес.	Ст. отклонение	n=
ТВ	25,7	14,0	0,3	120,0	34,416	12
Радио	38,6	24,0	1,0	200,0	59,463	10
Всего	31,6	20,0	0,3	200,0	46,681	22

Региональным ТРВК также требуется больше времени для заполнения своего эфира отечественным контентом (2 года против полугода для бишкекских каналов):

Таблица 34. Описательные статистики для средних значений количества месяцев для заполнения 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом, в разрезе региона

	Среднее кол-во, мес.	Медиана, мес.	Минимум, мес.	Максимум, мес.	Ст. отклонение	n=
Бишкек	16,9	6	0	60	22,640	6
Регионы	37,1	24	1	200	52,549	16
Всего	31,6	20	0	200	46,681	22

Стоимость перехода на заполнение 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом респонденты оценили в среднем в 650 тыс. сом:

Таблица 35. Описательные статистики для средних значений суммы перехода к заполнению 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом, в разрезе типа ТВК

	Среднее кол-во, сом	Медиана, сом	Минимум, сом	Максимум, сом	Ст. отклонение	n=
ТВ	2115454,5	1000000,0	70000,0	10000000,0	2966450,282	11
Радио	14865418,6	300000,0	30000,0	100000000,0	37556540,416	7
Всего	7073773,9	650000,0	30000,0	100000000,0	23321743,158	18

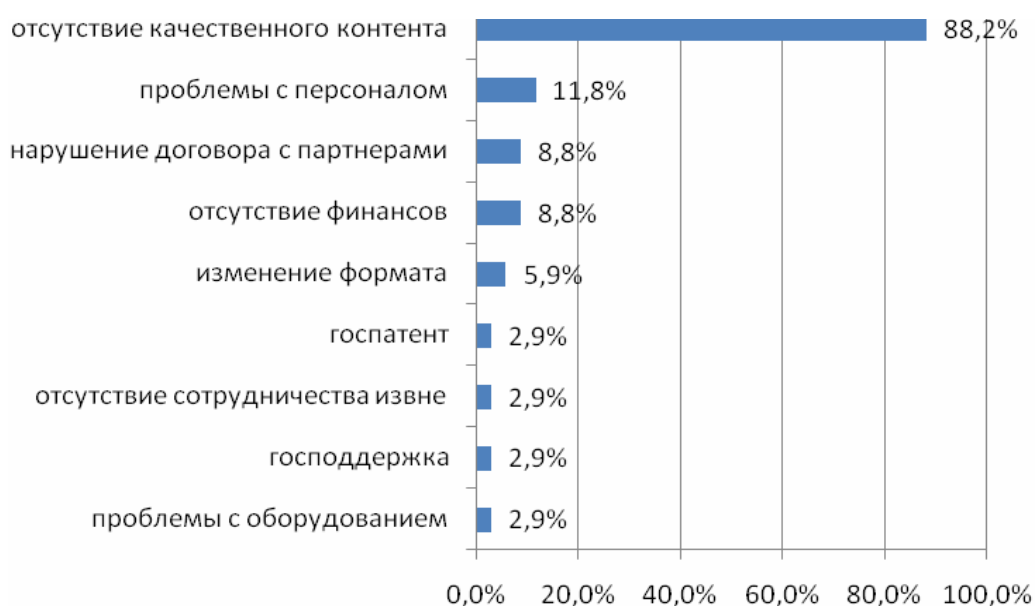
В регионах оценочные суммы перехода выше, чем в Бишкеке (800 тыс. сом и 300 тыс. сом соответственно):

Таблица 36. Описательные статистики для средних значений суммы перехода к заполнению 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом, в разрезе региона

	Среднее кол-во, сом	Медиана, сом	Минимум, сом	Максимум, сом	Ст. отклонение	n=
Бишкек	300000,0	300000	300000	300000	-	1
Регионы	7472231,2	800000	30000	100000000	2,398E+07	17
Всего	7073773,9	650000	30000	100000000	2,332E+07	18

Основной сложностью заполнения 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом более 80% респондентов назвали отсутствие качественного национального контента:

Диаграмма 39. Сложности заполнения 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом



Существенных отличий в ответах респондентов о трудностях заполнения своего эфира отечественной продукцией нет:

Таблица 37. Сложности заполнения 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом, в разрезе типа ТРВК (%)

	ТВ	Радио	Всего
отсутствие качественного контента	81,3	94,4	88,2
проблемы с персоналом	6,3	16,7	11,8
отсутствие финансов	6,3	11,1	8,8
нарушение договора с партнерами	12,5	5,6	8,8
изменение формата	-	11,1	5,9
проблемы с оборудованием	-	5,6	2,9
господдержка	6,3	-	2,9
отсутствие сотрудничества извне	-	5,6	2,9
госпатент	6,3	-	2,9
n=	16	18	34

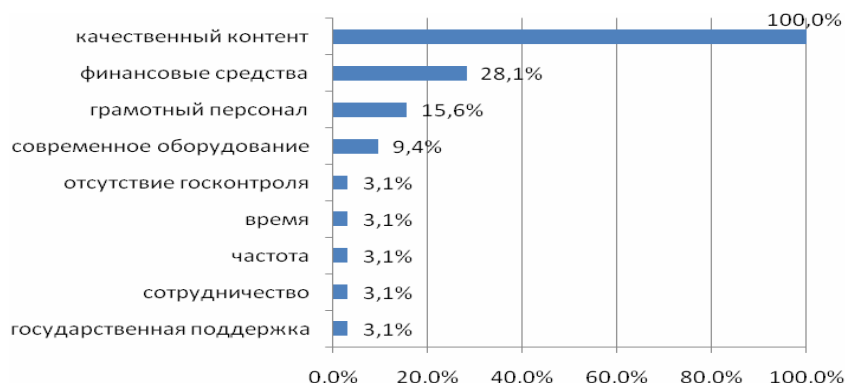
Такой ответ как проблемы с персоналом чаще отмечали бишкекские радиоканалы (18% против 6% в регионах):

Таблица 38. Сложности заполнения 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом, в разрезе региона (%)

	Бишкек	Регионы	Всего
отсутствие качественного контента	94,1	82,4	88,2
проблемы с персоналом	17,6	5,9	11,8
отсутствие финансов	5,9	11,8	8,8
нарушение договора с партнерами	5,9	11,8	8,8
изменение формата	11,8	-	5,9
проблемы с оборудованием	5,9	-	2,9
Господдержка	-	5,9	2,9
отсутствие сотрудничества извне	5,9	-	2,9
Госпатент	5,9	-	2,9
n=	17	17	34

Как и следовало ожидать, все респонденты отметили отсутствие качественного национального аудио-визуального контента:

Диаграмма 40. Ответы респондентов на вопрос о том, что нужно для заполнения 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом



Существенных отличий в ответах респондентов о том, что нужно их компании для заполнения своего эфира отечественной продукцией нет:

Таблица 39. Ответы респондентов на вопрос о том, что нужно для заполнения 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом, в разрезе типа ТРВК (%)

	ТВ	Радио	Всего
качественный контент	100,0	100,0	100,0
финансовые средства	29,4	26,7	28,1
грамотный персонал	11,8	20,0	15,6
современное оборудование	11,8	6,7	9,4
государственная поддержка	5,9	-	3,1
сотрудничество	-	6,7	3,1
частота	5,9	-	3,1
время	5,9	-	3,1
отсутствие госконтроля	5,9	-	3,1
n=	17	15	32

Также нет существенных отличий на этот вопрос и в региональном разрезе:

Таблица 40. Ответы респондентов на вопрос о том, что нужно для заполнения 60% эфирного времени национальным аудио-визуальным контентом, в разрезе региона (%)

	Бишкек	Регионы	Всего
качественный контент	100,0	100,0	100,0
финансовые средства	33,3	23,5	28,1
грамотный персонал	13,3	17,6	15,6
современное оборудование	6,7	11,8	9,4
государственная поддержка	-	5,9	3,1
сотрудничество	6,7	-	3,1
частота	-	5,9	3,1
время	-	5,9	3,1
отсутствие госконтроля	-	5,9	3,1
n=	15	17	32

7. Заключение.

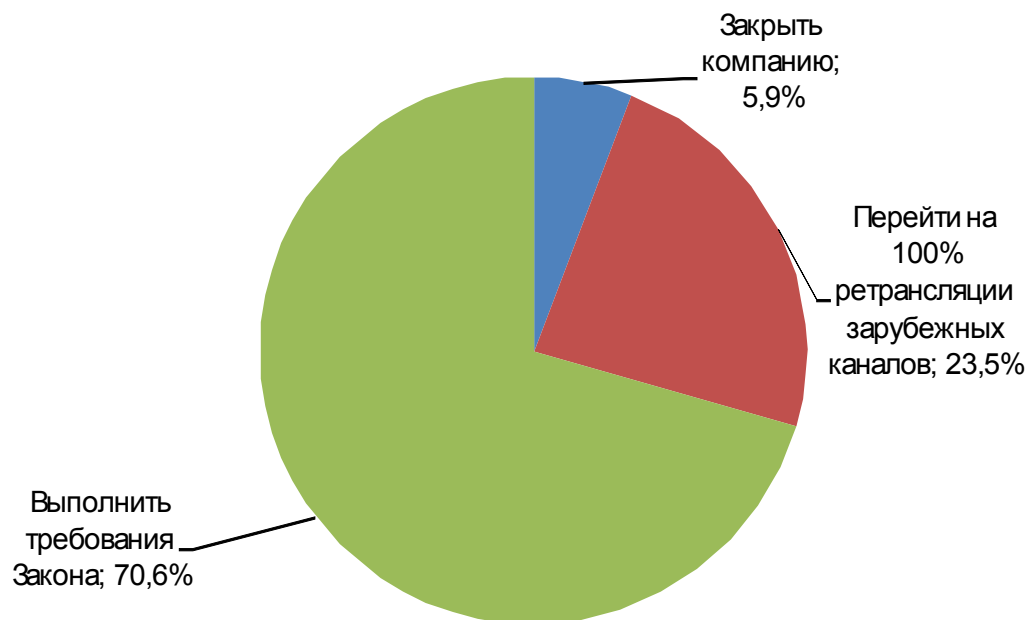
По оценкам представителей ТРВК наибольшую проблему для них представляет национальный аудио-визуальный контент:

Таблица 41. Ответ респондентов на вопрос о том, какие изменения для их компании возможны в ближайшие 3 года (средние оценки)

	% эфира к концу 2009 года	% эфира к концу 2010 года	% эфира к концу 2011 года
% вещания на кыргызском языке	53,2	55,5	61,1
% вещания собственного производства	50,6	56,1	66,7
% вещания национального аудио-визуального контента	42,1	50,0	57,8

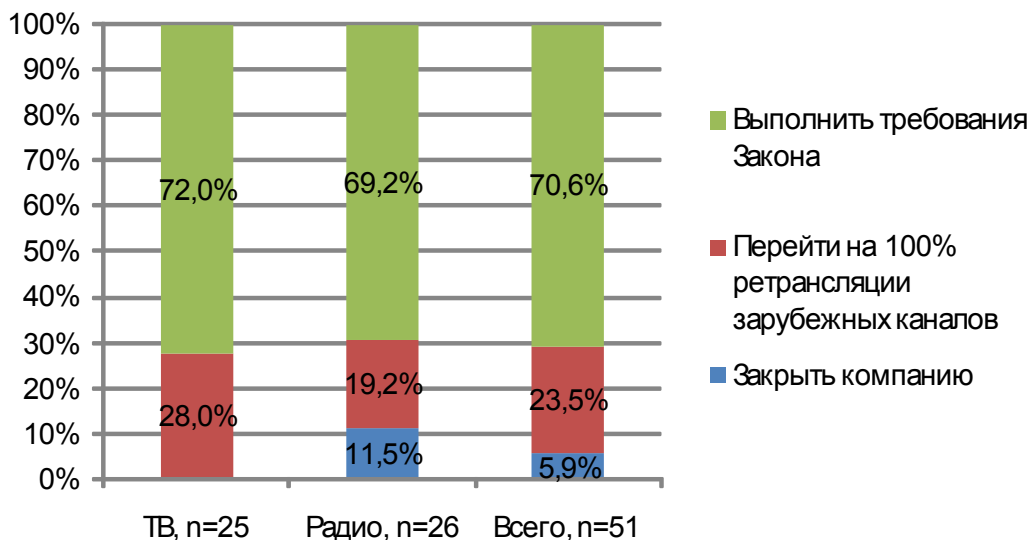
Несмотря на вышеизложенные проблемы, около 70% респондентов отметили, что если бы соответствующие органы жестко требовали выполнения Закона о ТРВ, вплоть до отзыва лицензии, то компании были бы вынуждены Закон соблюдать:

Диаграмма 41. Ответы респондентов на вопрос о том, какой выбор они бы сделали, если бы соответствующие органы стали бы жестко требовать выполнения Закона о ТРВ, вплоть до отзыва лицензии



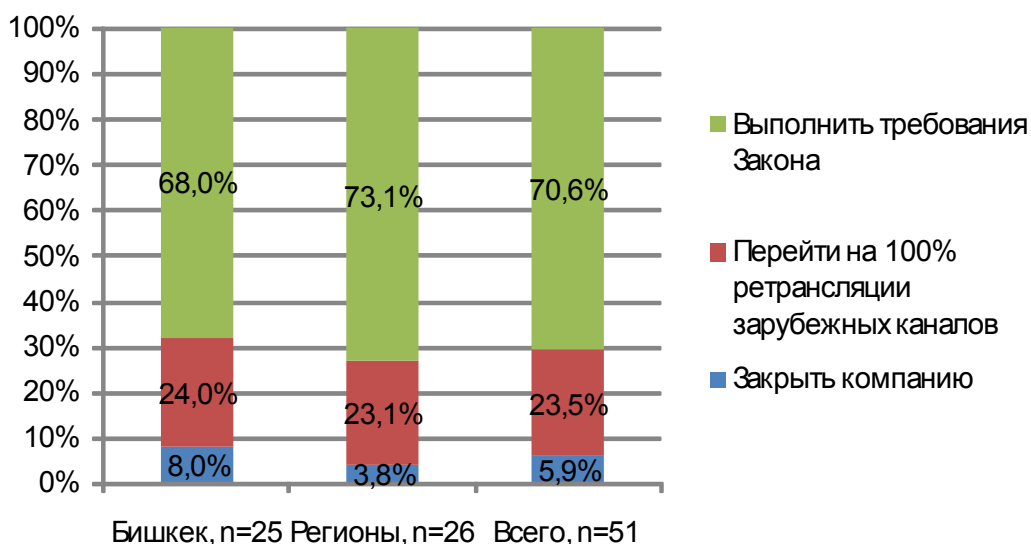
О закрытии компании упоминали только радиоканалы (12%):

Диаграмма 42. Ответы респондентов на вопрос о том, какой бы они выбор они сделали, если бы соответствующие органы стали бы жестко требовать выполнения Закона о ТРВ, вплоть до отзыва лицензии, в разрезе типа ТРВК



Значимых отличий в ответах на этот вопрос в региональном разрезе нет:

Диаграмма 43. Ответы респондентов на вопрос о том, какой бы они выбор они сделали, если бы соответствующие органы стали бы жестко требовать выполнения Закона о ТРВ, вплоть до отзыва лицензии, в разрезе региона



Основным выводом респондентов после обсуждения анкетных вопросов было пожелание о необходимости внесения изменений в Закон о ТРВ:

Диаграмма 44. Ответы респондентов на вопрос о том, что необходимо сделать для того, чтобы положения нового Закона о ТРВ начали выполняться



О необходимости качественного контента говорили только представители радиоканалов (27%), тогда как о соблюдении Закона, финансовых средствах и государственной поддержке чаще упоминали респонденты г. Бишкек:

Таблица 42. Ответы респондентов на вопрос о том, что необходимо сделать для того, чтобы положения нового Закона о ТРВ начали выполняться, в разрезе типа ТРВК (%)

	ТВ	Радио	Всего
внесение изменений в закон	34,6	46,2	40,4
необходим качественный контент	-	26,9	13,5
лоббирование, соблюдение закона, усиление контроля	19,2	7,7	13,5
финансы	15,4	3,8	9,6
государственная поддержка, Госкино, техподдержка	11,5	3,8	7,7
необходимы квалифицированные кадры	7,7	3,8	5,8
должны учитывать мнение других национальностей	3,8	-	1,9
изменение формата	-	3,8	1,9
информация	-	3,8	1,9
разработка новых идей	-	3,8	1,9
создание условий для развития телекомпаний	3,8	-	1,9
современное оборудование	3,8	-	1,9
эффективно работать	3,8	-	1,9
учитывать мнение аудитории	3,8	-	1,9
затруднились, отказались ответить	11,5	15,4	13,5
n=	26	26	52

В региональном разрезе можно отметить существенные отличия. Так, о необходимости внесения изменений в Закон о ТРВ в два раза чаще упоминали бишкекские респонденты (57%). Кроме того, они чаще говорили о необходимости качественного контента (26% против 3% в регионах), в то время, как региональные ТРВК чаще упоминали финансовые вопросы и необходимость квалифицированных специалистов:

Таблица 43. Ответы респондентов на вопрос о том, что необходимо сделать для того, чтобы положения нового Закона о ТРВ начали выполняться, в разрезе региона (%)

	Бишкек	Регионы	Всего
внесение изменений в закон	53,8	26,9	40,4
необходим качественный контент	23,1	3,8	13,5
лоббирование, соблюдение закона, усиление контроля	11,5	15,4	13,5
Финансы	7,7	11,5	9,6
государственная поддержка, Госкино, техподдержка	7,7	7,7	7,7
необходимы квалифицированные кадры	3,8	7,7	5,8
должны учитывать мнение других национальностей	-	3,8	1,9
изменение формата	3,8	-	1,9
Информация	-	3,8	1,9
разработка новых идей	-	3,8	1,9
создание условий для развития телекомпаний	-	3,8	1,9
современное оборудование	3,8	-	1,9
эффективно работать	-	3,8	1,9
учитывать мнение аудитории	-	3,8	1,9
затруднились, отказались ответить	7,7	19,2	13,5
n=	26	26	52