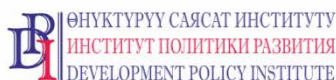


ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

КАК ФАКТОР И ИНДИКАТОР РАЗВИТИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

11-12
октября
2012
БИШКЕК



ӨНУКТУРУУ САЯСАТ ИНСТИТУТУ
ИНСТИТУТ ПОЛИТИКИ РАЗВИТИЯ
DEVELOPMENT POLICY INSTITUTE

CIPE Центр международного
частного
предпринимательства



Пресс-клуб
Кыргызской
фондовой биржи



National Endowment
for Democracy
Supporting freedom around the world

ИТОГИ

Международной конференции «Экономическая журналистика как фактор и индикатор развития рыночной экономики»

Дата конференции: 11-12 октября 2012 г.

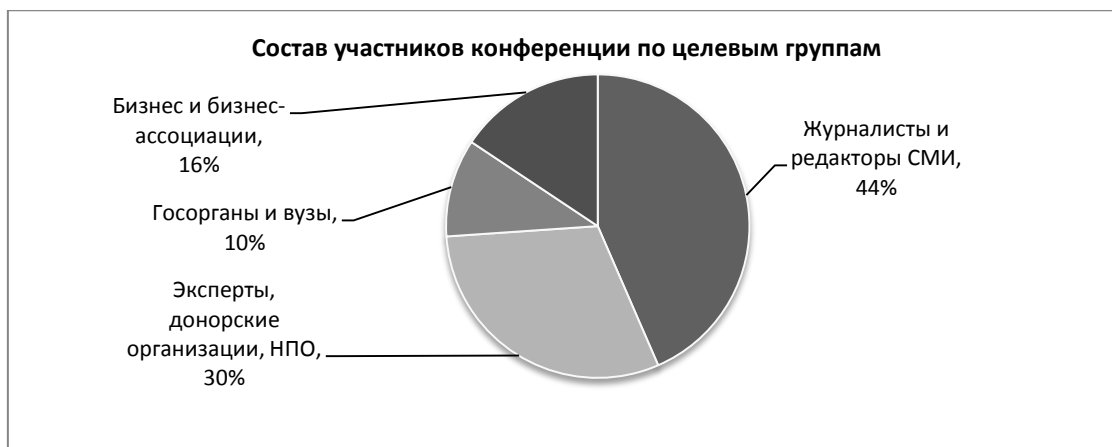
Дата отчета: 15 ноября 2012 г.

Оглавление

Общая информация	1
Предпосылки и цель конференции	2
Рекомендации участников конференции	2
Анализ и рекомендации	3
Механизмы сотрудничества	5
Отзывы участников конференции	6
О пользе конференции	6
Что нужно изменить или добавить?	6
Результаты опроса участников конференции	7
Фотоотчет	10

Общая информация

Конференция «Экономическая журналистика как фактор и индикатор развития рыночной экономики» состоялась в Бишкеке 11 и 12 октября 2012 года. В конференции приняли участие 115 представителей бизнеса, государственных структур, гражданского общества, учреждений образования и СМИ из **10 стран**: *Кыргызстана, Казахстана, России, Таджикистана, Туркменистана, Узбекистана, Украины, Беларуси, Грузии и США*. Две основные группы участников составили журналисты и экспертное сообщество, включая донорские организации. Состав участников в зависимости от целевых аудиторий представлен на диаграмме ниже.



Предпосылки и цель конференции

Свобода экономического слова необходима для развития демократии и рыночных отношений. При этом СМИ должны выступать главным коммуникационным каналом между властью, бизнесом и населением. Граждане не могут реализовать свои экономические права, если не понимают принятых решений, если у них нет доступа к экономической информации и возможности выражать свои экономические требования свободно.

Общая социально-экономическая ситуация, последствия мирового кризиса, высокая импортозависимость при сохранении административных методов управления, экономический страх и инвестиционная неуверенность усугубляются в странах Центральной Азии отсутствием разносторонней информации, позволяющей населению принимать самостоятельные экономические решения.

Необходимо отметить, что данная проблема существует практически во всех странах СНГ, корни частично лежат в плоскости несовершенства законодательства, частично – в отсутствии у граждан знаний о своих правах.

Для решения этих проблем эксперты из Кыргызстана провели ряд мероприятий при участии экономических журналистов из соседних стран, в том числе, *Международную конференцию «Финансовая грамотность и экономическая журналистика как факторы стабильности и борьбы с бедностью»*, Кыргызстан, 2011 г. и *Семинар-обсуждение «Экономическая журналистика и финансовая грамотность: воздействие на бедность и стабильность развития. Перспективы, проблемы и сотрудничество Таджикистана и Кыргызской Республики»*, Таджикистан, 2012 г. В ходе этих мероприятий эксперты установили, что журналисты стран Центральной Азии нуждаются в обмене опытом и информацией, поэтому главной целью конференции 2012 года стали:

- демонстрация проблем и достижений в развитии экономической журналистики и ее воздействия на развитие рыночной экономики в странах СНГ;
- решение вопроса о сотрудничестве между экономическими журналистами стран Центральной Азии.

Рекомендации участников конференции

В программе конференции был описан порядок проведения групповых дискуссий (см. приложение), согласно которому все участники были разбиты на три группы: «Бизнес + СМИ = свободный рынок?», «СМИ как инструмент борьбы с коррупцией», «Образование». Перед каждой группой были поставлены соответствующие вопросы. Далее мы представляем результаты групповых работ, которые вылились в анализ ситуации и рекомендации заинтересованным сторонам.

Анализ и рекомендации

- **Ангажированность и самоцензура СМИ.** Полностью свободных, 100% объективных СМИ в условиях наших стран быть не может, так как СМИ неизбежно подвержены давлению собственника, власти и рекламодателя. Чтобы обеспечить защиту от этого давления, преодолеть излишнюю ангажированность, которая может наносить ущерб интересам потребителя информации, необходимы соответствующие правовые условия и адекватная судебная система. При этом степень ангажированности и необъективности СМИ зависит от их места в экономической и политической системе каждой страны. Так, место СМИ в политической и экономической системе стран Центральной Азии и некоторых государств существенно менее значимое и защищенное, чем, например, в странах Европы. Помимо государственного давления, традиционно рассматриваемого как фактор ангажированности (особенно в отношении государственных СМИ), в последнее время все более актуальным становится фактор давления рекламодателя (как через собственника, так и напрямую). И чем крупнее рекламодатель, тем меньше вероятность того, что СМИ выступит с объективной критикой в его адрес (как по прямому указанию, так и вследствие самоцензуры). В то же время, неизбежная ангажированность СМИ не означает автоматической неизбежной ангажированности журналиста. Журналист имеет возможность оставаться честным и объективным, где бы он не работал, но в зависимости от условий и правой среды это будет требовать от него различного уровня затрат – моральных и материальных.
 - *Рекомендовано обобщение и анализ редакционных политик в отношении ангажированности и самоцензуры, предоставление рекомендаций редакторам и собственникам о том, что объективность способна превращаться в капитал издания.*
- **Дозирование информации со стороны источников (государство).** Правительства Центральной Азии нельзя назвать открытыми. Государство дозирует информацию, связанную с экономическими вопросами. Тому есть несколько причин. Во-первых, государство еще не освободилось от наследия прошлого – привычки работать по принципу дозирования информации в целях пропаганды и воздействия на общественное мнение, государство не ощущает себя поставщиком услуг и не чувствует обязанности отчитываться перед нанимателем – налогоплательщиком. Во-вторых, государство владеет большой долей имущества и нередко выступает в роли игрока рынка, вступая в конкурентные преимущества, что также заставляет дозировать информацию. В-третьих, общество, в том числе, СМИ не очень хорошо понимают, какого рода информация необходима гражданам для успешного рыночного поведения, что дает государству возможность успешно «фильтровать» раскрываемую информацию о рынках. В-четвертых, непростые взаимоотношения стран Центральноазиатского региона в отношении некоторых видов ресурсов заставляют их дозировать информацию о рынках и ресурсах в геополитических интересах, низок уровень доверия между правительствами стран региона. Все это препятствует успешному развитию рыночной экономики в данных странах, что становится еще одним фактором необходимости объединения усилий экономических журналистов стран региона в деле полного раскрытия экономической информации.
 - *Рекомендовано создание сети или виртуальной Интернет-площадки, которая дала бы журналистам из стран региона возможность обмениваться не только уже раскрытой информацией, но и сведениями об источниках информации, экспертах.*
- **Позиция редакторов.** Одной из проблем в развитии экономического контента в массовых или «народных» СМИ является позиция редакторов, которые часто не понимают и не принимают экономические темы.
 - *Рекомендовано проводить разъяснительную работу, что СМИ как бизнес будет более успешным в том случае, если будет предоставлять своему массовому потребителю качественный экономический контент. При этом качество*

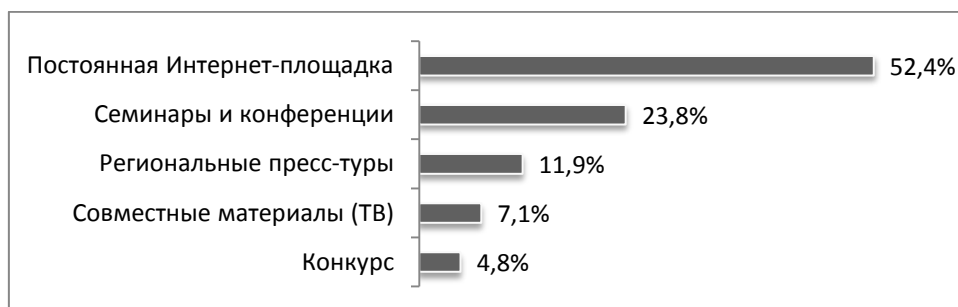
данного контента означает следующее: информация имеет значение для ежедневной жизни большого числа людей; информация помогает принимать решения в отношении материальных интересов; информация нова и правдива; информация изложена максимально просто и понятно; информация предоставляет «рецепты» по улучшению материального положения потребителя.

- **Воздействие на власть.** Возможности СМИ давления на государство и их роль в развитии экономики велики, но недостаточно используются в странах ЦА.
 - *Рекомендовано распространять лучшую практику взаимодействия бизнеса и СМИ в целях давления на государство для улучшения условий жизни и экономического развития. Распространение лучшей практики возможно через Интернет-площадку.*
- **Журналистские расследования.** Выявление фактов коррупции через журналистские расследования в странах Центральной Азии возможно, однако связано с большими трудностями. Главным фактором для увеличения числа таких расследований является мотивация журналистов делать эту работу. При этом мотивация может носить материальный и нематериальный характер. В отношении материальной мотивации само медиа-сообщество мало что может сделать. Но не менее важным фактором является нематериальная мотивация, основанная на амбициях и творческой соревновательности, присущих журналистам вне зависимости от страны проживания. И вот в отношении нематериальной мотивации медиа-сообщество стран регионов способно оказать воздействие через организацию и проведение творческих конкурсов, а также распространение лучшей практики. При этом для повышения эффективности воздействия журналистских расследований необходимо создавать мотивацию для их продолжения, так как часто предмет журналистского расследования – проблема или преступление – могут жить и развиваться в течение длительного времени, иногда годами, что требует от журналиста возвращения к теме, часто неоднократного.
 - *Рекомендовано организовать региональный международный конкурс на лучшее журналистское расследование по экономическим вопросам. Рекомендовано включить в творческие конкурсы специальные поощрительные элементы за серийные расследования или расследования в течение длительного времени. Элементом лучшей практики должны стать: наличие реакции на расследования со стороны государства; сотрудничество журналиста с организациями гражданского общества в ходе расследования.*
- **Подготовка журналистов.** В отношении базового журналистского образования (бакалавриат), большинство участников подтвердили его необходимость без специализации, однако обратили внимание на необходимость использования разных подходов, включая синтез теории и практики, главная цель которого – получение базовых знаний и практических навыков. Однако в отношении магистратуры большинство считает необходимой специализацию, в том числе, по экономической журналистике. Чтобы обеспечить качество подготовки магистрантов, в число преподавателей надо вовлекать как минимум две категории специалистов. Во-первых, экспертов в экономике, уже пишущих для популярных изданий, так как они могут переложить сложную экономическую информацию на простой язык, разъяснить будущим журналистам основы и тенденции своей экономической сферы, а также поделиться с ними своим умением «перевода». Во-вторых, в учебном процессе нужны журналисты-практики, хорошо пишущие на экономические темы, так как они могут поделиться со студентами навыками поиска и обработки экономической информации, а также навыками переложения ее в более доступную форму. С этим предложением согласились все участники конференции, однако выяснилось, что многие страны Центральной Азии не могут похвастаться достаточным количеством экспертов, чтобы организовать полноценный профессиональный курс подготовки экономических журналистов.

- Рекомендовано организовать Академию или Школу экономической журналистики стран Центральной Азии и проводить обучающие курсы (на базе неправительственной экспертной организации или университета) одной из стран на регулярной основе. Вопрос о продолжительности и формате курса остался открытым, учитывая реалии, протяженность курса будет зависеть от финансовых ресурсов, которые удастся привлечь для реализации данного проекта. В качестве слушателей курсов могут выступить две категории специалистов: молодые журналисты, желающие специализироваться в экономике; и эксперты-экономисты, желающие активно сотрудничать со СМИ (или стать журналистами).

Механизмы сотрудничества

В ходе подготовки к конференции, в частности, в рамках семинара-обсуждения, состоявшегося в Душанбе в 2012 году, были предложены несколько механизмов регионального сотрудничества для развития экономической журналистики. Участники конференции рассмотрели все предложенные механизмы и определили степень актуальности и эффективности каждого из них. Рейтинг актуальности и эффективности предложенных механизмов представлен ниже.



Самым популярным механизмом оказалась постоянно действующая Интернет-площадка, которая, к тому же, способна объединить на своей базе все другие механизмы. В ходе дальнейшей переписки с участниками конференции возникло краткое приблизительное описание этой площадки.

- Цель портала - развитие массовой экономической журналистики в странах ЦА путем информационного обмена между журналистами
- Целевая аудитория - экономические журналисты, редакторы СМИ, эксперты, аналитики и исследователи в сфере экономики и массовых коммуникаций
- Задачи портала - собрать в одном месте аналитические материалы по темам взаимного интереса и интеграции; собрать коллекцию самых удачных примеров подачи экономической информации для населения; собрать примеры лучшего опыта воздействия СМИ на экономические процессы; создать базу данных по экономическим журналистам стран ЦА; создать базу данных по экспертам по темам взаимного интереса в странах ЦА
- Приблизительная структура (перечень разделов):
 - Горячие темы (подборка трансрегиональных публикаций по темам совместного интереса, контакты экспертов по горячим темам в странах ЦА; возможно разделение на подрубрики – водный баланс, вступление в ВТО и ТС, приграничная торговля, энергетический баланс, народная экономика).
 - Новое в экономической журналистике (примеры лучшей практики изложения экономических материалов).
 - Мы меняем экономику (примеры воздействия экономических журналистов на реальность).
 - Эксперты (список экспертов по темам и по странам).
 - Журналисты (список журналистов, которые готовы помочь своим коллегам в поиске информации, например).
 - Инфографика.

Отзывы участников конференции

О пользе конференции

- Свежие мысли участников конференции способствуют тому, чтобы задуматься над происходящим вокруг с разных позиций. Мне конференция полезна с двух сторон, т.к. я являюсь редактором журнала и его собственником. То есть, по сути, я бизнесмен и журналист в одном лице. Я услышала много полезного о том, как приблизиться к балансу между просветительской деятельностью (как СМИ) и создать успешный бизнес (как заработать, будучи редактором журнала и обеспечить сотрудников достойной зарплатой).
- Чрезвычайно полезная. Считаю необходимым формы взаимодействия СМИ и журналистов срочно внедрить у нас, а здесь рассказывают, как это сделать. Хочу участвовать в региональных программах по экономической журналистике.
- Важно и интересно: бизнес лоббизм-выражение интересов консолидированных групп бизнеса и сотрудничество государства, бизнеса и СМИ (опыт РФ). Влияние бизнес-ассоциаций на принятие решений посредством СМИ на стадиях разработки и принятия решений (законодательство). Взаимодействие экспертного сообщества – представителей бизнес-ассоциаций со СМИ, непосредственно с носителями и выразителями хозяйственно-экономических и финансовых интересов посредством инструмента APB. Использование международных рейтингов для отражения экономической ситуации в стране, регионе. Отражение в СМИ сути реформ (экономических, политических функций государства и зоны ответственности сторон).
- При правильном расставлении приоритетов в решении проблем, при реальном обмене опытом среди журналистов различных регионов и слаженных действиях экономическая журналистика может стать образовательной основой для повышения финансовой и экономической грамотности населения. Также для успешной реализации действий экономической журналистики необходимо работникам СМИ повышать свою квалификацию в сфере экономики, найти новые подходы донесения правильной и объективной информации. Эта информация весьма полезна и своевременна. Затянувшийся политический кризис в нашей стране дестабилизирует все остальные сферы, и в первую очередь, сектор экономики. Было полезно получить информацию об извлеченных уроках участников из других стран и СМИ. Конференция явилась площадкой для обсуждения насущных проблем, необходимо создавать и причем создавать ежедневно, ежечасно такую парадигму чтобы население страны поняло, что надо самим деньги зарабатывать, это прилично, престижно, и должно быть уважаемо в обществе. И в этом случае без СМИ и вузов этого нам не сделать!

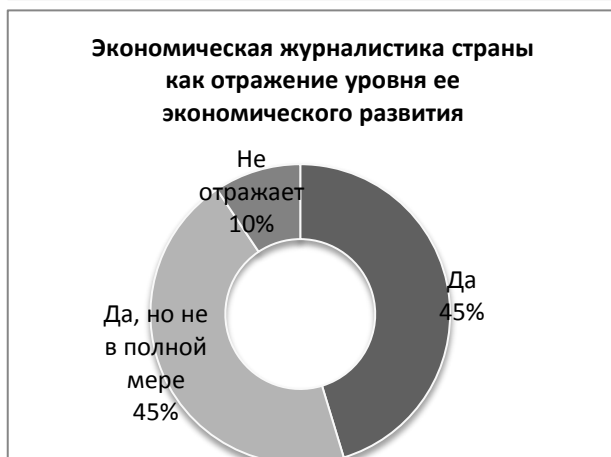
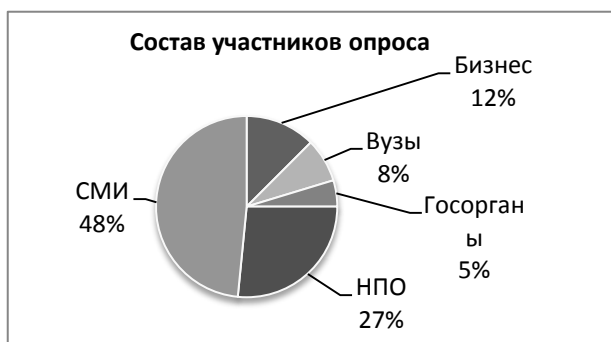
Что нужно изменить или добавить?

- Предложила бы проект Этнического кодекса для журналистов, занимающихся PR- и заказными материалами о бюджете в стране.
- Добавить мастер-класс для молодых авторов.
- В будущем использовать отдельную доску с проектором и лентой Twitter. Для того, чтобы параллельно писать дополнения и комментарии.
- Я бы разделила на определенные блоки: пример: взаимодействие бизнеса и СМИ, специализированные экономические издания, экономическая журналистика в массовых изданиях, разведывательная экономическая журналистика и т.д.
- Блок "вопрос и ответ" после каждой темы/выступления презентатора, а не в конце каждого раздела. Это позволило бы обеспечить оживленный диалог. В раздаточные материалы включить материалы конференции и дополнительные материалы на электронных носителях (CD-диски или флеш-карты).
- Было очень много докладов, перевернуть всю информацию тяжело.

- Каждое теоритическое выступление сочетать с маленькими практическими занятиями, например, разбор журналистских казусов.
- В списке участников конференции указала бы электронную почту. Достигается просто: потенциальный участник отмечает свое согласие или несогласие на сообщение своего адреса в заявке на участие или в анкете участника (часто отмечая: да, нет).

Результаты опроса участников конференции

- 90% согласны с тем, что экономическая журналистика страны отражает уровень ее экономического развития.
- 70% уверены, что экономическая журналистика оказывает воздействие на каждого человека, фирму или организацию.
- Интернет лидирует в рейтинге наиболее актуальных источников экономической и финансовой информации во всех странах.
- 27% убеждены, что СМИ – эффективный инструмент борьбы с коррупцией, но большинство все же считает, что СМИ хотя и пишут о коррупции, но ситуацию это не влияет.
- 60% считают самые популярные источники информации, в том числе Интернет, ФИЗИЧЕСКИ ДОСТУПНЫМИ каждому желающему, однако 25% видят ограничения в доступе.
- ПОНЯТНЫМИ считают эти источники информации уже только 48% опрошенных.
- 45% считают самыми лучшими «объясняльщиками» рыночной экономики в СМИ привлеченных экспертов-экономистов, 35% - журналистов-обозревателей, 12% считают, это никому не под силу.



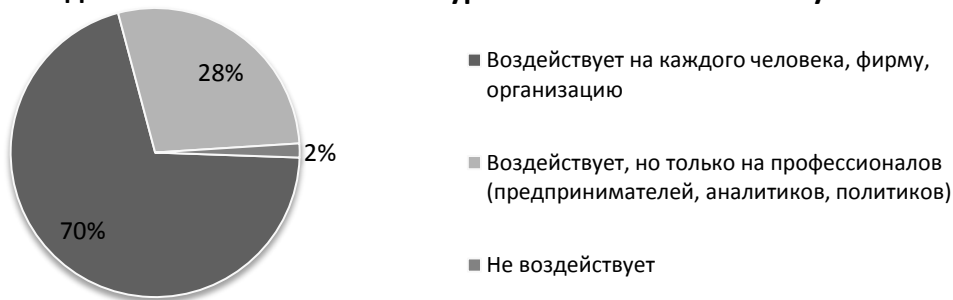
В ходе конференции участникам было предложено заполнить анкеты, ставшие инструментом мини-исследования о роли экономической журналистики в развитии рыночной экономики. Всего анкеты заполнили 64 респондента или около ___ процентов участников. Из них самую большую группу составили журналисты – 48 процентов от всех опрошенных. При этом большинство ответивших представляли Кыргызскую Республику, а из некоторых стран были только по 2 представителя (Беларусь, США, Туркменистан, Узбекистан), поэтому в страновом разрезе анализ опроса не делается.

Большинство участников (90%) согласились с тем, что экономическая журналистика страны отражает уровень ее экономического развития (слабая экономика – слабая экономическая журналистика).

Интересно, что 80% женщин уверено, что экономическая журналистика может воздействовать на каждого человека, фирму,

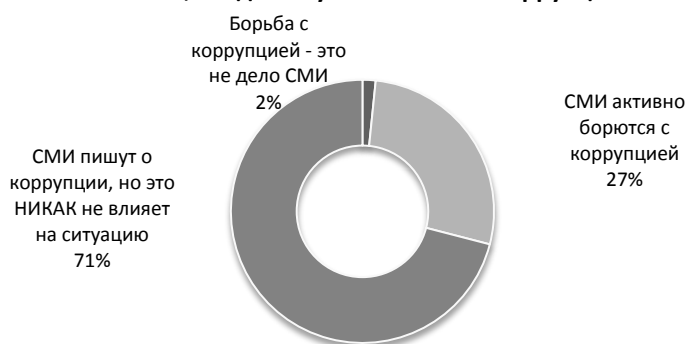
организацию, тогда как среди мужчин таковых оказалось только 55 процентов. В целом же большинство – 70% участников уверены, что экономическая журналистика оказывает воздействие на каждого человека, фирму или организацию.

Воздействие экономической журналистики на экономику



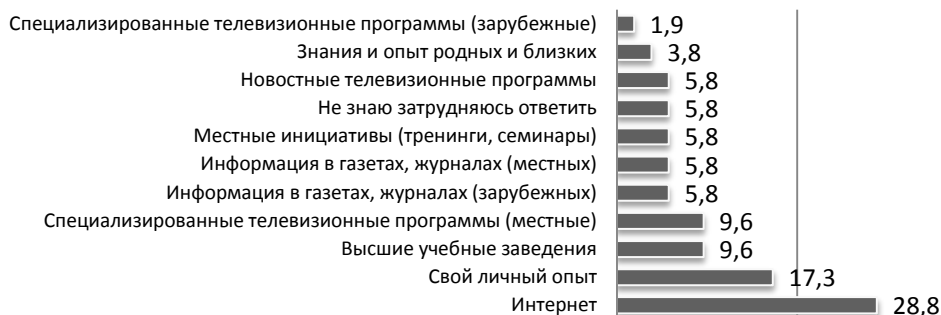
Большинство опрошенных считают, что СМИ пишут о коррупции, но это никак не влияет на ситуацию, хотя почти респондентов или 27% все-таки верят в то, что СМИ способны активно бороться с коррупцией.

Мнение о том, воздействуют ли СМИ на коррупцию?



Наиболее актуальными источниками экономической и финансовой информации с большим отрывом участники опроса признали Интернет и собственный личный опыт – почти 29 и 17 процентов соответственно. На втором месте вузы и местные специализированные телевизионные программы. Все остальные варианты ответов набрали незначительное число голосов. При этом в Кыргызстане на втором месте по популярности после Интернета оказались учебные пособия по экономике, тогда как участники из других стран практически не заметили этот источник информации.

Рейтинг наиболее актуальных источников экономической / финансовой информации, в процентах

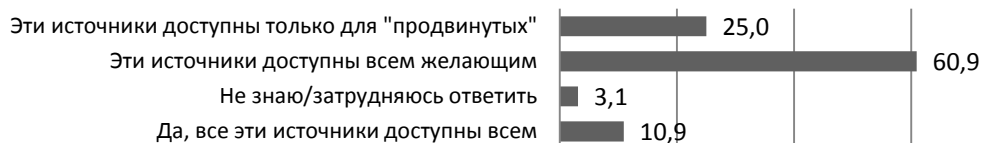


Рейтинг наиболее актуальных источников экономической / финансовой информации в Кыргызстане, в процентах



Больше половины опрошенных уверены, что самые популярные источники экономической и финансовой информации (Интернет и личный опыт) доступны всем желающим, однако четверть респондентов считают, что доступны они только «продвинутым», то есть имеющим специальные навыки и знания лицам. В отношении смысловой доступности или понятности экономической и финансовой информации, мнения несколько другое. Так, уже меньшее число респондентов уверены, что эта информация понятна всем желающим (около 47 процентов); тех, кто считает информацию непонятной большинству и недоступной в смысловом отношении становится больше – 28 процентов. И вдове больше оказалось респондентов, которые не смогли ответить на вопрос о смысловой доступности в отличие от физической (7,8 против 3,1 процента).

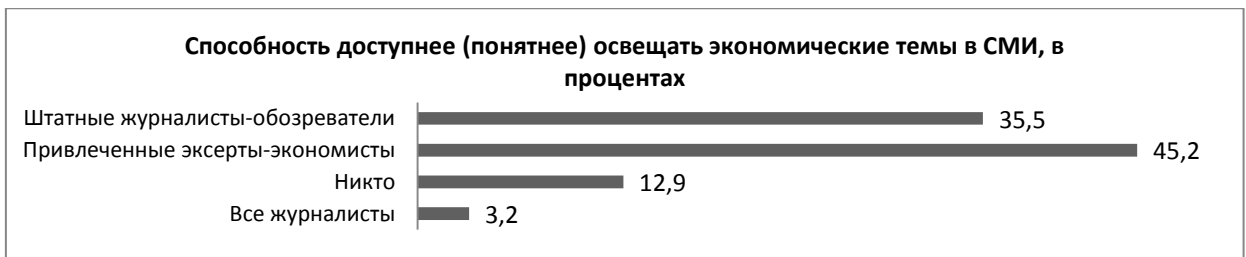
Доступность самых популярных источников информации



Понятность (смысловая доступность) экономической и финансовой информации



Участникам конференции также был задан вопрос о том, кто в СМИ вашей страны понятнее (доступнее в смысловом отношении) освещает экономические темы. В ответах на данный вопрос мнения разделились на две большие группы: 45 процентов считают, что лучше всего делают привлеченные эксперты-экономисты, но 35 процентов уверены, что понятнее всего пишут штатные журналисты-обозреватели. И почти никто не считает, что понятно об экономике и финансах пишут все журналисты. А 13 процентов опрошенных уверены, что это вообще никто не умеет делать.



Фотоотчет

Фотоотчет о конференции опубликован по адресам:

http://2012.finliteracy.kg/rus/gallery/conf_2012/

http://www.dpi.kg/ru/gallery/ecojur_2012

<http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10151224735932236.489276.616312235&type=3>

<http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10151200213492236.485365.616312235&type=3>

<http://www.facebook.com/media/set/?set=a.10151209296362236.486869.616312235&type=3>

Дополнительно диски с фотографиями были предоставлены всем иностранным участникам конференции.

Участники конференции из Кыргызстана могут получить полный фотоотчет в офисе Института политики развития.