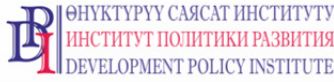


ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

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

ОТЧЕТ

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

Дата конференции: 11-12 октября 2012 г.

Дата отчета: 15 ноября 2012 г.

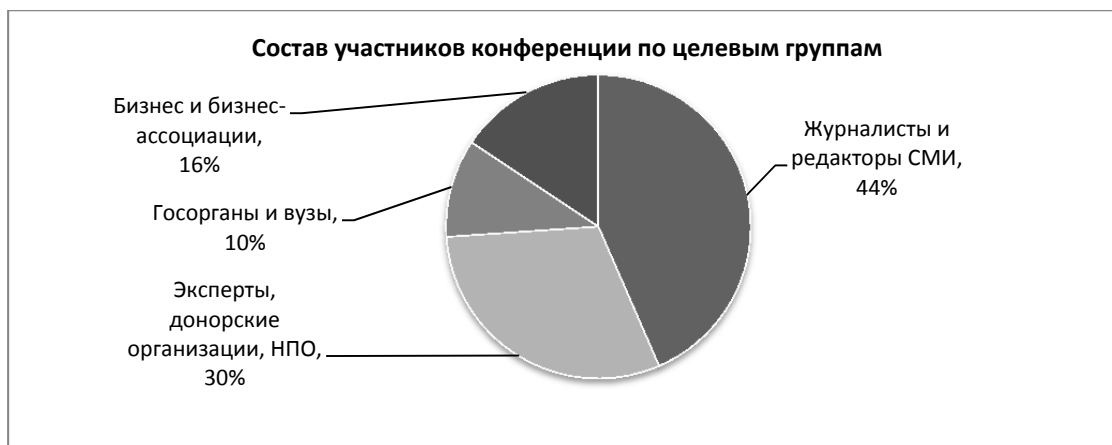
Кыргызская Республика, г. Бишкек

Оглавление

Общая информация.....	2
Предпосылки и цель конференции	2
Основные выводы	3
Подготовка к конференции	4
Программа и выступления.....	5
Рекомендации участников конференции.....	8
Анализ и рекомендации	8
Механизмы сотрудничества	10
Отзывы участников конференции.....	11
О пользе конференции.....	11
Что нужно изменить или добавить?	12
Результаты опроса участников конференции	13
Приложения	16
• Программа.....	16
• Порядок проведения групповых дискуссий.....	18
• Анкета участника.....	18
• Список участников	21
• Публикации по результатам конференции	24
• Фотоотчет	25

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 выразить 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.

Основные выводы

В ходе конференции состоялся опрос участников, краткие результаты которого оказались следующими:

- **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 целом участники конференции согласились с тем, что экономическая журналистика – это часть куда более большой и сложной проблемы – низкого уровня финансовой и экономической грамотности населения, и в этом смысле экономическая журналистика обладает большим, но пока не до конца используемым потенциалом. Подлинная экономическая журналистика должна носить народный, массовый характер и занимать свое значительное место в средствах массовой информации. Также экономическая журналистика – это инструмент взаимодействия общества, бизнеса и государства в целях создания более благоприятных условий жизни и эффективного экономического развития.

Вместе с тем, участники конференции признали, что для дальнейшего развития экономической журналистики в странах Центральной Азии необходимы объединенные усилия. Из предложенных механизмов сотрудничества участники признали самым актуальным создание Интернет-площадки, в рамках которой 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;*
- *предоставить журналистам возможность обмениваться не только уже раскрытой информацией, но и сведениями об источниках информации, экспертах;*
- *проводить разъяснительную работу среди редакторов и собственников, 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;*
- *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;*
- *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 лучшего расследования должны стать: наличие реакции на расследования со стороны государства; сотрудничество журналиста с организациями гражданского общества в ходе расследования;*
- *организовать Академию или Школу экономической журналистики стран Центральной Азии и проводить обучающие курсы на базе университета одной из стран на регулярной основе (как минимум раз в год). 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).*

Подготовка к конференции

Начиная с августа 2012 г. сотрудники ИПР, заявленные в проекте по проведению конференции, начали непосредственную работу над подготовкой. Менеджер проекта составила проект программы, а также определила и согласовала их с донором. Дополнительно, она также определила и согласовала темы выступления всех спикеров.

Ассистентом по информационной политике была проведена работа по распространению информации о предстоящей конференции внутри страны. Список рассылки состоял из более, чем 200 лиц, проживающих во всех 7 областях Кыргызстана. Кроме того, особое внимание также было уделено распространению информации через вебсайты, ведомые ИПР:

- <http://www.dpi.kg/ru/events/full/25.html>,
- <http://www.dpi.kg/ru/news/full/377.html>
- <http://2012.finliteracy.kg/rus/>

Социальные сети, другие информационные агентства:

- <http://oshmedia.kg/news/605-v-bishkeke-sostoitsya-mezhdunarodnaya-konferenciya-po-ekonomicheskoy-zhurnalistike.html>
- <http://www.slideshare.net/JazgulArikbaeva/issue-418>
- <http://kg.akipress.org/news:560451>
- <http://www.ca-news.org/news:1041751/>
- <http://news.namba.kg/read.php?id=775191>
- <http://www.media.kg/news/v-bishkeke-projdet-konferenciya-po-teme-ekonomicheskaya-zhurnalistika/>

Среди журналистов Казахстана рассылка была осуществлена при помощи Сергея Филина с целью привлечения заинтересованных представителей СМИ для участия в конференции. В общей сложности, из Казахстана поступило 12 заявок.

Сразу же после анонса и массовой рассылки, начали поступать заявки со всех уголков Кыргызстана – для участия в конференции заявки подали свыше 60 человек. ИПР включил в список самых активных журналистов, которые участвовали в различных обучающих мероприятиях, организованных в рамках проектов по финансовой грамотности и экономической журналистике.

Специально для конференции был разработан дизайн, который и был размещен на сумках, обложках блокнота, контент-анализа и сборника материалов, промо-продукции конференции.

Была возобновлена работа сайта конференции, разработанного специально для Первой международной конференции по финансовой грамотности, которая состоялась в октябре 2011 г. на берегу озера Иссык-Куль www.finliteracy.kg. Согласно ранее заявленному плану, сайт был реконструирован, в результате которого был разработан новый дизайн, с сохранением всей информации и материалов конференции 2011 года. На новый сайт были размещены все материалы лекторов, выступающих на конференции 2012 года <http://2012.finliteracy.kg/rus/materials/>

В конце сентября – начале октября после получения предварительного списка потенциальных участников, были разосланы официальные именные приглашения для участников из Кыргызстана. Организаторы постарались включить как можно больше региональных журналистов из числа активных участников проектов по обучению и повышению потенциала представителей СМИ. Также были включены главные редакторы печатных изданий и директоры некоторых ТВ компаний, оказывающих поддержку и высказывающих понимание при реализации проектов по обучению журналистов.

После получения докладов и материалов лекторов конференции, ассистентом по информационной политике был разработан сборник материалов конференции, отпечатанный специально для участников конференции. Помимо этого сборника, была напечатана публикация «Факты о состоянии экономической журналистики в КР. Результаты контент-анализа СМИ в Кыргызстане, России, США и Казахстане» (http://2012.finliteracy.kg/upload/file/Mass_Media_content_economy_2012.pdf)

Большая работа была проделана в отношении иностранных участников. Ассистент-логист вела переписку с иностранными участниками, старалась учесть все их пожелания, обеспечила всех необходимой информацией о погоде, валюте и др. Кроме того, всем также были высланы программы их пребывания в Бишкеке, э-авиа-билеты, забронированные с максимально удобным для них временем.

Для гостей из Казахстана был заказан отдельный транспорт, со всеми также связались и заранее оповестили о месте встречи. Некоторые трудности возникли с гостями из Туркменистана, для которых понадобилось оформление виз.

Специально для участников, прибывших на день раньше конференции (по причине авиа-графика), была организована поездка в заповедник Ала-Арча. По возвращении из поездки они посетили офис ИПР, где им была презентована информация о деятельности ИПР (<http://www.dpi.kg/ru/news/full/383.html>)

С целью обеспечения качественных фотоснимков во время конференции, ИПР пригласил профессионального фотографа. Параллельно делались фотоснимки, и велась видеосъемка сотрудниками ИПР. По завершении конференции всем иностранным гостям были сделаны презенты, вместе с которыми им были переданы и диски с фотографиями.

Программа и выступления

Участников конференции от имени Президента Кыргызской Республики приветствовала **Нурсулу Ахметова**, отвечающая в Аппарате Президента за развитие экономики. Госпожа Ахметова подчеркнула важность и потенциальные возможности СМИ в отношении повышения финансовой и экономической грамотности населения; предотвращения кризисных ситуаций на финансовом, в особенности, микрофинансовом рынке. *«От финансового неблагополучия, влияющего на все общество, возникает социальная напряженность, которой могут воспользоваться определенные политические круги. В решении системных задач экономики большую роль играют журналисты. При этом неинформированность населения в области экономики отражается на финансовом благополучии населения. Для выполнения своей миссии самим журналистам необходимо подтянуть свои знания в области экономики, от этого зависит не только имидж и развитие Кыргызстана, но и всего региона в целом».*

С приветственным словом выступила также руководитель программ CIPE в Евразии **Елена Сухир**, которая подчеркнула усилия и успехи кыргызстанского гражданского общества в сфере развития экономической журналистики: *«Роль средств массовой информации и бизнеса, также как и политиков, государственных должностных лиц, – это информирование и просвещение граждан об экономических и политических вопросах, которые влияют на их жизнь. Когда граждане хорошо информированы, оснащены фактами и независимым анализом, они могут активнее участвовать в процессе выработки политики на всех уровнях; помогать правительству работать честно, ответственно и быть подотчетным своему народу. Развитие экономических тем в СМИ имеет огромное значение в процессе перехода ваших страны к демократическому пути развития и рыночной экономике».*

Надежда Добрецова и **Сергей Пономарев** от имени организаторов и приглашающей стороны также подчеркнули актуальность конференции. В частности, Сергей Пономарев от имени бизнеса сказал об огромном потенциале партнерства между бизнес-ассоциацией и СМИ в деле защиты интересов бизнеса и развития экономики.

Сессия 1. Создание благоприятной информационной среды для развития экономической журналистики: роли ассоциаций и бизнеса

Далее конференции была построена на разделении всех выступлений на три крупные сессии. Первая пленарная сессия была посвящена роли ассоциаций и бизнеса в создании благоприятной информационной среды для развития экономической журналистики. Иными словами, участники априори признали необходимость развития экономической журналистики и рассмотрели вопрос о том, насколько полезным может быть сотрудничество бизнеса и бизнес-ассоциаций со СМИ для обеих сторон. В данной пленарной сессии первым выступил **Александр Раевский**, глава Представительства CIPE в Российской Федерации. В своем выступлении «Роль гражданских ассоциаций и лидеров экономических реформ в развитии СМИ. Гражданское общество (особенно бизнес-ассоциации и исследовательские центры) как источники информации для СМИ. Уроки, выученные Россией» он, в частности, сказал следующее: *«В последнее время все чаще приходится говорить о необходимости создания совершенно определенного вида медиапространства – антикоррупционного. К сожалению, нужно признать, что нормы прозрачности, подотчетности, порядочности, компетентности на протяжении десятилетий не явились доминирующими в контексте приоритетов социально-*

общественной жизни российского государства и его отдельных граждан. Формирование полноценного антикоррупционного поля невозможно без участия в этом процессе средств массовой информации, журналистского общества. Это главная сила, призванная не просто рассказывать читателям, зрителям, слушателям о событиях и фактах сегодняшнего дня, но прежде всего, формировать общественное мнение, а порой даже хорошо это или плохо, отдельный вопрос – и манипулировать им!».

Сергей Пономарев, руководитель бизнес-ассоциации рынков Кыргызстана в своем выступлении говорил о возможном партнерстве ассоциаций и журналистов, высказал претензии в адрес СМИ в отношении качества журналистских работ по экономике и бизнесу, остановился на совместных возможностях воздействия на власть. Особую благодарность Сергей Пономарев высказал журналистам за их помощь во внедрении инструментов анализа регуляторного воздействия (АРВ) в процесс принятия решений правительством Кыргызстана.

Нелли Симонова, руководитель финансовой компании из Кыргызстана, в своем выступлении также затронула вопросы управления общественным сознанием со стороны СМИ и опыт взаимодействия финансового бизнеса и СМИ: *«СМИ – это большая общественная сила и серьезное орудие манипулирования общественным сознанием, так как СМИ могут выражать интересы государства, социальных групп, политического лидера, крупных финансовых и экономических систем, и всего общества. К моей большой радости в наших СМИ произошли большие изменения в пользу позитива. Наши средства массовой информации, в частности, телевидения, стало показывать больше позитива нежели негатива. Но экономических успехов, успехов в бизнесе, как бизнес нужно делать, как бизнес должен делиться опытом, мало. Когда бизнес хочет озвучить это, то натывается на то, что нужно за эту информацию платить деньги. Допустим, если в какой-нибудь статье появиться название компании, считается что это реклама. Ни в одной стране нет такого подхода, да и как можно давать статью с оценкой эксперта, при этом не видеть, кто этот эксперт, из какой он компании. Поэтому, кажется, что данная статья подготовлено исключительно со стороны журналиста, и журналист лоббирует какие-то интересы...»*. Нелли Симонова также считает, что обучение граждан основам управления личными деньгами даст серьезный толчок развитию экономики нашей страны, будет способствовать активизация фондового рынка. Сбережения начнут работать и обеспечат отечественные предприятия дешевыми и длинными деньгами. Финансово грамотное население сможет самостоятельно обеспечить себя источником дополнительного дохода, что станет залогом повышения благосостояния населения, стабильности развития Кыргызстана.

Ярко и эмоционально прозвучало выступление **Владимира Карягина**, Председателя Президиума Республиканской конфедерации предпринимательства Беларуси, Председателя Минского столичного Союза предпринимателей и работодателей, который призвал СМИ формировать позитивный облик предпринимателя, искать героев с бизнес-среде: *«В Беларуси появилось новое направление бизнес-изданий по «героизации» предпринимателей. Люди должны знать своих героев в лицо, тех предпринимателей, которые дают работу и делают жизнь других людей лучше. Особенный акцент белорусской прессы в настоящее время направлен также на освещение проблем малого и среднего бизнеса и популяризацию бизнеса... Что касается экономической свободы и объективности СМИ, то за экономическую свободу надо бороться, ее надо осознанно желать»*.

Дмитрий Ляпин, руководитель Института свободы и собственности Украины, обратил внимание на взаимоотношения бизнеса и СМИ и подчеркнул, что на современном этапе экономический потенциал любого государства все больше зависит от уровня использования информационных ресурсов. С другой стороны, бизнес должен видеть в СМИ союзника и прибегать к помощи в СМИ в решении адвокаси-проблем во взаимоотношениях с государством. Большой интерес вызвали примеры воздействия бизнеса на государство с помощью СМИ: борьба против произвола налоговой службы, борьба против гербового сбора, попытка изменения системы сертификации и другие.

Сессия 2. Роль экономической журналистики в развитии рыночной экономики и борьбе с коррупцией

Вторая сессия началась с выступления председателя правления Института политики развития, **Надежды Добрецовой**, которое было посвящено теоритическим и практическим аспектам развития экономической журналистики в Кыргызстане и других странах мира: *«Аудитория, обсуждающая данный вопрос, состоит из двух различных групп – представителей Think Thank организаций и элитарных*

журналистов, занимающихся вопросами экономики и бизнеса на уровне изданий для профессионалов. И совершенно очевидно, что мы говорим о разных вещах: элитарная экономическая журналистика была, есть и будет, и живется ей, в общем-то, не так уж плохо. Бизнес платит этой журналистике неплохие деньги за насыщение рынка профессиональной бизнес-информацией, правительство платит этой журналистике возможностью чувствовать себя влиятельными людьми. Мы же пытаемся говорить о журналистике массовой, ориентированной на неподготовленного читателя, который ловит рыбу в Малайзии, пасет коз в Непале, выращивает овощи в Кыргызстане или работает на заводе в Беларуси. Это журналистика тесно связана с вопросом о финансовой и экономической грамотности населения. И эта разная журналистика: с разными целями, с разными методами. У меня возникло подозрение, что элитарная журналистика может стать как помощником, ресурсом для развития массовой экономической журналистики, так и препятствием, потому что я ощутила с их стороны некий кастовый подход: дескать, все знать положено лишь профессионалам, народу это не нужно, он прекрасно без этого обходится, а всю аналитику, которая нужна для устойчивого развития наших стран, мы сделаем за них. Подход сегрегации, я бы сказала, снобизм». В презентации была глубоко затронута тема связи между бюджетной журналистикой, экономической журналистикой и повышением финансовой грамотности населения.

Далее выступили **Сергей Филин**, директор Института директоров Казахстана, который остановился на своем опыте работы с журналистами, призвав их активнее усваивать новые знания, в частности, в сфере корпоративного управления; **Асель Арстанбекова**, руководитель CSR Business Network, чье выступление о корпоративной социальной ответственности вызвало неоднозначное отношение участников из бизнес-среды, которые убеждены, что вся их социальная ответственность ограничивается уплатой налогов и созданием рабочих мест; а также **Александр Раевский**, который соановил на проблемах ангажированности СМИ и взаимодействию бизнеса и СМИ. В этих презентациях рефреном прозвучали проблемы в отношениях между СМИ и бизнесом в отношении контента СМИ и отражения в СМИ деятельности компаний, неурегулированности общественного отношения к вопросу о том, что может считаться или не считаться рекламой.

Огромный интерес аудитории вызвало выступление спикера из Грузии – **Тамуны Лепсверидзе**, которая подробно рассказала об опыте региональных СМИ Грузии в борьбе с коррупцией. Журналисты из других стран обратили особое внимание на два момента из ее выступления. Во-первых, всех удивило, что ангажированность и подконтрольность центральных СМИ Грузии привели к тому, что региональные СМИ на этом фоне существенно выросли, окрепли, стали более объективными, независимыми, «зубастыми». Региональные грузинские журналисты действительно не боятся писать о власти правду, высказывают собственное мнение о действиях правительства и проводят журналистские расследования, порой даже с риском для жизни. При этом позиция грузинских журналистов такова: «Если мы чего-то не знаем и не понимаем о действиях правительства, мы все равно будем писать об этом. А если мы не правы, то пусть власть нас опровергнет. Но просто молчать и ждать, пока государство соизволит нам что-либо объяснить, мы не собираемся». Такая позиция грузинских журналистов вызвала одобрение их коллег из других стран, однако многие из них признали, что в текущей ситуации занимать такую позицию могут позволить себе далеко не все журналисты в их странах.

Завершали данную сессию выступления двух спикеров из Кыргызстана – **Азамата Акелеева**, руководителя Общественного наблюдательного совета Министерства финансов КР, который подробно рассказал о работе организаций гражданского общества и усилий правительства в сфере достижения прозрачности в управлении государственными финансами, а также **Лариса Ли**, медиа-эксперт, которая рассказала о методах и подходах, использованных медиа-экспертами по экономической журналистике для развития направления в рамках различных проектов, поддержанных CIUPE и другими донорами.

Сессия 3. Состояние и технологии развития экономической журналистики: проблемы и достижения

Третья сессия, состоявшаяся во второй день конференции была целиком посвящена технологическим вопросам развития экономической журналистики, включая обучение будущих и действующих журналистов. **Шахло Акобирова**, руководитель Общественного объединения «Хома» из Таджикистана рассказала об успешном опыте привлечения иностранных экспертов для повышения профессионального уровня таджикских журналистов, а также об успехе создания и производства «народной» телевизионной экономической передачи. **Максад Джангиров** из Узбекистана рассказал о

состоянии экономической журналистики в Узбекистане. Два этих выступления были особенно интересны тем, что Шахло говорила о «народной», понятной гражданам экономической журналистике, а Максад сосредоточился на экспертной, элитарной экономической журналистике. Такие различия в акцентах объясняются, на наш взгляд, в частности, состоянием и размером экономики двух стран, а также уровнем развития бизнеса в них.

Далее выступила **Надежда Добрецова**, которая представила результаты третьего ежегодного исследования о состоянии экономической журналистики в Кыргызстане, Казахстане, России и США (подробнее о результатах исследования см. сайт <http://www.dpi.kg/ru/publications/full/58.html>). Интерес журналистов вызвали выводы исследования о росте числа количественных измерений в СМИ и тенденции к укрупнению печатных материалов во всех странах.

Также в данной сессии дискуссию вызвало выступление журналиста **Серика Мамбетова** из Казахстана, который представил историю развития экономической журналистики в Казахстане и сделал ряд неоднозначных выводов о том, что массовому читателю экономическая журналистика не нужна и что деловые СМИ в Казахстане никакого влияния не имеют. Данный вывод в целом не был поддержан аудиторией и вызвал спорные ответные реплики.

Участники проявили интерес к выступлению **Айнуры Каргалиновой** – журналисту и редактору из Казахстана, которая рассказала об опыте реализации государственной программы развития финансовой грамотности, трендах в издании «народных СМИ для денег». Интерес к выступлению Айнуры был обусловлен ее личным богатым опытом в создании и раскрутке таких изданий. Каргалинова обосновала необходимость и актуальность создания в Казахстане «народных» экономических изданий и сделала прогноз о том, что в течение 5-7 ближайших лет такие издания станут активно развиваться в стране.

Завершилась данная сессия конференции выступлениями, посвященными состоянию базового образования журналистов, в том числе, вопросам освещения экономических тем. По данным темам выступили **Парида Бостонова** и **Венера Сабирова** из Кыргызстана, которые признали, что в программе высшей школы недостаточное внимание уделяется экономическим дисциплинам, что в целом негативно отражается на качестве подготовки и карьере будущих журналистов.

Далее в программе конференции была предусмотрена работа в группах и общая дискуссия, в результате которых были разработаны следующие рекомендации.

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.

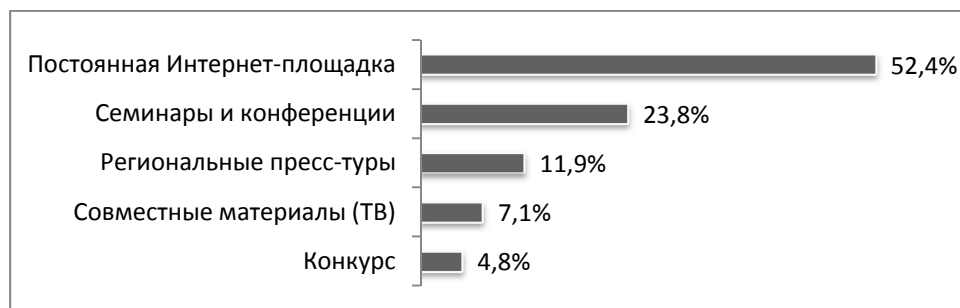
- *Рекомендовано обобщение и анализ редакционных политик в отношении ангажированности и самоцензуры, предоставление рекомендаций редакторам и собственникам о том, что объективность способна превращаться в капитал издания.*
- **Дозирование информации со стороны источников (государство).** Правительства 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

По итогам конференции участники высказались, что данный форум поможет всем разобраться в том, что представляет собой сегодня экономическая журналистика, на какие актуальные вопросы она отвечает, с чем справляется и с чем не справляется в отношении своей роли коммуникатора, проводника знаний и идей, инструмента, с помощью которого должен обеспечиваться равный доступ к экономической информации для всех категорий граждан.

Поскольку отзывы о конференции участники писали на анонимных анкетах или высказывали в ходе группового обсуждения, часто не называясь, далее приводятся анонимные цитаты участников. Кроме того, отзывы журналистов-участников конференции содержатся в их материалах, опубликованных после конференции.

О пользе конференции

- *В Кыргызстане экономическая журналистика не развита, не хватает профессионалов. О регионах говорить и даже не стоит, я представитель регионального ТВ, хорошо было бы проводить в регионах мероприятия для обучения журналистов на данную тему.*
- *Во-первых, очень нужные и интересные информационные материалы и исследования. Во-вторых, интересные люди, профессионалы, мнение которых полезно послушать. В-третьих, крепко сам посыл конференции - иди и работай! Только сначала вооружись аналитикой.*
- *Расширен взгляд на деятельность СМИ-предпринимательства.*
- *Как представитель вуза, я сделал определенные выводы: 1) раз есть бизнес-среда, то есть и должна быть бизнес информация, которую собирает, обрабатывает и распространяет журналист; 2) полученная информация будет полезной при разработке обучающих материалов для студентов, для совершенствования программ обучения.*
- *Было бы лучше, если такие мероприятия проводились бы систематически. Проведение различных семинаров и круглых столов дало бы больше эффекта.*

- *Полезно, наглядно, познавательно! Спасибо! Кроме услышанного и обсужденного, возможно было бы проводить мини-тренинги для молодых экономических журналистов по некоторым интересным темам?! Чтобы привлекать молодые кадры на нашу стезю, подпитать их интересы.*
- *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).*
- *Был обмен мнениями, дискуссия на актуальные темы и проблемы, пробел некоторых знаний восполнился, своего рода повышения квалификации и расширение кругозора экономики стран СНГ и площадка обмена информацией.*
- *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.*
- *Дает влияние и возможность взаимодействия с конкретными журналистами. Позволяет увидеть журналистские подходы к продвижению актуальных вопросов развития страны.*
- *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, переварить 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).
- Предоставление в большой степени визуальной информации.

По логистике мероприятия существенных замечаний не последовало.

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.



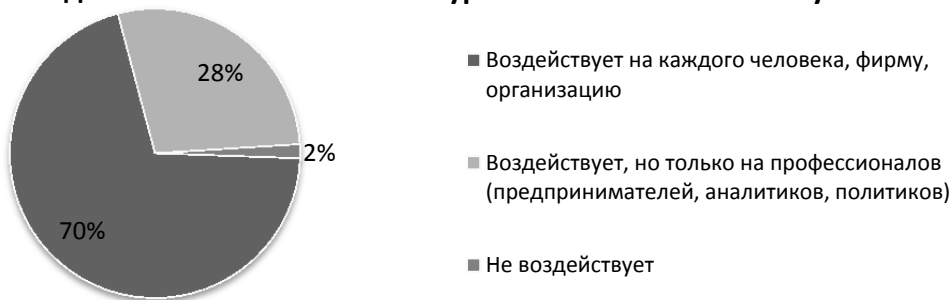
В ходе конференции участникам было предложено заполнить анкеты, ставшие инструментом мини-исследования о роли экономической журналистики в развитии рыночной экономики. Всего анкеты заполнили 64 респондента или около ___ процентов участников. Из них самую большую группу составили журналисты – 48 процентов 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

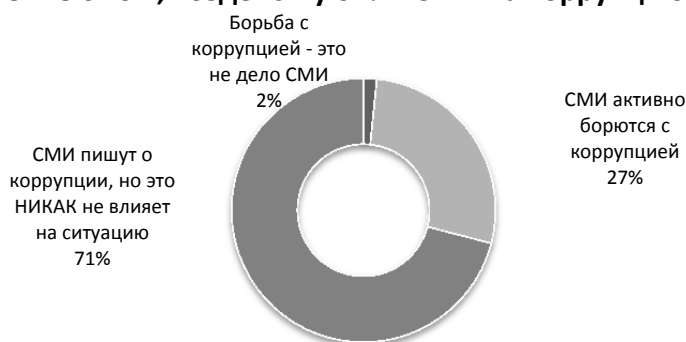
уверены, что экономическая журналистика оказывает воздействие на каждого человека, фирму или организацию.

Воздействие экономической журналистики на экономику



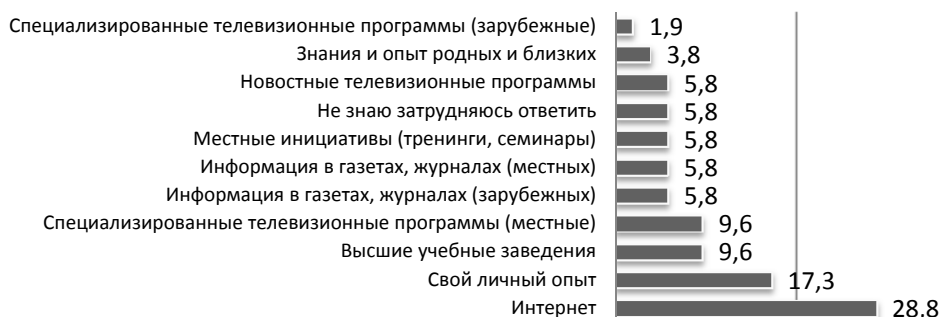
Большинство опрошенных считают, что СМИ пишут о коррупции, но это никак не влияет на ситуацию, хотя почти респондентов или 27% все-таки верят в то, что СМИ способны активно бороться с коррупцией.

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

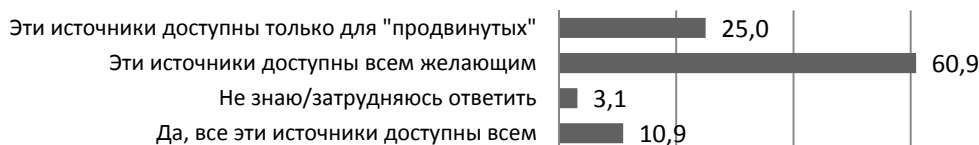


Рейтинг наиболее актуальных источников экономической / финансовой информации в Кыргызстане, в процентах

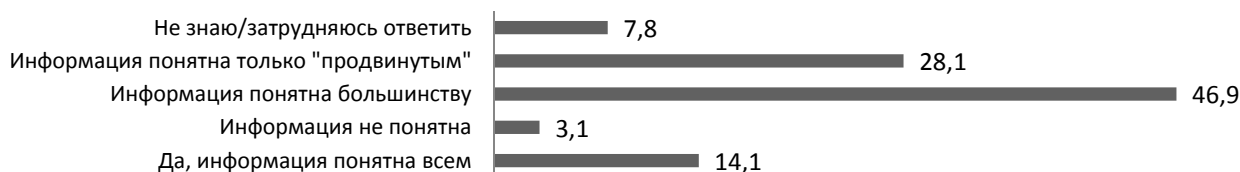


Больше половины опрошенных уверены, что самые популярные источники экономической и финансовой информации (Интернет и личный опыт) доступны всем желающим, однако четверть респондентов считают, что доступны они только «продвинутым», то есть имеющим специальные навыки и знания лицам. В отношении смысловой 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

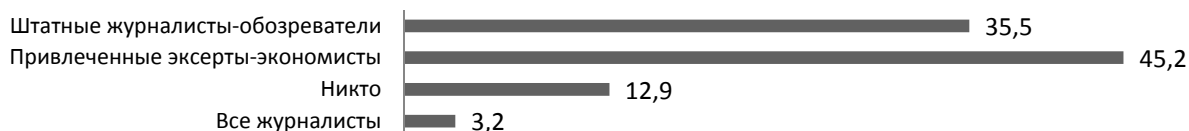


Понятность (смысловая доступность) экономической и финансовой информации



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.

Способность доступнее (понятнее) освещать экономические темы в СМИ, в процентах



Приложения

- Программа

ПРОГРАММА

Международной конференции «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЖУРНАЛИСТИКА КАК ФАКТОР И ИНДИКАТОР РАЗВИТИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ»

День первый, 11 октября 2012 года. Модератор: Добрецова Надежда, Кыргызская Республика

Время	Действие / тема	Ответственный / выступающий
09.00-09.30	Регистрация	
09.30-09.50	Приветствия: <ul style="list-style-type: none">• Аппарат Президента Кыргызской Республики• CIPE Вашингтон• Институт политики развития• Бизнес-ассоциация	
Сессия 1. Создание благоприятной информационной среды для развития экономической журналистики – роль ассоциаций и бизнеса		
09.50-10.10	Роль гражданских ассоциаций и лидеров экономических реформ в развитии СМИ Гражданское общество (особенно бизнес-ассоциации и исследовательские центры) как источники информации для СМИ Уроки, выученные Россией	Александр Раевский , глава Представительства CIPE в Российской Федерации
10.10-10.30	Формирование и развитие экономической журналистики в Украине. Роль бизнеса	Дмитрий Ляпин , Институт свободы и собственности, Украина
10.30-10.50	Роль СМИ в поддержке предпринимательства. Взаимодействие бизнес-ассоциации и СМИ в Кыргызстане	Сергей Пономарев , бизнес-ассоциация рынков, Кыргызстан
10.50-11.20	Перерыв на кофе	
11.20-11.40	Опыт взаимодействия финансового бизнеса и СМИ	Нелли Симонова , директор Финансовой компании «Сенти», Кыргызстан
11.40-12.00	Достижения экономической свободы, предпринимательства и адвокаты во враждебной среде	Владимир Карягин , Председатель Президиума Республиканской конфедерации предпринимательства Беларуси, Председатель Минского столичного Союза предпринимателей и работодателей
12.00-12.30	Вопросы и ответы по Сессии 1. Анкетирование	Модераторы
12.30-13.30	Обед	
Сессия 2. Роль экономической журналистики в развитии рыночной экономики и борьбе с коррупцией		
13.30-13.50	Глобальные вопросы развития экономической журналистики. Подходы к развитию ЭЖ в КР	Надежда Добрецова , Председатель правления ИПР, Кыргызстан
13.50-14.10	Роль СМИ в развитии корпоративного управления	Сергей Филин , руководитель Института директоров Казахстана, Казахстан
14.10-14.20	Корпоративные ресурсы как источник информации для СМИ	Асель Арстанбекова , CSR Business Network
14.20-14.40	Взаимодействие бизнеса и СМИ в борьбе с	Александр Раевский , глава

	коррупцией. Проблемы экономической журналистики и ангажированности СМИ	Представительства CIPE в <i>Российской Федерации</i>
14.40-15.15	Вопросы и ответы	Модераторы
15.15-15.45	Перерыв на кофе	
15.45-16.05	Роль грузинских медиа в борьбе с коррупцией	Тамуна Лепсверидзе , Журналист-следователь, редактор и издатель, блоггер, <i>Грузия</i>
16.05-16.25	Обеспечение прозрачности государственных финансов как часть ответственного управления и роль СМИ	Азамат Акелеев , общественный наблюдательный совет Министерства финансов, <i>Кыргызстан</i>
16.25-16.45	Воздействие СМИ на прозрачность бюджета и предотвращение коррупции	Лариса Ли , эксперт по экономической журналистике, <i>Кыргызстан</i>
16.45-17.15	Вопросы и ответы по Сессии 2. Завершение первого дня конференции. Анкетирование	Модератор, организаторы
18.00-21.00	Фуршет для участников конференции	Организаторы

День второй, 12 октября 2012 года. Модератор: Сергей Филин, Казахстан

Сессия 3. Состояние и технологии развития экономической журналистики: проблемы и достижения		
09.00-09.20	Обобщение первого дня конференции	Модератор
09.20-09.40	Уроки и достижения экономической журналистики в Таджикистане	Шахло Акобиров , Общественное объединение «Хома», <i>Таджикистан</i>
09.40-10.00	Состояние экономической журналистики в Узбекистане	Максад Джангиров , <i>Узбекистан</i>
10.00-10.20	Исследования в сфере оценки развития экономической журналистики	Надежда Добрецова , Председатель правления ИПР, <i>Кыргызстан</i>
10.20-10.40	Перерыв на кофе	
10.40-11.00	Проблемы преподавания экономической журналистики в университетах	Парида Бостонова , зав. кафедрой экономической журналистики и рекламы, КТУ, <i>Кыргызстан</i>
11.00-11.20	Самоцензура и аффилированность казахстанских СМИ	Серик Мамбетов , <i>Казахстан</i>
11.20-11.40	Позиция редакторского корпуса: «Мы больше не боимся экономики?»	Айнура Каргалинова , редактор журнала «Личный счет», <i>Казахстан</i>
11.40-12.00	Привлечение молодежи к проблемам экономики через СМИ	Сабинова Венера , Ошский государственный университет, <i>Кыргызстан</i>
12.00-12.30	Вопросы и ответы	Модераторы
12.30-13.30	Обед	
13.30-15.00	Работа в малых группах. Обобщение – тематическая дискуссия о воздействии СМИ на экономическое развитие	Модераторы (сценарий и модераторы малых групп в отдельном материале)
15.00-15.30	Завершение конференции. Общая фотография	Модераторы

• **Порядок проведения групповых дискуссий**

Предполагается организация трех групп, каждая из которых будет обсуждать специфические вопросы развития экономической журналистики, ее роль как фактора и индикатора развития рыночной экономики в странах, с переходной экономикой и политической системой.

Бизнес + СМИ = свободный рынок

- Ангажированность и объективность СМИ, включая давление рекламодателя
- Перспективы СМИ, рожденных бизнесом (истории успеха и неуспеха)
- Заинтересовано ли государство или оно стремится к дозированию экономической информации?
- Возможности давления на государство и роль в развитии экономики

СМИ как инструмент борьбы с коррупцией

- Выявление фактов коррупции (журналистские расследования) – возможно или невозможно, что нужно, чтобы стали возможными?
- что должно следовать за журналистскими расследованиями, чтобы они были эффективными?
- Источники информации, их объективность, защита

Образование

- Нужны ли специальные предметы, курсы для развития экономической журналистики? Или достаточно проектов и их семинаров?
- Как университетам обеспечить качество подготовки экономических журналистов?
- Совмещается ли это с основными принципами (парадигмой) высшего образования в наших странах?

Принцип деления аудитории – добровольный, в соответствии с профессиональными предпочтениями и опытом

Принцип работы группы. Каждая панель работает по принципу малой группы, имеет модератора, записывает все идеи на флип-чате, выбирает общие, составляет канву презентации, назначает презентатора (это может быть модератор, а может быть и другой член группы).

Временные рамки. Работа групп начинается после обеда второго дня конференции (12 октября). Обсуждение в группах продолжается 30 минут – с 13.30 до 14.00. затем начинается общее обсуждение наработок групп. Презентации, выполненные на флип-чатах, вывешиваются в зале, чтобы другие участники могли сделать дополнения.

Модераторы групп (основной модератор, в скобках указан резервный модератор, ассистирующий основному):

- | | |
|---|---|
| 1. Бизнес + СМИ = свободный рынок – | Дмитрий Ляпин и Сергей Филин |
| 2. СМИ как инструмент борьбы с коррупцией – | Азамат Акелеев и Лариса Ли |
| 3. Образование – | Шахло Акобирова и Парида Бостонова |

Результат: наработки групп будут оформлены в виде рекомендаций конференции и разосланы всем ее участникам (альтернатива резолюции).

• **Анкета участника**

Уважаемый участник конференции!

Организаторы мероприятия выражают благодарность за внимание к мероприятию и теме, и просят поделиться мнением, опытом, планами, ответив на вопросы анкеты. Данная информация даст срез мнений, поможет нам в процессе формирования общественного мнения и программ по развитию экономической журналистики. Заранее благодарны за полные ответы!

Данные о респонденте

1. Женщина
2. Мужчина

Страна проживания:

Занятость

1. Гос. структура
2. ВУЗ
3. Бизнес
4. СМИ
5. НПО (независимый эксперт, донорская организация)
6. Другое

Вопросы

1. *Согласны ли Вы с тем, что экономическая журналистика страны отражает уровень ее экономического развития (слабая экономика – слабая экономическая журналистика)?*

1. Да
2. Да, но не в полной мере
3. Нет
99. Затрудняюсь ответить

2. *Согласны ли Вы с тем, что экономическая журналистика может воздействовать на экономику?*

1. Да, на каждого человека, фирму, организацию
2. Да, но только на профессионалов (предпринимателей, аналитиков, политиков)
3. Нет
99. Затрудняюсь ответить

3. *С каким из ниже приведенных утверждений вы согласны в большей степени в отношении вашей страны (выберите одно утверждение)?*

1. Борьба с коррупцией – это не дело СМИ, у журналистов нет возможности влиять на коррупцию, это задача правоохранительных органов
2. СМИ активно борются с коррупцией, вскрывают факты злоупотреблений, создают поводы для официальных расследований
3. СМИ пишут о коррупции, но это НИКАК не влияет на ситуацию

4. *Какие источники информации финансовых/экономических знаний, по Вашему мнению, существуют в вашей стране? Выберите 5 наиболее актуальных ответов и пронумеруйте их по важности (1 – самый важный и эффективный, 5 – самый неважный и неэффективный)*

1. Учебные пособия по экономике, финансам (общие знания)
2. Популярная литература
3. Школа
4. ВУЗ
5. Специализированные телевизионные программы (местные)
6. Специализированные телевизионные программы (зарубежные)
7. Новостные телевизионные программы
8. Ток-шоу на телевидении
9. Знания и опыт родных и близких
10. Свой личный опыт
11. Информация в газетах, журналах (местных)
12. Информация в газетах, журналах (зарубежных)
13. Интернет
14. Местные инициативы (тренинги, семинары)
15. Другое
99. Не знаю/затрудняюсь ответить

5. *Считаете ли Вы, что доступ к этим источникам есть у всех?*

1. Да, все эти источники доступны всем
2. Эти источники доступны всем желающим
3. Эти источники доступны только для «продвинутых»
99. Не знаю/затрудняюсь ответить

6. Считаете ли Вы, что имеющиеся источники могут быть понятными и полезными для всех?

1. Да, информация понятна всем
2. Информация не понятна большинству
3. Информация понятна только «продвинутым»
4. Информация не понятна
99. Не знаю/затрудняюсь ответить

7. Кто, по вашему мнению, должен давать человеку советы (информацию) при принятии решений о бизнесе, крупной покупке, инвестировании? Выберите 5 наиболее актуальных ответов и пронумеруйте их по важности (1 – самый важный и эффективный, 5 – самый не важный и не эффективный)

4. Семья
5. Сам человек путем самообразования (личный опыт)
6. Школа
7. Друзья, сверстники, уличное окружение
8. Вуз
9. СМИ
10. Государство (органы управления)
11. НПО и бизнес-ассоциации
12. Другое (укажите, пожалуйста)
99. Не знаю/затрудняюсь ответить

8. Кто в СМИ вашей страны ПОНЯТНЕЕ (ДОСТУПНЕЕ) освещает экономические темы:

1. Привлеченные эксперты-экономисты
2. Штатные журналисты-обозреватели
3. Все журналисты
4. Никто

9. Кто в СМИ вашей страны ОБЪЕКТИВНЕЕ освещает экономические темы:

1. Привлеченные эксперты-экономисты
2. Штатные журналисты-обозреватели
3. Все журналисты
4. Никто

10. Планируете ли вы использовать полученную на конференции информацию в Вашей дальнейшей профессиональной деятельности?

1. Да
2. Нет
99. Не знаю/затрудняюсь ответить

11. По Вашему мнению – сможете ли Вы внести свой вклад в развитие экономической журналистики в вашей стране?

1. Да
2. Я буду предпринимать попытки
3. Нет, это не входит в круг моих интересов/обязанностей
4. Нет, думаю, что у меня не получится
99. Не знаю/затрудняюсь ответить

12. Полезна или не полезна вам эта конференция и почему?

12. Что бы вы на месте организаторов сделали по-другому?

- **Список участников**

Зарубежные гости			
№	ФИО	Организация	Должность
1.	Александр Раевский	Представительство CIPE в РФ	Глава Представительства
2.	Дмитрий Ляпин	Институт собственности и свободы	Председатель
3.	Сергей Филин	Институт директоров Казахстана	Руководитель
4.	Розани Исмаилова	Казахстанский институт по освещению войны и мира	Журналист
5.	Серик Мамбетов	Деловой портал www.kursiv.kz	Редактор
6.	Айнура Каргалинова	Журнал «Личный счет»	Редактор
7.	Наталья Боровая	«Ветер странствий»	Главный редактор
8.	Валентина Владимирская	Газета «Мегаполис»	Финансовый обозреватель
9.	Владислав Юрицын	Интернет-газета «ЗонаKZ».	Журналист
10.	Сафонова Лариса	Жамбылская областная газета «Новый регион»	Учредитель и главный редактор
11.	Ботабекова Гульмира	Транзит.kz	Главный редактор журнала
12.	Титенок Игорь	Областная газета «Кызылординские вести»	Редактор отдела «Экономика»
13.	Ирина Тулинова	Газета «Вечерний Алматы»	Обозреватель по вопросам политики и экономики
14.	Гарягдыева Фирюза	Союз экономистов Туркменистана	Представитель
15.	Ачилдыева Наргис	Союз экономистов Туркменистана	Представитель
16.	Максад Джангиров		Свободный журналист
17.	Ольга Непомнящая		
18.	Шахло Ақобирова	Общественное объединение «Хома»	Председатель
19.	Лидия Исамова	Новости «Рейтер»	Корреспондент
20.	Назарали Пирназаров	Информационное агентство «CA-News»	Корреспондент
21.	Нурали Давлетов	Независимая газета «Фарах»	Журналист
22.	Валентина Касымбекова		Свободный журналист
23.	Аллиддин Таиров		Свободный журналист
24.	Тахиров Рустам	Республиканская общественная организация «Молодёжь нового века»	Директор
25.	Карягин Владимир	Белорусская конфедерация предпринимателей; Минский Столичный Союз предпринимателей и работодателей	Председатель Президиума Республиканской конфедерации предпринимательства Беларуси; Председатель
26.	Галина Ильящук	Минский Столичный Союз предпринимателей и работодателей; газета «Союз предпринимателей»; Центр поддержки предпринимательства «Центр-XXI век»	Вице-председатель, главный редактор, директор
27.	Лепсверидзе Тамара	Газета «Tavisupali Gazeti+», газета «Guria news»	Главный редактор, журналист

28.	Заурез Данаева	Международная Организация по миграции	
Местные организации и эксперты			
29.	Симонова Нелли	Финансовая компания «Сенти»	Директор
30.	Азамат Акелеев	Общественный наблюдательный совет, Минфин КР	Председатель
31.	Пономарев Сергей	Бизнес-ассоциация рынков	Председатель
32.	Бекиев Бекболот	Институт политики развития	Руководитель проекта ШБС
33.	Чекиров Асылбек	Институт политики развития	Эксперт по межбюджетным отношениям
34.	Сабина Градваль	Институт политики развития	Менеджер компонента
35.	Мусаева Анара	Институт политики развития	Консультант по гражданскому участию
36.	Шамшидинова Гуляим	Институт политики развития	Консультант по работе с МСУ
37.	Асибалиев Жолдош	Институт политики развития	
38.	Мамбетова Асель	Институт политики развития	
39.	Орозбаев Бектурган	Институт политики развития	
40.	Андрей Догадин	Аналитический центр «Форсайт»	
41.	Сарыбаев Рустам	Союз банков Кыргызстана	Менеджер по проектам
42.	Асель Арстанбекова	Ассоциация CSR Business Network	Директор
43.	Шамканов Кумушбек	Кыргызская фондовая биржа	Директор
44.	Султанов Абдудалип	Кыргызская фондовая биржа	Председатель совета директоров
45.	Бостонова Парида	КГТУ им. И.Раззакова, кафедра экон. журналистики и рекламы	Заведующая кафедрой
46.	Назик Исабекова	ОО «Результат»	Представитель
47.	Сабирова Венера	Ошский государственный университет, кафедра журналистики	Доцент
48.	Бегайым Есенкулова	«Международное и бизнес право» Американского университета в Центральной Азии	Старший преподаватель департамента
49.	Гульнара Джунушалиева	Университет Центральной Азии	Директор ШПНО
50.	Бермет Туйбаева	ФЕЦА	Менеджер по проектам
51.	Шавкат Абдужабаров	Проект ФЕЦА по бюджетной прозрачности и подотчетности	Куратор
52.	Эмиль Уметалиев	Компания «Kyrgyz Concept»	Президент
53.	Нурлан Жолдошев	Альянс «За прозрачный бюджет»	
54.	Наргиза Жолдошова	Ассоциация АФМО	Исполнительный директор
55.	Ускенбаева Гульнара	Ассоциация поставщиков	Президент Ассоциации
56.	Темирбекова Айнура	ОсОО «PR Consult»	Генеральный директор
57.	Айнура Чолпонкулова	Regional Institute for Economic Freedom and Leadership	Директор
58.	Алина Касенова	Regional Institute for Economic Freedom and Leadership	Заместитель директора
59.	Аита Султаналиева	Бишкекский гуманитарный университет	Доцент, кафедры журналистики и PR
60.	Алтын Асанова	Бишкекский гуманитарный университет	Декан факультета журналистики и PR
61.	Халилов Абдыганы	Национальный Университет им.Баласагына	Декан факультета журналистики
62.	Павел Громский		Медиа-консультант
63.	Ольга Ниязалиева		эксперт
64.	Бермет Туйбаева	ФЕЦА	
65.	Шумкарбек	Сенти	Эксперт
66.	Аня Ким	Сенти	Эксперт
67.	Танаева С.		

СМИ Кыргызстан			
68.	Лунева Галина	ИД «Слово Кыргызстана»	Экономический обозреватель
69.	Мешкова Елена	Газета «Финансист»	Главный редактор
70.	Дмитрий Денисенко	Интернет-редакция «ВБ»	Корреспондент
71.	Козубек Кушубакович	Газета «Талас турмушу»	Главный редактор
72.	Турсунбекова Масимкан	Газета «Ош жанырыгы»	Журналист
73.	Ли Лариса	Медиа-эксперт	Экономический обозреватель
74.	Ирина Дудка	ИА «24.kg»	Журналист-аналитик
75.	Ахмаджон Махамаджонов	Газета «Уш садоси»	Зам.главного редактора
76.	Жумаев Алтынбек	«Канал D» (7 канал)	Гендиректор
77.	Абдиев Азамат	«Канал D» (7 канал)	Зам.гендиректора
78.	Бермет Мамбетшаева	ИА «K-News»	Экономический обозреватель
79.	Барктабасова Жумагуль	Газеты «Арууке» и «Ысык-Кол кабарлары»	Журналист
80.	Якубов Арстанбек	Газета «Акыйкат»	Зам. глав. редактора
81.	Адылбек Акматов	Газета «Баткен таны»	Главный редактор
82.	Станислав Полищук	Газета «Эхо Оша»	Журналист
83.	Акжолова Мейманбү	газета «Жалал-Абад үнү»	Главный редактор
84.	Наталья Секерина	ОРТРК «Ынтымак»	Журналист
85.	Самаган Айтымбетов	АКИpress	Директор по развитию
86.	Нураим Манапбаева	ЗАО «МКК ФИНКА»	PR менеджер
87.	Маргарита Лазуткина	Газета «Чуйские известия»	Журналист
88.	Калыбек Тайтекеев	Иссык-Кульская ОТРК	Генеральный директор
89.	Сытникова Дарья	«КирТаг»	Журналист
90.	Роза Алмакунова	«Кабар»	
91.	Бегаим Усенова	ОФ «Институт медиа полиси»	
92.	Токомбаева Екатерина	Пирамида	
93.	Бейшебаев Нурлан	Пирамида	
94.	Айпери Сеитбекова	Радио/газета «Манас»	
95.	Ирина Байрамукова	ТСА	
Государственные структуры и депутаты Жогорку Кенеша			
96.	Ахметова Нурсулу	Аппарат Президента КР	Заведующая отделом денежно-кредитной политики и финансового мониторинга
97.	Базаркулов Руслан	Аппарат Президента КР	Эксперт отдела финансово-экономического анализа и мониторинга развития
98.	Нарусбаева Улара	Госагентство строительства и регионального развития	Заместитель директора
Международные организации			
99.	Елена Сухир	СІРЕ, Вашингтон	Старший программный офицер, Евразия
100.	Бобби Джо Траут	СІРЕ, Вашингтон	Программный офицер, Беларусь и ЦА
101.	Сырга Исабаева	ФСК, Программа «Бюджетная прозрачность и подотчетность»	Координатор
102.	Альмира Дооронбекова	ФСК, Программа «Поддержка СМИ»	Администратор
103.	Самат Бегалиев	ФСК, Программа «Бюджетная прозрачность и подотчетность»	Директор
104.	Наргиза Касымалиева	Центр ОБСЕ в Бишкеке	Старший программный ассистент
105.	Анна Муратова	Бюро по правам человека и соблюдению законности	Сотрудник
106.	Кашкарев Александр	ООН, Демократическое управление	Координатор программы (глава отдела)

107.	Эрмек Джуматаев	Программа LEP USAID	отдел коммуникаций
108.	Гульнур Торалиева	Программа LEP USAID	отдел коммуникаций
109.	Аделя Лаишева	Internews – Kyrgyzstan	Программный директор
Организаторы			
110.	Добрецова Надежда	Институт политики развития	Председатель Правления
111.	Джаманкулова Нургуль	Институт политики развития	Эксперт по информационной политике
112.	Белецкая Екатерина	Институт политики развития	Ассистент по логистике
113.	Байышбаева Айгуля	Институт политики развития	Административно-финансовый менеджер
114.	Балыбина Юлия	Институт политики развития	Ассистент
115.	Акаева Нуркыз	Институт политики развития	Ассистент
116.	Кожомбердиева Бермет	Институт политики развития	Ассистент

• Публикации по результатам конференции

#	Name of publication / article / material	Date / Time	Link
BEFORE			
1	ИПР при поддержке CIPE проводит Вторую международную конференцию по экономической журналистике	14.09.2012 12:35	http://www.dpi.kg/ru/events/full/25.html
2	В Бишкеке пройдет II международная конференция на тему «Экономическая журналистика как фактор и индикатор развития рыночной экономики»	14-09-2012 16:14	http://kg.akipress.org/news:560451
3	В Бишкеке пройдет II международная конференция на тему «Экономическая журналистика как фактор и индикатор развития рыночной экономики»	14 сентября 2012, 16:14	http://www.ca-news.org/news:1041751/
4	В Бишкеке пройдет II международная конференция на тему «Экономическая журналистика как фактор и индикатор развития рыночной экономики»	14 сентября, 16:14	http://news.namba.kg/read.php?id=775191
5	В Бишкеке пройдет конференция по теме «Экономическая журналистика...»	14 сентября, 2012г. - 15:54	http://www.media.kg/news/v-bishkeke-projdet-konferenciya-po-teme-ekonomicheskaya-zhurnalistika/
6	В Бишкеке состоится международная конференция по экономической журналистике	18-09-2012, 12:17	http://oshmedia.kg/news/605-v-bishkeke-sostoitsya-mezhdunarodnaya-konferenciya-po-ekonomicheskoy-zhurnalistike.html
7	ИПР при поддержке CIPE проводит Международную конференцию "Экономическая журналистика как фактор и индикатор развития рыночной экономики"	10.10.2012, 11:18	http://www.dpi.kg/ru/news/full/377.html
AFTER			
8	Белорусские бизнес-СМИ «героизируют» предпринимателей	11 октября 2012, 13:01	http://www.vb.kg/news/economy/2012/10/11/202460_belorysskie_biznes_smi_geroliziryut_predprinimateley.html
9	Доля экономических материалов в СМИ выросла в два раза	11 октября 2012, 14:40	http://www.vb.kg/news/economy/2012/10/11/202489_dolia_ekonomicheskikh_materialov_v_smi_vyroslo_v_dva_raza.html
10	В Бишкеке обсуждают вопросы усиления экономической журналистики в странах Центральной Азии	11/10 10:29	http://www.kabar.kg/rus/society/full/42014
11	Финансовое неблагополучие населения влияет на социальную напряженность, представитель Аппарат Президента КР	11 октября 2012, 10:28	http://for.kg/news-191883-ru.html
12	Доля экономических материалов в СМИ выросла в два раза	11 октября 2012, 14:40	http://for.kg/news-192036-ru.html
13	Белорусские бизнес-СМИ «героизируют» предпринимателей	11 октября 2012, 13:01	http://for.kg/news-191967-ru.html
14	Финансовое неблагополучие населения влияет на социальную напряженность, представитель Аппарат Президента КР	11.10.2012 10:40	http://kabarlar.kg/index.php?newsid=3726
15	Финансовое неблагополучие населения влияет на социальную напряженность - заведомо Аппарат	11 октября 2012, 10:18	http://www.ca-news.org/news:1044516/

	Президента КР		
16	В Кыргызстане отмечается нехватка экономической аналитики и журналистских расследований – конференция	12-10-12, 19:00	http://www.tazabek.kg/news:339966
17	Международная конференция «Экономическая журналистика»	12.10.2012	http://www.facebook.com/media/set/?set=a.539468356067522.140858.2234434376.70017&type=1
18	Смысл кредита на хадж	18.10.2012, 14:41	http://megapolis.kz/art/Smysl_kredita_na_hadzh
19	Экономическая журналистика – заложница общей среды		http://zonakz.net/articles/56664
20	Экономическая журналистика – заложница общей среды	19.10.2012. 09:26	http://www.internews.kz/newsitem/19-10-2012/20092
21	Финграмотность – в массы! (автор: Маргарита Лазуткина)	25.10.2012	Облгазета «Для Вас», №43
22	Экинчи эл аралык конференция (автор: Масимкан Турсунбекова)	26.10.2012	Горгазета «Ош шамы»
23	Финансовая грамотность – залог повышения благосостояния населения (автор: Мейманбу Акжолова)	29.10.2012	Горгазета «Жалал-Абад уну», №19-20
24	В Бишкеке было интересно	03.11.2012	http://bizmedia.kz/opinions/8046-v-bishkeke-bylo-interesno.html
25	Конференция «Экономическая журналистика» (репортаж с места события; автор: Ахлиддин Ходжиев)		Информационный канал Таджикистана «Джахоннамо»

• 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.