

Центр международного частного предпринимательства

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РЕФОРМА

Тематический бюллетень®

18 января 2008 г.

Современное состояние экономической журналистики в Киргизии

Надежда Добрецова
Институт городской экономики

Резюме

- В Киргизии ощущается недостаток профессиональных журналистов, способных перерабатывать и должным образом подавать экономическую информацию широкой публике.
- Экономическая журналистика высокого класса способствует продуктивному диалогу между государством, предпринимателями и населением. Она необходима для проведения рыночных, демократических реформ.
- Киргизские журналисты должны взять на себя задачу образования населения в вопросах экономики.

Комментарии к статье можно оставить на блоге Центра международного частного предпринимательства по адресу: www.cipe.org/blog

Опубликовано

Центром международного частного предпринимательства

при Министерстве торговли США

США, г. Вашингтон, округ Колумбия, 15-я ул., сев.-зап., д. 1155, каб. 700

тел.: (202) 721-9200 · веб-сайт: www.cipe.org · почта: cipe@cipe.org

Введение

Читая киргизские СМИ, остается только удивляться, насколько журналисты остаются далеки от понимания экономики и государственного устройства. Многие из них до сих пор не понимают разницы между мэрией и территориальной государственной администрацией, хотя местное самоуправление действует в стране больше пятнадцати лет. Экономика стоит последней в ряду приоритетов большинства киргизских СМИ. Вместо нее на газетных полосах и в эфире царит политика. Многим гостям Киргизии сразу бросается в глаза, насколько жители страны увлечены обсуждением кадровых рокировок в «Белом доме» и родственных связей публичных людей. К сожалению, слишком очевидно, насколько мало местную прессу интересуют развитие киргизских предприятий, банковских и других финансовых учреждений, общие экономические тенденции.

Многие журналисты ссылаются на то, что экономика интересна только узкому кругу людей. Согласны, писать об экономике и образовывать население гораздо сложнее, чем рассуждать о политических скандалах. И все-таки, если оставаться только в политическом поле и продолжать игнорировать экономику, то посыл будет разрушительным. Подобная пресса отвлекает общественное мнение от важных проблем и может вызвать излишний критицизм. Если же журналисты хотят внести положительный вклад в развитие демократии и экономики, они обязаны научиться сами и научить свою аудиторию понимать и должным образом оценивать значение экономики. Но сперва сами журналисты должны научиться разбираться в ней настолько, чтобы суметь объяснить экономические явления и концепции своим читателям и зрителям.

Представленность экономической информации в СМИ

Экономическая журналистика должна выйти за рамки группы экспертов, которые пишут сложные и длинные статьи для столь же малой кучки продвинутых читателей. Современного киргизского рынка экономических изданий почти нет, а массовой экономической журналистики нет вообще. Сегодня экономическая информация представлена пресс-релизами ведомств и новостями компаний, которые в газетах печатаются на платной основе как PR-материалы. Ведомственные пресс-релизы часто печатаются либо в легкой обработке журналистов (в этом случае они непонятны, сложны, либо написаны тяжелым бюрократическим языком) либо искаженными до неузнаваемости в обработке несведущих журналистов, которые отсеивают информацию на уровне своего (не)понимания.

Исключение составляет только «АКИ-Пресс» (business.akipress.org), где новости компаний размещаются бесплатно. Определенный объем аналитической информации об экономике можно найти на информационном портале www.kabar.kg и в газете «Общественный рейтинг». В последнее время появились новые издания, где делается попытка расширить объем представления экономической информации (газета «Де факто»). Есть так же ряд специализированных изданий, имеющих узкую профессиональную аудиторию (журнал для бухгалтеров, «Банковский вестник» и т. д.).

И всё-таки, киргизские СМИ характеризует отсутствие экспертных оценок и прогнозов, построенных на анализе. Журналисты пишут об экономике исключительно по следам событий, избегая экспертных оценок. Если анализ и встречается, он предлагается в

виде новостей о крупных, известных предприятиях, которые проходят приватизацию либо поглощение, причём таким новостям придается «скандальный» характер.

На телевизионных каналах также нет передач, посвященных экономическим темам. В зависимости от актуальности, «шумности» того или иного экономического события (например, возможности вступления Кыргызстана в ХИПИК), экономические сюжеты появляются в новостях или ток-шоу. Но как только накал общественного интереса спадает, из эфира исчезают и темы. У журналистов отсутствует привычка отслеживать развитие событий, доводить освещение того или иного вопроса до логического конца или вести какую-либо экономическую тему на постоянной основе. В стране, где общество не выработало привычки требовать экономическую информацию, журналисты вынуждены писать о темах, выходящих за рамки того, что требует публика.

Более того, информационные ресурсы, в которых представлена более-менее широкая экономическая информация — будь это экономический портал или малотиражная газета «Экономика, бизнес, банки» — малодоступны среднему читателю. А те информационные ресурсы, которые доступны широкой аудитории, уделяют мало внимания экономическим вопросам.

Для киргизских СМИ характерно отсутствие...

- спроса на экономическую информацию;
- доступной в смысловом и количественном понимании
- экономической информации для массового читателя;
- системной подачи экономической информации;
- экономического анализа и прогноза в СМИ.

Журналисты, редакторы и собственники

Одна из постоянных проблем, которая, возможно, будет иметь далеко идущие последствия для журналистской профессии, заключается в том, что из СМИ уходят умные и талантливые люди. И дело здесь не только в деньгах, но в снижающемся престиже профессии. Список формально признанных (постоянных) экономических журналистов в Киргизии очень короток. Из них большинство принадлежит к старшему поколению и сохраняет старый, советский менталитет, которому не противостоит новый взгляд молодых журналистов. С другой стороны, лишь очень немногие молодые, начинающие журналисты достаточно квалифицированы, чтобы писать на экономические темы. Вузы Киргизии не дают должной подготовки молодым журналистам, чтобы освещать экономические вопросы.

Другая проблема — редакторы. Даже если экономическую статью пишет журналист, который разбирается в экономике, невозможно предсказать, поймет ли и поставит ли эту статью в номер редактор. Редакторы в основном — люди, сформировавшиеся при СССР, они зачастую не понимают рыночную экономику и отказываются воспринимать новое. Недавно один из журналистов рассказывал, что редактор отказался ставить в номер

статью о причинах низкой заработной платы в бюджетной сфере Киргизии, утверждая, что тема неинтересна, что она «сушит» газету.

Еще одну проблему представляют собой владельцы СМИ. До недавнего времени газеты, в основном, создавались с политическими целями. Однако собственники стали осознавать, что СМИ — это бизнес и приветствуют такое содержание газеты, которое позволяет ей хорошо продаваться. В то же время в журналистской среде упорно циркулирует миф о том, что экономика интересна лишь небольшой части потребителей.

Пример 1. НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ.

На сайте одного известного информационного агентства помещена длинная и крайне резкая статья о попытке ввести механизмы оценки и нематериального стимулирования труда госслужащих в Министерстве промышленности. Автор серьезно возмущен тем, что чиновники пытаются привязать премиальную часть зарплаты и виды нематериального поощрения к результатам труда госслужащего. Вся статья пронизана духом полного отрицания самой возможности оценивать труд государственного служащего и устанавливать зависимость между его результатами и уровнем оплаты. Очевидно, журналист ни на секунду не задумался о том, что труд государственного служащего так же нуждается в оценке, как и любой другой труд, и что положительные стимулы благотворно действуют на производительность.

Однако интерес к экономике со стороны населения очень высок, о чем говорят, например, данные исследования общественного мнения и общественных приоритетов, которое было проведено в 2007 г. По данным этого исследования экономика занимает второе место среди самых важных для жителей Киргизии вопросов после безработицы. На третьем по значимости месте идет коррупция. Между все три области — ни что иное, как экономика. Далее, опросы показывают, что 90% читателей и слушателей интересуются едой, здоровьем, комфортом, товарами и услугами и политикой — все эти вопросы так или иначе связаны с экономикой (см. результаты Национального опроса общественного мнения в Киргизии, стр. 4).

Обучение экономической журналистике

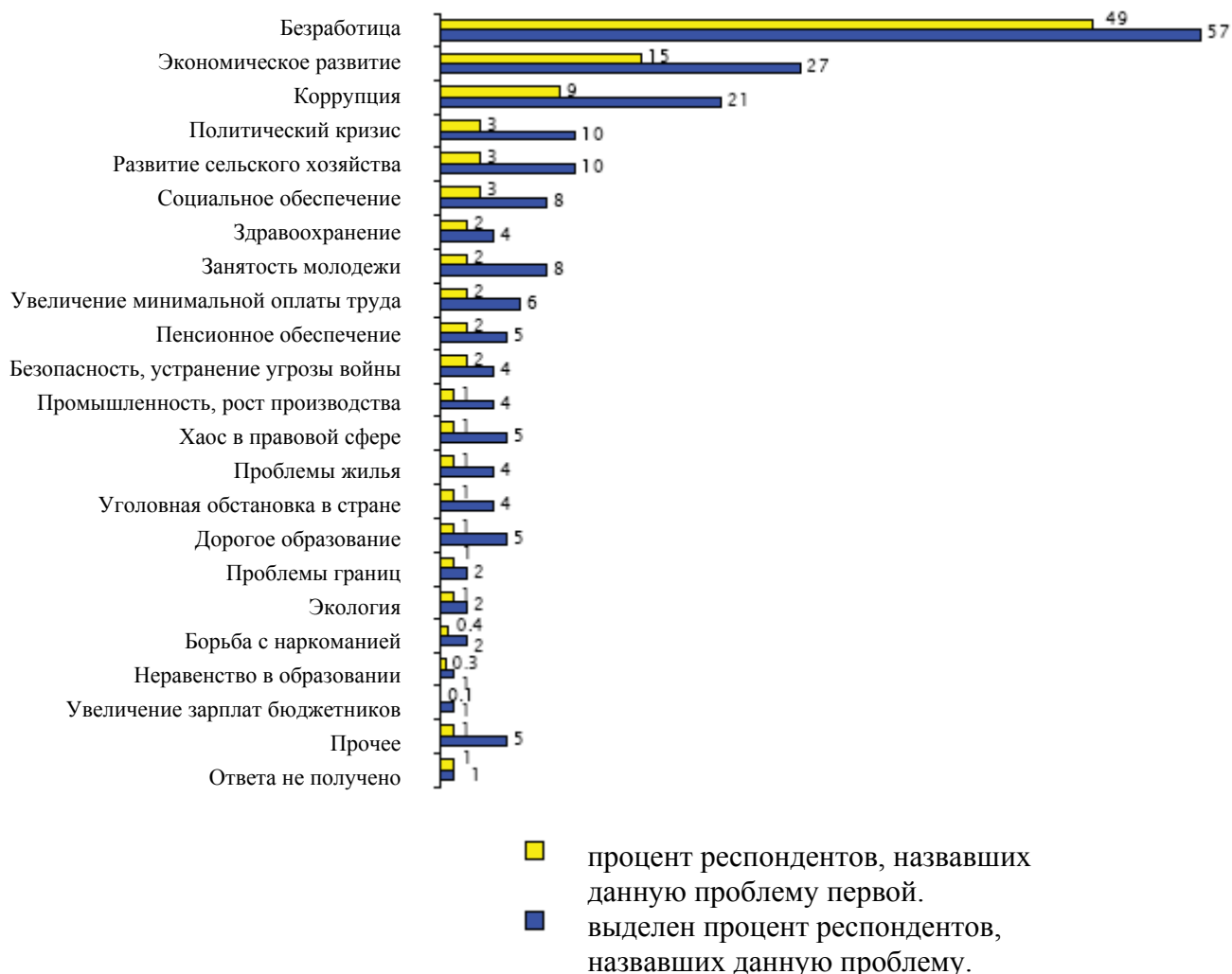
В программу факультетов журналистики киргизских вузов включена экономика, но, как правило, лишь теоретические вопросы. Да и в самих лекциях к экономике подходят несерьезно. Отсюда частые вопросы: «Зачем экономика журналистам?», «Экономика — сложный предмет, который требует многих лет изучения», «Вряд ли эти бумагомайки смогут разобраться в таких сложных вопросах» и проч. В результате факультеты

журналистики предлагают экономическую теорию всего лишь один семестр, уделяя основное внимание теории журналистики и другим теоретическим дисциплинам.

Опрос общественного мнения в Киргизии

Наиболее важные проблемы, стоящие перед Республикой Киргизия

Отметить не более двух проблем



Источник: IRI, обзоры стран Балтии, служба новостей «Галлуп», Опрос общественного мнения в Киргизии. Май 2007 г. Материалы могут быть получены в Международном республиканском институте по адресу www.iri.org/eurasia/Kyrgyzstan/pdfs/2007-07-03-Kyrgyzstan.ppt.

Журналисты становятся профессионалами, благодаря практике. Хороший журналист в своих статьях и репортажах применяет знания экономики, социологии, политических наук и других дисциплин. Факультетам журналистики Киргизии следует изменить направленную учебной программы, чтобы преодолеть расхождение между академической подготовкой молодых журналистов и реалиями их будущей профессиональной деятельности. Это сделать необходимо, хотя и непросто. Так, некоторые факультеты

пытались пригласить опытных экономических журналистов в качестве лекторов, но эти попытки провалились: оплата лекторов не позволила журналистам даже на время оставить свое основное занятие.

Краткосрочные курсы и школы

Неоднократно предпринимались шаги — в том числе, со стороны иностранных доноров, — направленные на обучение студентов и журналистов вопросам обработки и подачи экономической информации. Кроме семинаров, которые в 2007-2008 г.г. проводил Институт государственной политики при поддержке Центра международного частного предпринимательства, в последние годы проводились следующие мероприятия по повышению квалификации журналистов:

- 2005 г.: Фонд Сороса провел семинар по аналитической журналистике, в котором был небольшой экономический блок;
- 2006 г.: АКИ-Пресс совместно с академией Ed Net при поддержке Азия Универсал банка основал Школу экономической журналистики;
- 2007 г.: Международный деловой совет совместно с Конгрессом бизнес-ассоциаций при поддержке ОБСЕ (Ошский офис) провел семинар «Бизнес и СМИ».

Проведение этих мероприятий выявило ряд проблем. Организаторы отметили отсутствие подготовленных преподавателей, которые бы разбирались в экономике и одновременно ориентировались бы в специфике СМИ. Преподаватели, принявшие участие в семинарах, констатировали, что уровень начальной подготовки участников низкий, у них часто отсутствуют элементарные представления об экономике. Что особенно огорчительно, ряд достаточно образованных и талантливых слушателей семинаров, могли бы стать хорошими журналистами, вместо этого решили пойти в другие профессии.

К развитию экономической журналистики проявляет интерес киргизский бизнес, в частности, Международный деловой совет и Конгресс бизнес-ассоциаций, ряд банков и корпораций. Однако эти структуры пока не нашли форму для объединения своих интересов. Только согласованные, совместные усилия смогут совершить переворот в умонастроениях журналистов Киргизии, уже давно искаженных политическими страстями.

Что можно улучшить

Тем не менее, в целом, киргизские журналисты сделали очень многое на пути модернизации своей профессии, на пути к объективности и непредвзятости. К сожалению, однако, эти цели трактуются как «никаких комментариев, никакого синтеза — голые факты, факты и факты...». Введение аналитического элемента в журналистику, особенно в экономическую журналистику, несомненно, поможет населению Киргизии лучше понять экономическую информацию и поможет установить диалог между государством, бизнесом и общественностью, который и составляет основу рыночных и демократических реформ.

Чтобы успешно выполнить эту роль журналистам необходимо:

- отбирать, обрабатывать и предоставлять экономическую информацию, исходящую от государства;
- отбирать, обрабатывать и предоставлять экономическую информацию, исходящую от источников вне страны (т.е., от участников мирового экономического процесса);
- обеспечивать эффективный информационный обмен между населением и бизнесом всеми возможными способами: новостная и аналитическая журналистика, реклама;
- обеспечивать эффективный информационный обмен между населением и иностранными инвесторами.

Пример 2. НЕОБХОДИМОСТЬ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ.

Когда правительство начало рассматривать вопрос о переходе на повременную оплату за стационарные («киргизтелекомовские») телефоны, Ассоциация операторов телефонной связи (а не сам «Киргизтелеком») попыталась объяснить населению, почему переход на такую систему — это необходимый и правильный шаг. Аргументы ассоциация основывались на том, что если умрет национальный оператор, то будет плохо всем «связистам», все они тесно завязаны технически. Правительство, однако, не шло на «повременку», так как боялось недовольства населения. Но расчеты показывают, что при повременной оплате расходы на телефон «среднего гражданина» (которого стремится защитить государство) **никак не увеличатся**. Вместо этого увеличатся расходы юридических лиц, которые постоянно используют телефон в бизнесе, и плата которых, соответственно, будет отражать реальное использование телефонной связи. Сейчас же, фактически, частные лица, во время вносящие абонентную фиксированную плату, субсидируют длительные переговоры коммерсантов.

Проблема касалась всей страны, и, казалось бы, должна была вызвать интерес журналистов, поскольку затрагивала интересы трех больших групп:

- **национального оператора связи** (обеспечивающего сельскую связь и другие стратегические национальные интересы), который нуждался в повременной оплате для модернизации своего производственного оборудования;
- большого числа малообеспеченных *граждан*, которые могли бы сэкономить (при «повременке» малоговорящие граждане реально платят меньше);
- **государства**, которое должно следить как за стратегическими интересами страны, так и за интересами своих граждан.

В отношениях Ассоциации и представителей СМИ возникло две проблемы. Во-первых, журналисты не желали поднимать тему без дополнительной оплаты со стороны Ассоциации. Во-вторых, журналисты были не в состоянии написать толковую, хорошо аргументированную статью. Забрав несколько вариантов статьи, Ассоциация операторов телефонной связи обратилась за помощью к независимому эксперту. Таким образом, в данном случае СМИ «дали маху» сразу по нескольким направлениям, включая в том, что касается их образовательной роли, способствовать общественному диалогу и информационному обмену.

Работая по этим четырем направлениям, журналисты могут решать разные задачи, в том числе:

- выполнять миссию общественного контроля за действиями правительства в экономической сфере; например, журналисты могут широко освещать и тем самым даже предупреждать принятие неверных экономических решений;
- следить за тенденциями, возникающими на секторах рынка и сигнализировать и обществу, предпринимателям и власти, когда эти тенденции начинают приобретать негативный характер.
- следить за качеством регулятивного воздействия государства на экономику и за результатами воздействия на рынок того или иного решения правительства.

К сожалению, журналисты Киргизии узнают о той или иной экономической ошибке правительства... от самого правительства, когда ему уже ничего не остается, как признаться в собственной некомпетентности или невнимательности. В идеале, журналисты должны быть способны обсудить возможные последствия того или иного решения еще на этапе формулирования новой политики, опираясь на экспертные оценки ещё до того, последствия такой ошибки становятся очевидны. Журналистам также придется учитывать наличие различных групп в киргизском обществе и, обращаясь к той или иной группе, соответствующим образом отбирать информацию. Например, лишь небольшая часть населения Киргизии часто выезжает за пределы страны; остальные редко выезжают за пределы своего района. Крайне небольшая часть населения связана с остальным миром посредством электронной почты и интернета. При этом большинство населения считает начальное образование достаточным, и лишь немногие граждане имеют возможность выбирать, в каком престижном институте страны будут учиться их дети.

Выводы и рекомендации

В дополнение к вышеперечисленным факторам, тормозящим развитие экономической журналистики, существуют и некоторые проблемы в получении информации:

- в ведомствах часто отсутствуют соответствующие информационные службы (а там, где они есть, их деятельность оставляет желать лучшего); подобные службы должны не только предоставить информацию, но и растолковать её журналистам;
- в Киргизии ощущается отсутствие институтов предоставления информации: рейтинговых агентств, социологических научно-исследовательских центров и консалтинговых фирм;
- статистическая информация продается СМИ, хотя должна бы предоставляться бесплатно.

Для решения указанных проблем необходимы согласованные усилия, направленные на подготовку профессиональных «переводчиков» экономической информации, включая преподавателей, студентов факультетов журналистики и действующих журналистов. Нужны хорошие учебники и тренинговые модули, основанные на опыте практической работы. Чтобы решить проблему ухода наиболее способных людей из СМИ, совершенно необходимо поднять сам престиж профессии. Так, под эгидой правительства или Президента, можно создать постоянный национальный конкурс для деловой прессы, популяризируемый за счет специальных телепрограмм и поддерживаемый отечественным бизнесом и международными организациями.

Помимо журналистов, свою созидательную роль в воспитании внутреннего инвестора и грамотного потребителя должны сыграть и другие участники экономического процесса: государство, международные доноры и отечественный бизнес. Государственные приоритеты поддержки СМИ должны сместиться из сферы политических скандалов в сферу экономических проблем, которые играют огромную роль в жизни страны. Донорам необходимо признать важную роль экономической журналистики и ответственность, которую несут СМИ. Наконец, отечественный бизнес должен понять, почему качественная экономическая журналистика выгодна и им. И всё-таки, наиболее важным в этом вопросе является желание самих журналистов принять на себя эту огромную ответственность.

Надежда Добрецова в настоящее время работает специалистом по программам в Институте городской экономики. Имеет обширный опыт работы в СМИ, в том числе на должности главного редактора журнала «Рынки капитала и фондовые рынки». Н. Добрецова — автор более 600 статей, руководств, рекомендаций и аналитических работ. Имеет степень магистра экономики Бишкекского гуманитарного университета; пишет диссертацию на соискание докторской степени по экономике.

Центр международного частного предпринимательства может не разделять взглядов автора статьи. Перепечатка, перевод и публикация оригинальных статей из бюллетеня «Экономическая реформа» разрешаются при условии ссылки на Центр международного частного предпринимательства (CIRE) с указанием фамилии автора. Обязательно предоставить CIRE точные сведения о размещении материала и передать один экземпляр в офис CIRE в Вашингтоне.

Центр международного частного предпринимательства — некоммерческая организация, осуществляющая деятельность под эгидой Торговой палаты США, и один из четырех главных

институтов Национального фонда поддержки демократии. CIRE поддерживал и продолжает поддерживать более 1000 проектов в более чем 100 странах с экономикой переходного периода. Проекты Центра направлены на защиту частным бизнесом его прав и интересов в законодательной сфере, институциональную реформу, совершенствование корпоративного управления, просвещение общества в области демократии и рыночной экономики. В целях осуществления демократических и экономических реформ CIRE предлагает предпринимательским организациям помощь в управлении, практический опыт и финансовую поддержку. Программы CIRE также поддерживаются Агентством США по международному развитию.