

Состояние СМИ и роль социальных сетей в Казахстане, Кыргызстане, Таджикистане и Узбекистане



Состояние СМИ и роль социальных сетей в Казахстане, Кыргызстане, Таджикистане и Узбекистане

Настоящее исследование было разработано и проведено в рамках проекта Института по освещению войны и мира «Giving Voice, Driving Change – from the Borderland to the Steppes - Cluster III: Central Asia» при финансовой поддержке Министерства иностранных дел Норвегии.

Автор: д-р Элира Турдубаева, доцент факультета журналистики и массовых коммуникаций АУЦА.

Контрибьюторы:

Д-р Галия Ибраева, доцент факультета журналистики, Казахский национальный университет им. аль-Фараби

Лола Олимова, программный менеджер/редактор IWPR в Таджикистане

Наргис Косимова, доцент кафедры международной журналистики и массовых коммуникаций, факультет международной журналистики, Узбекский государственный университет мировых языков.

Редакторы: Мээрим Шамудинова, программный менеджер IWPR по ЦА, Жамиля Айтакунова, программный координатор IWPR в Кыргызстане.

Мнения, озвученные в настоящем документе, являются мнениями автора (авторов) и IWPR и не обязательно отражают точку зрения МИД Норвегии.

IWPR – это международная организация по развитию СМИ, которая поддерживает местных журналистов, гражданских журналистов и общественных активистов в трех десятках стран, находящихся в процессе конфликта, кризиса и переходной экономики по всему миру. IWPR работает в Центральной Азии с 1999 года, региональный головной офис расположен в Бишкеке.

©Все права сохраняются за IWPR. Материал может быть скопирован, скачан и распечатан для личного изучения, исследования и в целях обучения или для использования в некоммерческих продуктах или услугах, при условии, что IWPR указан в качестве источника и правообладателя.

Аннотация	3
Исследовательские вопросы	3
Методология	4
Казахстан	6
Кыргызстан	17
Таджикистан	27
Узбекистан	36
Сравнительный анализ	47
Рекомендации	50
Использованная литература	51

Аннотация



Цель данного исследования заключается в анализе текущего состояния и перспектив развития средств массовой информации в четырех странах Центральной Азии (Казахстане, Кыргызстане, Таджикистане и Узбекистане).

Данное исследование также проводит анализ уровня взаимодействия между СМИ, экспертами, организациями гражданского общества и государственными органами в Казахстане, Кыргызстане, Таджикистане и

Узбекистане: источники информации, сильные и слабые стороны, роль журналистов и СМИ в каждой из стран региона.

Данные были собраны через онлайн-анкету на сайте Survey Monkey и в ходе личных глубинных интервью с журналистами четырех стран. Собранные количественные данные были проанализированы с помощью SPSS24, а качественные данные были проанализированы с помощью дискурс-анализа.

Исследовательские вопросы



ИБ1: Какова способность СМИ четко и просто объяснить, проинформировать, вовлечь и вдохновить местные сообщества (особенно в вопросах прав человека, предотвращения конфликтов, миграции, ответственности и коррупции) посредством традиционных и новых СМИ в Кыргызстане, Казахстане, Узбекистане и Таджикистане?

ИБ2: Каков уровень сотрудничества между СМИ, молодыми экспертами-политологами, организациями гражданского общества и правительством по ключевым вопросам в Казахстане, Кыргызстане, Таджикистане и Узбекистане?

ИБ3: Как взаимодействуют между собой СМИ, молодые эксперты-политологи, организации гражданского общества и правитель-

ство: сильные и слабые стороны, влияние гражданского общества, СМИ и экспертов на уровень страны, доверие к правительству в а) СМИ; б) гражданском обществе (НПО); в) профессионализм экспертов и исследователей в области политики в Кыргызстане, Казахстане, Узбекистане и Таджикистане?

ИБ4: Каков уровень профессиональных стандартов журналистов в Кыргызстане, Казахстане, Узбекистане и Таджикистане?

ИБ5: Каково влияние новых СМИ в качестве источника объективной и точной информации для граждан Кыргызстана, Казахстана, Узбекистана и Таджикистана?

ИБ6: Каковы перспективы развития СМИ на 3-5 лет в Кыргызстане, Казахстане, Узбекистане и Таджикистане?

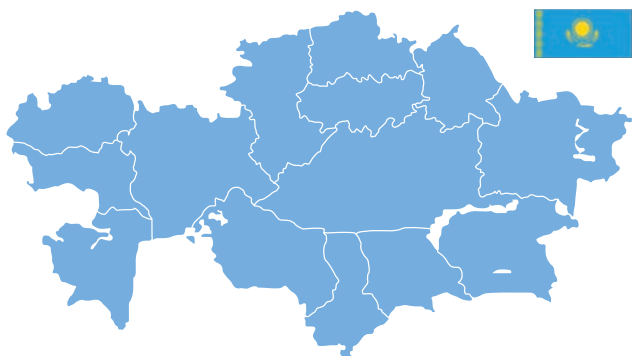


В данном исследовании использовались количественные и качественные методы исследования. Данные были собраны с помощью онлайн-анкеты на сайте Survey Monkey и в ходе личных глубинных интервью с журналистами четырех стран. Собранные количественные данные были проанализированы с помощью SPSS24, а качественные данные были проанализированы с помощью дискурс-анализа.

Данное исследование базируется на данных опроса, проведенного среди журналистов в феврале-марте 2018 года. В целом

был опрошен 251 журналист, работающий в основных СМИ (в том числе телевидение, радио, печатные и интернет-издания) в четырех странах. Опрос провели среди 79 журналистов в Казахстане, 43 – в Кыргызстане, 43 – в Таджикистане и 86 – в Узбекистане. Мы провели личные интервью с 35 журналистами в четырех странах по методу «снежного кома»: с 9 – в Казахстане, 6 - в Кыргызстане, 10 – в Таджикистане и 10 – в Узбекистане. Также личные глубинные интервью были проведены с 6 экспертами из Центральной Азии.

КАЗАХСТАН



В исследовании приняли участие всего 41 журналист из Казахстана.



Мужчины
64,6%



Женщины
35,4%



Вебсайты
35,3%



Телевидение
24,1%



Газеты
21,5%



Информационные агентства
16,5%



Радио
7,6%



Журналы
2,5%



Другое
2,5%

В каких средствах массовой информации вы работаете?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Интернет-издания	20	25,3	25,3	25,3
Телевидение	19	24,1	24,1	49,4
Газета	17	21,5	21,5	70,9
Информационное агентство	13	16,5	16,5	87,3
Радио	6	7,6	7,6	94,9
Журнал	2	2,5	2,5	97,5
Другое	2	2,5	2,5	100,0
Всего	79	100,0	100,0	

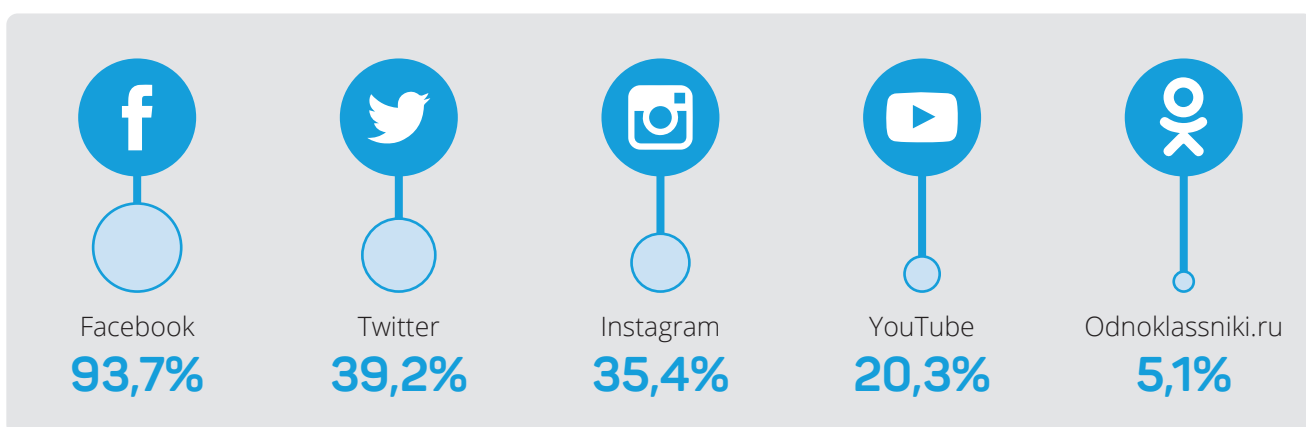
Более четверти (35,3%) респондентов работают в интернет-изданиях, около четверти (24,1%) – на телевидении, более пятой части (21,5%) – в газетах, и 16,5% - в инфор-

мационных агентствах. Около половины респондентов (49,4%) работают в частных СМИ, и более четверти (27,8%) – в государственных СМИ.

В каких средствах массовой информации вы работаете?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Частные	39	49,4	49,4	49,4
Государственные	22	27,8	27,8	77,2
Международные	14	17,7	17,7	94,9
Другие	4	5,1	5,1	100,0
Всего	79	100,0	100,0	

Какими социальными сетями вы пользуетесь?



СМИ в Казахстане активно пользуются социальными сетями, большинство респондентов отметили, что их СМИ имеют аккаунт на Facebook, Twitter и Instagram. Журналисты

в Казахстане также активно пользуются социальными сетями. Самая популярная социальная сеть среди журналистов в Казахстане – Facebook, затем идут Twitter и Instagram.

Из каких источников вы получаете информацию для своих репортажей?



По результатам глубинных интервью, большинство журналистов в Казахстане получают информацию и идеи для своих новостных материалов из властных структур, пресс-служб государственных органов и пресс-конференций. Также они получают информацию и идеи из социальных сетей, таких как Facebook и Twitter, но они сомневаются в такой информации и не рассматривают эти источники в качестве надежного информационного источника.

Журналисты в Казахстане заявляют, что при выборе темы для освещения у них есть два варианта: во-первых, темы, о которых они могут написать, и темы, которые являются нежелательными.

В казахстанских СМИ выбор тем в большинстве случаев происходит в редакционной коллегии. Они в основном освещают визиты политических лидеров, внутреннюю политику и изменения, происходящие во властных структурах и государственных органах.

Пресс-релизы, а затем вебсайты все еще являются основным источником информации для новостных сообщений журналистов в стране. Пресс-конференции являются третьим по популярности источником информации для журналистов в Казахстане, за которыми идут люди. Среди социальных сетей Facebook является самым часто используемым источником информации для журналистов в Казахстане.

Откуда журналисты получают информацию и идеи для своих новостных репортажей?

Мы можем извлекать данные из множества источников. Это информация властных структур, пресс-конференции и социальные сети. Если я смотрю международные новости, предпочитаю подтвержденные источники. Но чаще всего я смотрю ленту новостей в Twitter и Facebook. Когда мы ищем информацию через социальные сети, сталкиваемся с непроверенными данными, в этом случае не стоит брать информацию из социальных сетей. Можно просто взять саму идею и перепроверить данные. Если информация опубликована на чьей-либо странице, ей необязательно стоит верить. Лучше взять эту информацию и перепроверить ее, если она интересна тебе.

Откуда журналисты получают информацию и идеи для своих новостных репортажей?

Учредитель «Вечернего Алматы» - акимият города, в связи с чем выполняется, во-первых, государственный заказ и формируется контент в соответствии с медиапланом, разработанным там же. Источниками информации являются пресс-службы государственных органов, частных организаций, другие СМИ, а также личные контакты журналистов, что позволяет создать эксклюзив.

Где и как вы проверяете предоставленную информацию?



пресс-релизы
81%



новостные сообщения с сайтов
43%



пресс-конференции
38%



люди
3,1%



Facebook
1,3%

Что касается методов проверки фактов, большинство журналистов в Казахстане проверяют предоставленную информацию в пресс-релизах, затем на сайтах и на пресс-конференциях. Также мы спросили, что их мотивировало при выборе профессии журналиста, на что они ответили: «Возмож-

ность помогать людям в их повседневных делах», «Разнообразная и активная работа», «Возможность повлиять на общественную жизнь», «Возможность познакомиться с разными людьми» и «Получить стабильную работу». Это основные причины, которые побудили их стать журналистом.

Как редколлегии выбирают тему новостей?

Тема зависит от приоритетности или от конкретной задачи. Кроме того, она зависит от направления.

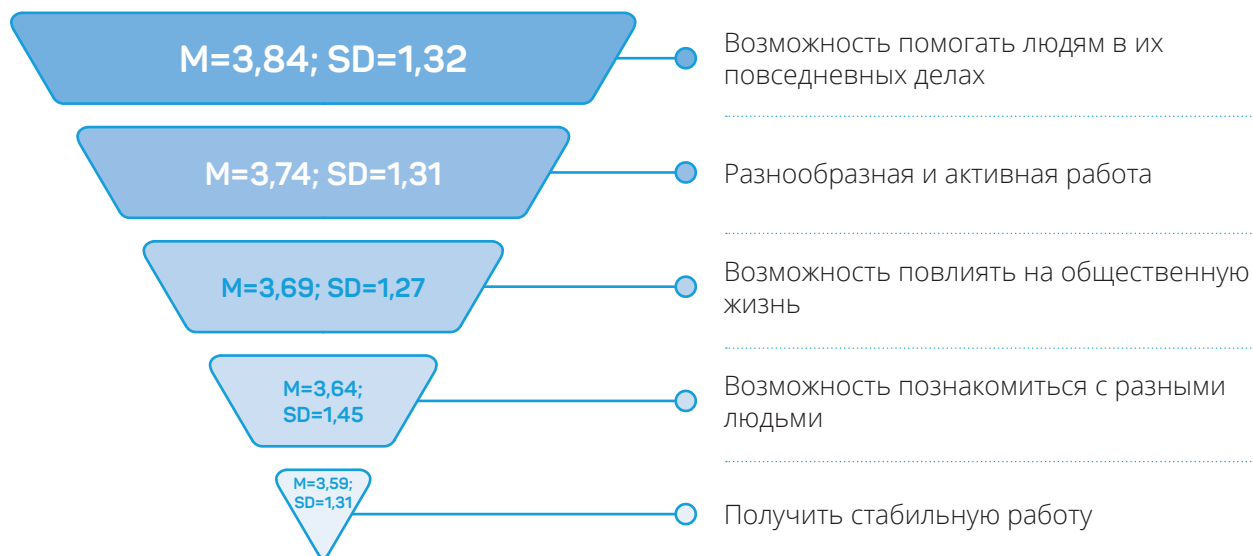
Наши направления в основном политическое, экономическое и социальное.

У нас в приоритете внутренняя политика, изменения, происходящие во властных структурах. Все, что происходит между государственными структурами, разные изменения, - все это в приоритете. Сейчас мы пишем много о возможных сценариях власти в Казахстане, мы считаем эту тему очень важной.

Как редколлегии выбирают тему новостей?

Как обычно, коллективно на собраниях мы быстро всё обсуждаем. Но я работаю только с вопросами культуры. Обычно я защищаю их как могу.

Пять главных причин, побудивших их стать журналистами в Казахстане



Во время опроса мы спросили у журналистов об их мнении относительно эффективности их освещения вопросов, касающихся прав человека, коррупции и экологии. Журналисты считают, что их СМИ эффективно освещают вопросы прав человека и экологии.

Однако глубинные интервью показали, что СМИ в Казахстане не освещают права человека и коррупцию эффективно, так как сталкиваются с препятствиями при освещении этих вопросов, и они считают, что влияние журналистики в Казахстане не такое большое, как

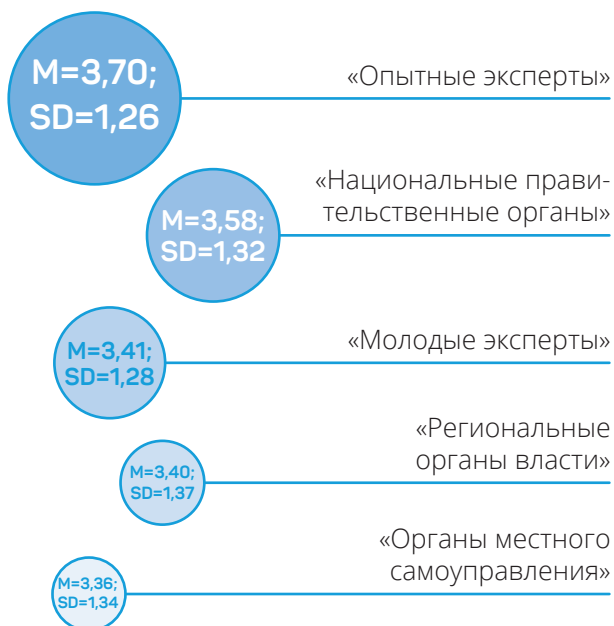
они бы хотели. Журналисты освещают экологические вопросы в Казахстане, например, «горный курорт Кок-Жайлау», но они не знают, эффективен ли вопрос защиты экологии.

По мнению большинства респондентов глубинных интервью, в Казахстане недостаточно журналистских расследований, и большинство СМИ их не проводят, так как журналистика в Казахстане – это проправительственная журналистика.

Влияние журналистики весьма слабое. Материал могут удалить в любой момент.

Сейчас журналистика проправительственная или... Есть несколько более-менее сайтов, где можно прочитать нормальные материалы. Большинство газет имеют низкий рейтинг. У нас нет общественной журналистики. Сейчас вся журналистика в социальных сетях. Иногда на 31-м канале или в ZonakZ. Многие публикации, даже на «Ратель» (сейчас закрыт) и 365 Info, часто скатываются в «желтую» прессу.

Сотрудничество СМИ Казахстана с:

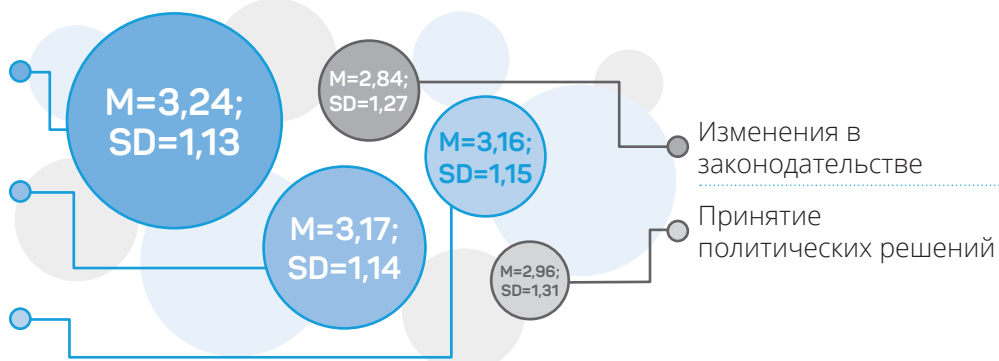


Результаты глубинных интервью показали, что в Казахстане большинство новостей в СМИ являются государственными, а журналисты освещают темы, которые связаны с государственными органами. Казахстанские журналисты разделяют НПО и гражданский сектор; они считают, что НПО не являются гражданским сектором. Большинство СМИ в Казахстане редко сотрудничают с НПО. Однако взаимодействие с НПО активнее осуществляется в онлайн-режиме, что приносит положительные результаты. Например, защита детей, которые подверглись насилию, или оказание медицинской помощи больным детям.

Во-первых, это зависит от главного редактора. Во-вторых, это внутренняя политика каждого средства массовой информации. В-третьих, это мероприятие национального масштаба.

Журналисты в Казахстане считают, что освещение в СМИ БОЛЬШЕ влияет на:

- «Решение социальных проблем на уровне сообщества»
- «Решение социальных проблем на уровне семьи»
- «Деятельность общественных организаций и активистов»



Журналисты в Казахстане считают, что освещение в СМИ МЕНЬШЕ влияет на:

Результаты глубинных интервью показали, что журналисты в Казахстане считают, что их влияние на процесс принятия решений и изменения в законодательстве ограничено.

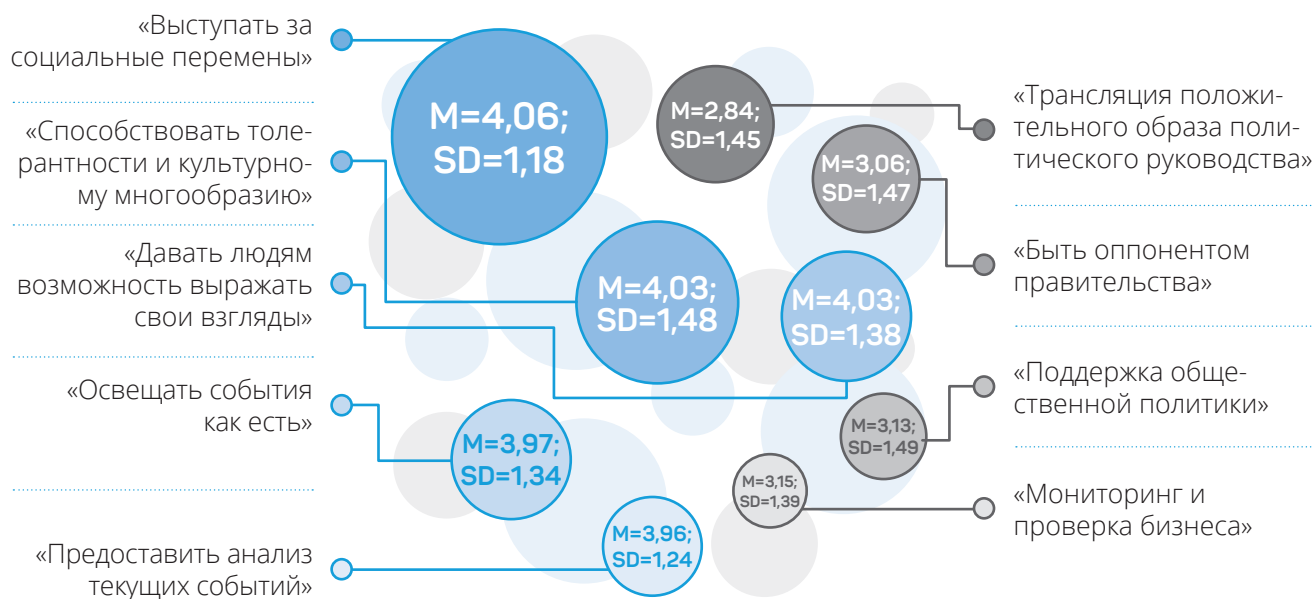
К сожалению, мы не влияем, так как мы не пишем на эту тему. Но я считаю, что при соответствующем финансировании можно отправлять журналистов в командировки, чтобы они освещали темы экологии или жизнь в сельской местности, и все это в мультимедийном формате. Для анализа и сбора такого рода информации требуются «снимки», люди, деньги и немного знаний. Мы можем использовать сторителлинг и писать о жизни НПО, если это будет интересно людям. Почему бы и нет?

Эксперт из ЦА заявляет, что сотрудничества между СМИ и государственными органами недостаточно, и что механизм сотрудничества и взаимного доверия все еще формируется.

К сожалению, сотрудничество между государственными органами и СМИ не на том уровне, на котором оно должно быть. Во-первых, нет механизма сотрудничества и взаимного доверия. В постсоветском пространстве отношение к СМИ осталось как раньше. Государственные органы могут разными способами ссылаться на СМИ. Есть уверенные люди, так как они информированы и могут что-либо сказать о своем секторе. В любом случае, по закону РК о средствах массовой информации, они должны дать ответ в трехдневный срок, но сейчас они хотят продлить этот срок.

НАИБОЛЕЕ важные функции для журналистов в Казахстане:

НАИМЕНЕЕ важные функции для журналистов в Казахстане:



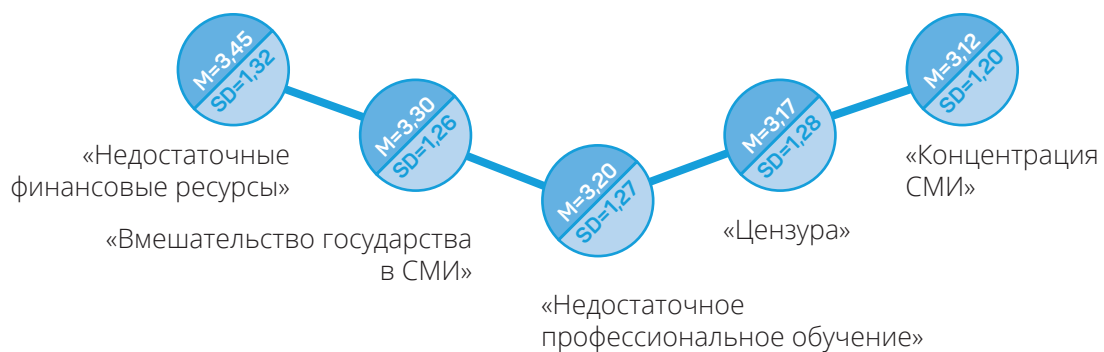
Респонденты глубинных интервью считают, что роль журналистов в решении социальных, экономических и политических проблем в стране находится не на должном уровне из-за уголовного преследования журналистов за их публикации. Они считают, что журналисты в Казахстане не имеют достаточно власти и их влияние сокращается.

Они приглашают вас на пресс-конференцию, делают громкое заявление, а на самом деле происходит что-то абсолютно другое, и достаточно часто и не всегда возможно проверить, т.е. фактически не всегда работает, пока ты не придешь, поэтому ты возвращаешься ни с чем. А иногда можно натолкнуться на новости. Однажды я был в суде, пообещал что-то, но ничего не произошло. И вдруг в здании суда произошел конфликт. Люди были недовольны. И журналисты написали об этом инциденте.

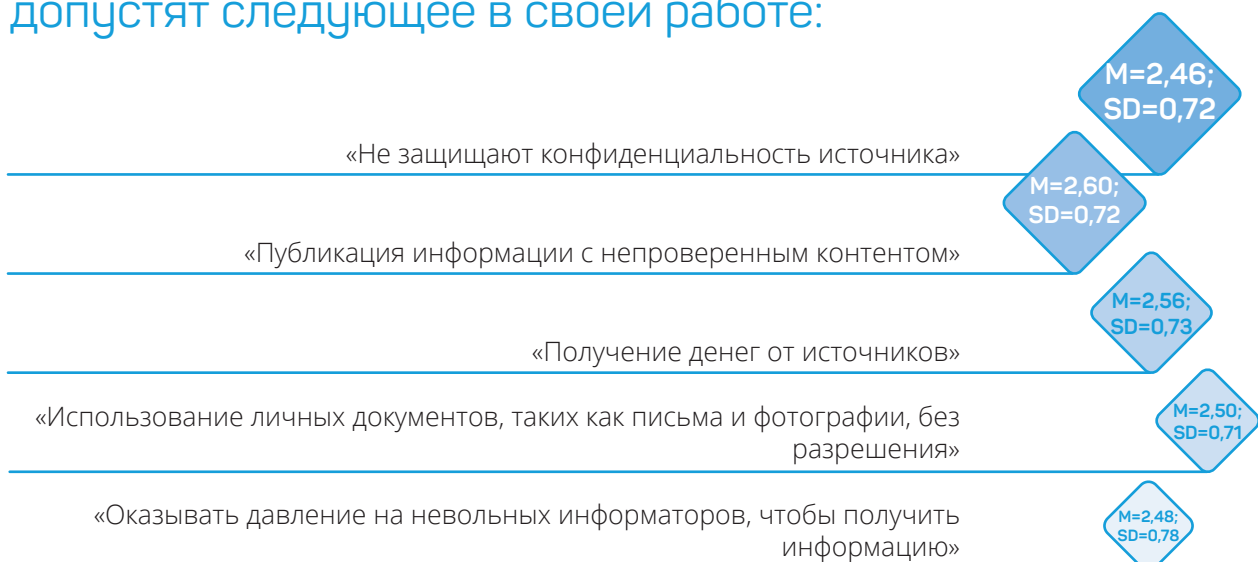
По мнению респондентов глубинных интервью, сейчас в Казахстане недостаточно независимых газет и телеканалов, а масштаб деятельности так называемых «независимых» СМИ очень ограничен и продолжает снижаться, так как государственное финансирование СМИ и закон о СМИ не позволяют им публиковать критические материалы. По мнению респондентов, в казахстанских СМИ существует самоцензура, а журналисты работают по государственным заказам, поэтому они сначала руководствуются государственными интересами. Они считают, что могут писать на любую тему, но такие материалы не всегда публикуются.

Журналисты в Казахстане оценивают работу частной информационной службы, новостных передач в частных и других СМИ в целом как хорошую, а работу государственной информационной пресс-службы и новостных передач в государственных СМИ – как удовлетворительную.

Основные препятствия и угрозы для качественной журналистики в Казахстане



Журналисты в Казахстане считают, что никогда не допустят следующее в своей работе:



По мнению эксперта из Казахстана, независимые СМИ в их стране ограничены:

По моему мнению, в Казахстане сфера деятельности «независимых» СМИ ограничена и продолжает сокращаться. Если вообще можно говорить о независимых СМИ, то есть факты таких независимых изданий, как независимая «Уральская неделя», ряд казахских СМИ, таких как «Жас Алаш», «ДАТ», онлайн-издание Kamshy.kz, Massaget.kz, Abai.kz, которые поднимают серьезные вопросы. Например, именно их смелая позиция помогла сформировать общественное мнение в пользу разделенной семьи из Китая.

Основные факторы, определяющие это развитие:

- через систему госзаказа;
- формирование правового поля, в котором СМИ теряют возможность публиковать критические материалы (обвинения в клевете, разжигании различных форм социальной розни, несправедливые суды).

В целом насколько вы оптимистичны или пессимистичны в отношении будущего качественной журналистики в своей стране?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Ни оптимистичен, ни пессимистичен	32	40,5	41,0	41,0
Оптимистичен	27	34,2	34,6	75,6
Пессимистичен	11	13,9	14,1	89,7
Очень пессимистичен	3	7,6	3,8	97,4
Очень оптимистичен	2	2,5	2,6	100,0
Всего	78	98,7	100,0	
Пропущено Система	1	1,3		
Всего	79	100,0		

Почти половина журналистов ни оптимистичны, ни пессимистичны по поводу будущего качественной журналистики в Казахстане. Более трети журналистов оптимистично настроены по поводу будущего качественной журналистики в Казахстане.

Новый закон «О средствах массовой информации» внедрил огромное число поправок, которые сильно влияют на журналиста. Это и уголовное преследование... Влияние журналистов снижается, мы прекращаем быть властью. Теперь журналист – на службе правительства. Если раньше журналист был «стражем демократии», то сейчас его мнение не всегда важно. Закон о СМИ не всегда позволяет вам собирать информацию. Везде тайны,

коммерческие, семейные, так что.... Личная позиция? Или на амбразуру? Я не хочу лезть на амбразуру, не в этом возрасте... Я ищу варианты, чтобы люди могли узнать правду.

Сети стали основными источниками информации и вызвали волну общественного возмущения. Или помните, как общество отреагировало на хамское поведение менеджера ресторана в Кок-Тобе? Это также был пример несправедливого социального разделения общества! Сеть и бывший журналист коммерческого канала (КТК) довели этот вопрос до логического завершения. Менеджер ресторана был уволен. Это очень важно!

Или смелая позиция журналиста на страницах Facebook, где он пытался защитить экологическую ситуацию в Алматы от предлагаемого строительства горного курорта на участке «Кок Жайлау».

Что, по-вашему, произойдет с вашими СМИ в следующие 3-5 лет?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Станут мультимедийными	33	41,8	41,8	41,8
Перейдут на онлайн-контент	21	26,6	26,6	68,4
Без изменений	16	20,3	20,3	88,6
Другое	4	7,6	5,1	93,7
Перестанут быть популярными	2	2,5	2,5	98,7
Будут закрыты	1	1,3	1,3	100,0
Всего	79	100,0	100,0	

Что касается будущего СМИ в последующие 3-5 лет, журналисты считают, что СМИ в Казахстане станут мультимедийными и перейдут на онлайн-контент.

Мы работаем над госзаказами, поэтому, во-первых, мы руководствуемся государственными интересами и оставляем наши на потом. Иногда жалуешься, что не делаешь самую важную работу. В принципе, можно писать на любую тему. Только выйдет ли такой материал или нет – большой вопрос.

Какие меры принимает ваше СМИ для адаптации к новым тенденциям?



Увеличивает свое присутствие в социальных сетях

48,1%



Станет мультимедийным

41,8%



Перейдет на онлайн-контент в следующие 3-5 лет

26,6%

Эксперты из Центральной Азии считают, что независимая журналистика перейдет в Интернет, социальные сети.

В основном независимая журналистика переходит в Интернет, социальные сети и интернет-издания. Иногда социальные сети формируют повестку для государственных СМИ. Основная часть их аудитории состоит больше из молодежи и профессионалов среднего возраста. Поскольку печатные СМИ больше регулируются государством, тем больше развивается сектор интернет-изданий.

КЫРГЫЗСТАН



В опросе приняли участие 43 журналиста из Кыргызстана.



Мужчины
37,2%



Женщины
62,8%



Вебсайты
35,3%



Телевидение
24,1%



Газеты
21,5%



Радио
7,6%



Журналы
2,5%



Другое
2,5%



Информационные
агентства
16,5%

В каких средствах массовой информации вы работаете?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Интернет-издания	17	39,5	40,5	40,5
Газета	10	23,3	23,8	64,3
Информационное агентство	5	11,6	11,9	76,2
Телевидение	5	11,6	11,9	88,1
Журнал	2	4,7	4,8	92,9
Другое	2	4,7	4,8	97,6
Радио	1	2,3	2,4	100,0
Всего	42	97,7	100,0	
Пропущено				
Система	1	2,3		
Всего	43	100,0		

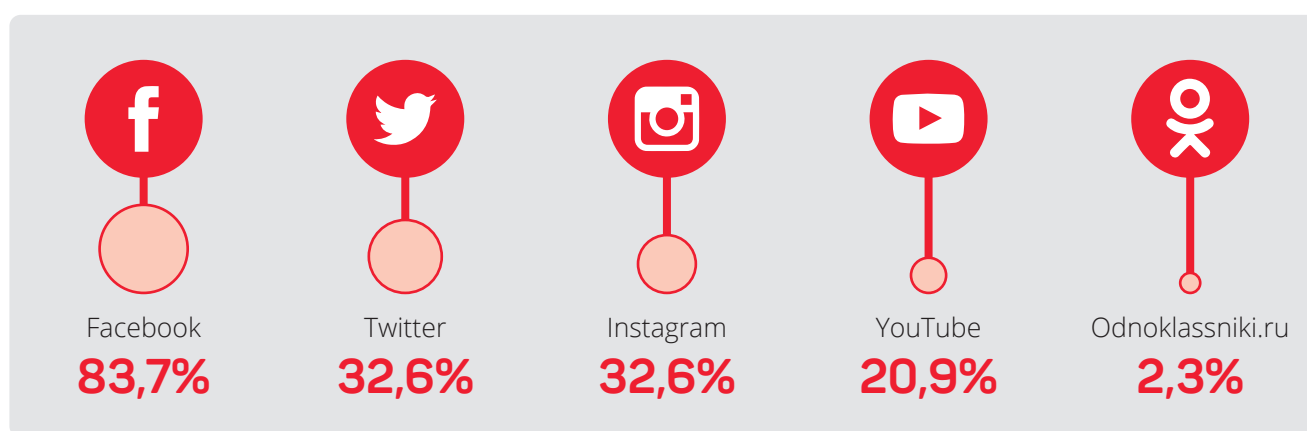
Больше одной трети (39,5%) респондентов работают в интернет-изданиях, около четверти (23,8%) – в газетах, и 11,6% - на телевидении, и еще 11,6% - в журналах. Боль-

шинство респондентов (65,1%) работают в частных СМИ и более четверти (25,6%) – в государственных СМИ.

В каких средствах массовой информации вы работаете?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Частные	28	65,1	65,1	65,1
Государственные	11	25,6	25,6	90,7
Международные	4	9,3	9,3	100,0
Всего	43	100,0	100,0	

Какими социальными сетями вы пользуетесь?



СМИ в Кыргызстане активно пользуются социальными сетями, большинство респондентов показали, что их СМИ имеют аккаунт на Facebook, Twitter и Instagram. Журналисты в Кыргызстане также активно пользуются

сайтами социальных сетей. Самой популярной социальной сетью среди журналистов Кыргызстана является Facebook, за которым следуют Twitter и Instagram.

Из каких источников вы получаете информацию для своих репортажей?



По результатам глубинных интервью, журналисты в Кыргызстане получают информацию и идеи для своих репортажей из Интернета, от коллег, из социальных сетей, из других СМИ, от государственных органов, от НПО и международных организаций, от экспертов и исследователей, от свидетелей событий и от друзей и знакомых.

Редакционный выбор новостных тем осуществляется коллективно, при этом каждый журналист предлагает редактору темы для новостного освещения. Также выбор новостных тем зависит от предпочтений аудитории СМИ. СМИ отдают предпочтение новостным темам, которые наиболее интересны их аудиториям.

Пресс-релизы до сих пор являются основным источником информации для новостных репортажей журналистов, за которыми следуют вебсайты. Пресс-конференции – третий наиболее популярный источник информации для журналистов Кыргызстана, за которым следуют люди в качестве информационного источника для журналистов. Среди социальных сетей Facebook является наиболее часто используемым источником информации для новостных репортажей журналистов в Кыргызстане.

Конечно же, это социальные сети, газеты. Я предпочитаю купить пару местных газет, например, «Новые лица», иногда читаю «Аргументы и факты», «Вечерний Бишкек», так как нужно знать, как развивается журналистика. Третий источник информации – это, конечно же, мои коллеги-журналисты и большой круг друзей из НПО и международных организаций, а также мое личное окружение.

Как правило, я получаю информацию для своих статей из новостей. Социальные сети вдохновляют. Как журналист, я потребляю медиаконтент каждую секунду. Соответственно, в моей голове появляется множество идей, всегда читаю газеты, читаю много материала, и у меня больше вопросов, чем ответов. Кроме того, по профессии я общаюсь с экспертами и разными исследователями. Как правило, эксперты имеют огромный массив данных по определенной проблеме.



люди
76,7%



СМИ
34,9%



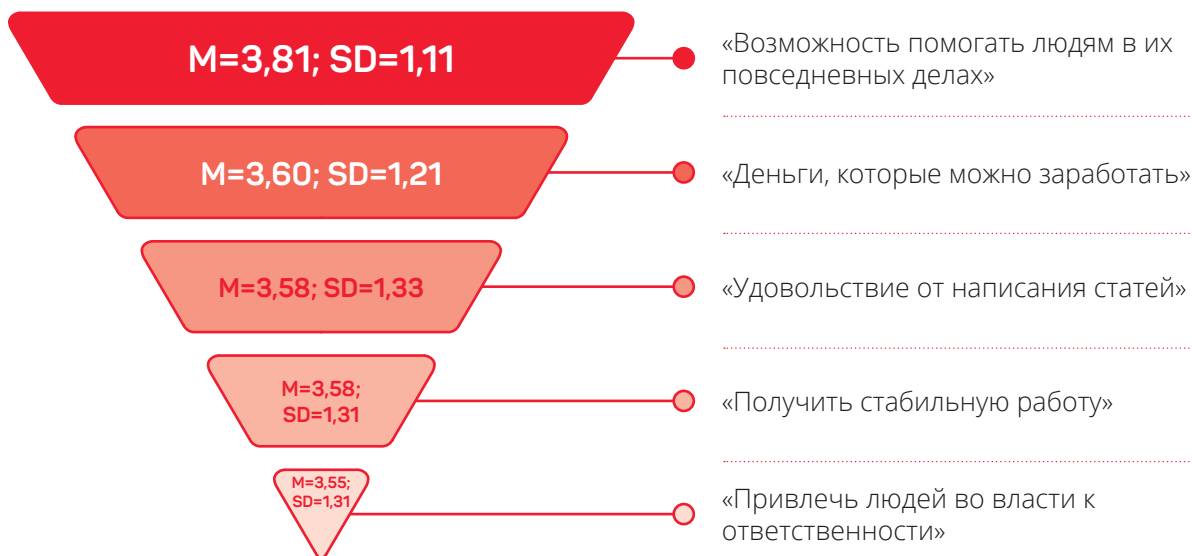
Интернет
20,9%

Что касается методов проверки фактов, результаты исследования показали, что большинство журналистов в Кыргызстане проверяют полученную информацию у людей, из публикаций в СМИ и в Интернете.

Каждое утро мы проводим совещание с главным редактором. И каждый предлагает собственную тему, о которой хочет написать. Редактор либо соглашается, либо вносит свои коррективы. Если тема неинтересна, редактор спорит, объясняет тебе, что не нужно писать об этом. Каждый журналист имеет свое направление, и мы пишем в соответствии с этим направлением. Но в большинстве случаев мы каждый день посещаем мероприятия и пишем о них в длинных или кратких новостях.

Вероятно, тема зависит от предпочтений нашей аудитории. Конечно же, мы отдадим предпочтение материалу, который наиболее интересен нашей целевой аудитории. Также это должно быть прописано в редакционной политике.

Пять главных причин, побудивших их стать журналистами в Кыргызстане



Также мы спросили журналистов об их мотивации при выборе профессии журналиста, на что они ответили: «Возможность помогать людям в их повседневных делах», «Деньги, которые можно заработать», «Удовольствие от написания статей», «Получить стабильную работу» и «Привлечь людей во

власти к ответственности». Это пять главных причин, которые побудили их стать журналистами. Несколько лет назад журналисты в Кыргызстане жаловались на низкие зарплаты, но результаты нашего исследования показывают, что журналистика становится высокооплачиваемой профессией в стране.

Однако результаты глубинных интервью показали, что журналисты чаще освещают вопросы прав человека и коррупции, а не экологические проблемы, так как движение экологических НПО в Кыргызстане менее развито и они предпочитают работать с социальными сетями, а не со средствами массовой информации. Журналисты считают, что освещение ими этих вопросов мобилизует людей оказать давление на правительство для решения этих вопросов.

По результатам глубинных интервью, большинство журналистов в Кыргызстане не проводят журналистские расследования. Журналисты заявили, что, к сожалению, не все редакторы понимают важность журналистских расследований и не поддерживают их.

А также НПО не хотят сотрудничать с журналистами в проведении журналистских расследований, так как большинство из них уже разочарованы в журналистах, потому что они освещали их проблемы поверхностно.

Во время опроса мы попросили журналистов выразить мнение об эффективности освещения ими вопросов, связанных с правами человека, коррупцией и экологией. Журналисты считают, что их СМИ эффективно освещают вопросы «прав человека» и «экологии».

Каждое СМИ в Кыргызстане так или иначе освещает тему коррупции, экологии и прав человека. Эти темы очень актуальны. Поэтому каждый день некоторые СМИ, в том числе наше агентство, освещают эти проблемы. Если властные структуры основываются на своей информации о задержании лица, подозреваемого во взятке, мы пишем об этом. Невозможно определить эффективность, так как абсолютно все СМИ пишут об этом почти каждый день. Я не могу сказать, что то или иное агентство освещает этот вопрос неэффективно.

Мы довольно редко освещаем экологические проблемы, только если тема в мейнстриме. В приоритете у нас темы коррупции и прав человека. Мы стараемся освещать вопрос коррупции, он всегда нам интересен. Много репортажей посвящено людям с ограниченными возможностями здоровья. Эта тема у нас в топе – за неделю мы выпускаем два-три материала.

Сотрудничество СМИ Кыргызстана с:

Результаты глубинных интервью показали, что журналисты в Кыргызстане имеют определенный круг экспертов, которые компетентны в определенных областях, они предпочитают брать интервью у бывших сотрудников, юристов, которые нейтральны, квалифицированы и компетентны. По словам респондентов, у каждого журналиста есть база данных разных экспертов, которые могут что-либо сказать на определенную тему. Также они наблюдают за этими экспертами и отслеживают их деятельность, потому что должны быть уверены в том, что они не меняют свое мнение часто, так как это влияет на репутацию СМИ. Обычно редакция уже имеет сформированный пул определенных экспертов в разных сферах. Однако журналисты могут выйти за рамки этого пула и выбрать собственных экспертов. При выборе политических экспертов журналисты предпочитают нерадикальных экспертов. Что касается сотрудничества с правительством, то журналисты заявили, что государственные представители с готовностью дают интервью.

По результатам глубинных интервью, в целом журналисты в Кыргызстане часто сотрудничают с организациями гражданского общества и активистами. Они открыты к сотрудничеству с НПО и организациями гражданского общества, посещая их мероприятия, публикуя новости об их деятельности, проводя интервью с ними в качестве экспертов и специалистов для специальных

«Опытные эксперты»

M=3,86;
SD=1,01

«Национальные
правительственные органы»

M=3,53;
SD=1,33

«Молодые эксперты»

M=3,48;
SD=1,24

«Региональные органы власти»

M=3,41;
SD=1,40

«Органы местного
самоуправления»

M=3,39;
SD=1,43

репортажей, а также обращаясь с ними как с источником информации. Респонденты заявили, что качество видео- и фотоконтента, который предоставляют НПО, не всегда хорошее, поэтому они не подходят для цифрового формата сторителлинга, который сейчас в тренде.

Журналисты считают, что государственные СМИ создают образ НПО как иностранных агентов, а другие СМИ создают идеализированный образ честных НПО. Журналисты считают, что НПО в Кыргызстане слишком политизированы и радикальны и не занимают нейтральную позицию. Журналисты заявили, что хотят, чтобы НПО были независимыми, беспристрастными организациями, которые заботятся о своих бенефициарах, а не о политических вопросах.

По результатам глубинных интервью, журналисты в Кыргызстане считают, что основная проблема НПО при сотрудничестве с журналистами заключается в отсутствии доверия. Журналисты не доверяют НПО, так

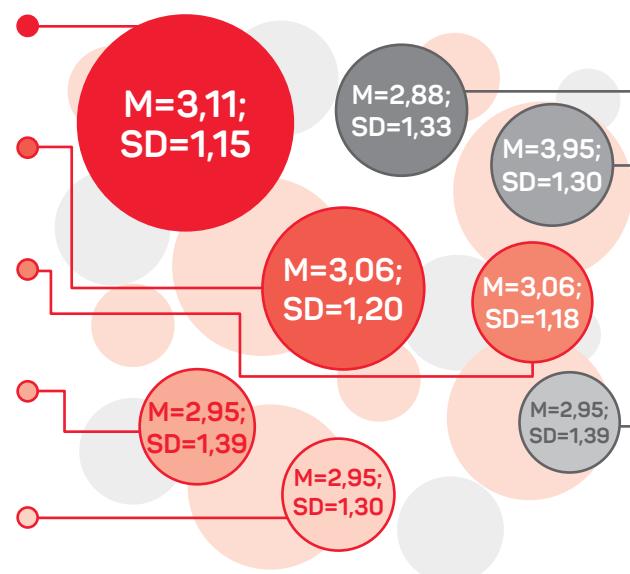
как их лидеры радикальны, не беспристрастны, политизированы и необъективны, и преследуют личные цели, что подорвет репутацию того СМИ, которое сотрудничает с ними.

Мы постоянно сотрудничаем с НПО, так как они работают над темами, которые у нас в приоритете: права человека, защита прав детей и женщин. И мы часто обращаемся к ним. Иногда они также обращаются и пишут нам, предлагают темы. Мы поддерживаем с ними связь и знаем, что они делают. А если происходит что-то интересное, мы об этом узнаем. По сути, три-четыре НПО работают в этой сфере, и о них все знают. Это известные НПО, которые установили связь со СМИ, и это не проблема для них.

Оглядываясь назад, мы видим, что сегодня сотрудничество СМИ с НПО стало более взаимным. Каждая сторона, как журналисты, так и НПО, увидела преимущества взаимовыгодного сотрудничества, поскольку сектор НПО имеет множество информационных ресурсов, и это должно быть интересно для общества. Журналисты всегда в поисках очень интересной информации. Если информация, которой обладает НПО, попадает в интересы нашей целевой аудитории, то, конечно же, наша редакция будет публиковать и работать с этим материалом, а также укреплять отношения с этим сектором НПО.

Журналисты Кыргызстана считают, что освещение в СМИ БОЛЬШЕ влияет на:

- «Решение социальных проблем на уровне сообщества»
- «Деятельность общественных организаций и активистов»
- «Решение социальных проблем на уровне семьи»
- «Принятие политических решений»
- «Решение социальных проблем на уровне страны»



Журналисты Кыргызстана считают, что освещение в СМИ МЕНЬШЕ влияет на:

- «Изменения в законодательстве»
- «Решение социальных проблем на уровне страны»
- «Принятие политических решений»

Однако результаты глубинных интервью показывают, что журналисты считают, что невозможно определить эффективность освещения и СМИ до сих пор не выработали меры по повышению эффективности освещения. Также журналисты считают, что интерес читателей к теме прав человека не такой высокий.

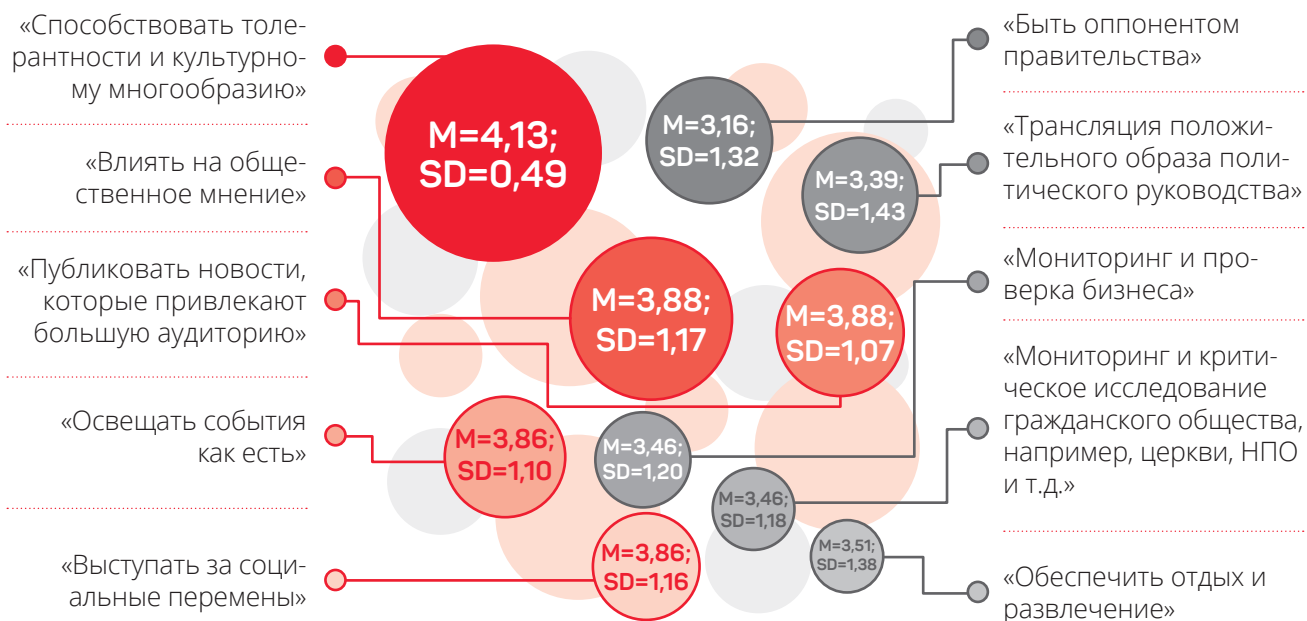
Освещение темы эффективно, на мой взгляд, когда тема привлекает внимание людей, показывает проблему с непривычного ракурса. Она должна пробудить у зрителей чувства, эмоции, расстроить зрителя. Во многих случаях меры принимались после выхода сюжета, т.е. была реакция. Например, мы рассказали о ситуации, когда у ребенка не было инвалидного кресла, и мать носила его на руках. Через несколько дней представители Министерства социального развития предоставили ребенку кресло. Иногда ответственные уполномоченные органы связываются с нами, чтобы узнать контакты нуждающихся, но не всегда. Иногда они не связываются с нами. Поэтому иногда мы даже можем не знать. Мы не отслеживаем результаты специально, а узнаем о них случайно.

Мы, журналисты, нашими публикациями помогаем решить некоторые проблемы. Если говорить о социальных проблемах, мы помогаем людям, которые находятся в трудной ситуации (нищета, здравоохранение). Публикации журналистов с мнениями политологов также играют роль в решении политических проблем. Политики, читая наш материал, делают выводы.

Иногда работа журналиста становится катализатором для решения многих социальных проблем на местах.

НАИБОЛЕЕ важные функции для журналистов в Кыргызстане:

НАИМЕНЕЕ важные функции для журналистов в Кыргызстане:



Результаты глубинных интервью показали, что журналисты считают, что они открывают правду и стараются рассказывать правду, которую некоторые пытаются скрыть. Однако они считают, что журналисты в стране не имеют реальной власти что-либо изменить. Это люди, которые могут повлиять на состояние проблемы и решить ее. Главная обязанность журналистов в том, чтобы информировать об этих проблемах, чтобы требовать от правительства решения этих проблем.

Думаю, положительно, так как роль СМИ заключается в том, чтобы своевременно информировать аудиторию, а затрагивание важных проблем в СМИ способствует тому, что люди, хоть и косвенно, принимают участие в решении проблемы, создавая информационное давление на виновных в этих проблемах.

Во-первых, мы всегда должны помнить о принципе «не навреди». Любой журналист должен понимать, что сегодня ты уехал из городка, где произошло насилие, а жертва насилия осталась там. Поэтому важно, чтобы твои публикации никоим образом не навредили твоему герою, а также нужно работать с ним и дальше.

Журналисты в Кыргызстане оценивают работу частной информационной службы, новостных передач в частных и других СМИ в целом как хорошую, а работу государственной информационной пресс-службы и новостных передач в государственных СМИ – как плохую.

Глубинные интервью показали, что телевизионная журналистика в Кыргызстане находится в кризисном состоянии из-за отсутствия доверия к общественному телеканалу из-за государственной цензуры на нем и закрытия некоторых независимых телеканалов. На телевидении отсутствуют журналистские расследования, которые влияют на решение проблем.

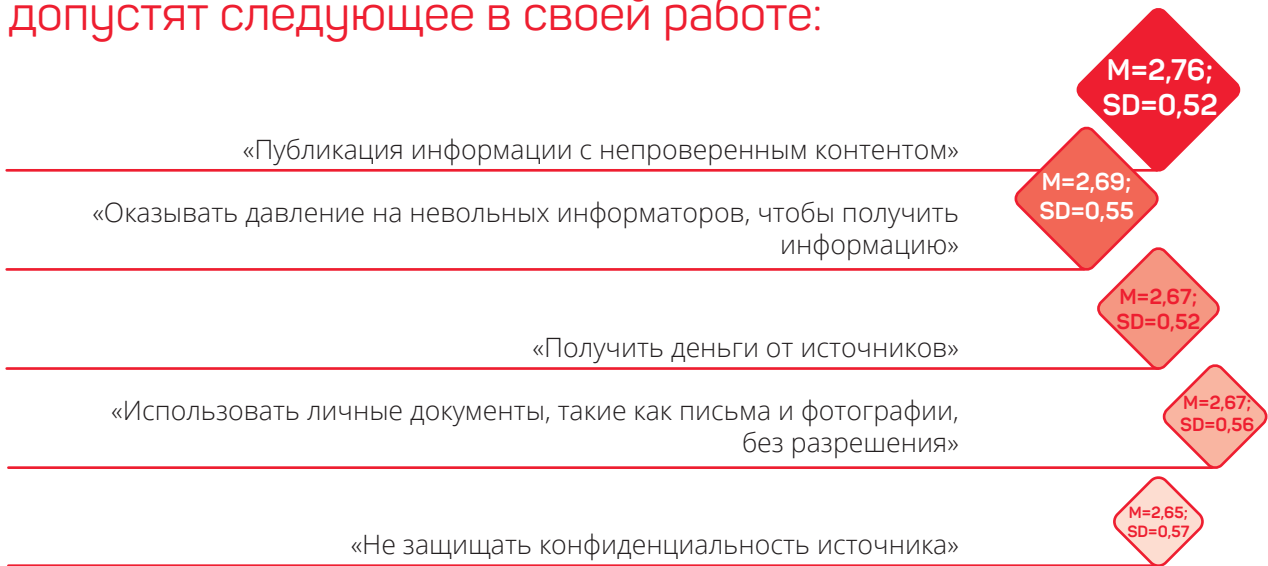
Сегодня в медиапространстве Кыргызстана, если мы возьмем телевидение, так как я работаю в этой сфере, недостаточно СМИ, которые производят хороший, высококачественный, профессиональный контент. Особенно сейчас, когда государственный канал потерял свои позиции из-за цензуры, отсутствия хороших специалистов, факта закрытия некоторых каналов. Сегодня телевидение Кыргызстана находится в глубоком кризисе. Медиополе проходит через трансформацию и поворотный момент. Сейчас практически нет хороших телевизионных продуктов. Это касается всех сфер, особенно аналитики. Сейчас вообще нет аналитических материалов. А также нет материалов, которые можно привести как пример хорошей журналистской работы.

Это все из-за текущей политической ситуации, а также из-за того, что медиополе проходит через большую трансформацию – несколько каналов закрыты, открываются новые каналы. Кроме того, недавно была осуществлена передача власти. Оппозиция, власть нестабильны. Они зависят от политических реалий и ресурсов – а у нас скудные ресурсы.

Основные препятствия и угрозы для качественной журналистики в Кыргызстане



Журналисты в Кыргызстане считают, что никогда не допустят следующее в своей работе:



В целом насколько вы оптимистичны или пессимистичны в отношении будущего качественной журналистики в своей стране?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Оптимистичен	21	48,8	50,0	50,0
Пессимистичен	12	27,9	28,6	78,6
Ни оптимистичен, ни пессимистичен	8	18,6	19,0	97,6
Очень оптимистичен	1	2,3	2,4	100,0
Всего	42	97,7	100,0	
Пропущено Система	1	2,3		
Всего	43	100,0		

Менее половины журналистов оптимистично относятся к будущему качественной журналистики в Кыргызстане. Около трети журналистов пессимистично настроены к будущему качественной журналистики в Кыргызстане.

Что касается будущего СМИ в следующие 3-5 лет, более половины журналистов считают, что СМИ в Кыргызстане станут мультимедийными, около трети журналистов считают, что СМИ Кыргызстана перейдут на онлайн-контент.

Что, по-вашему, произойдет с вашими СМИ в следующие 3-5 лет?

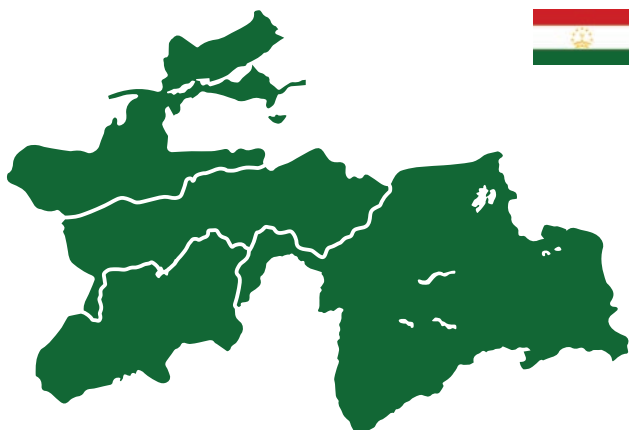
	Частота	Процент	Действительный процент	Cumulative Percent
Перейдут на онлайн-контент	13	30,2	30,2	30,2
Станут мультимедийными	13	30,2	30,2	60,5
Будут закрыты	7	16,3	16,3	76,7
Без изменений	7	16,3	16,3	93,0
Перестанут быть популярными	3	7,0	7,0	100,0
Всего	43	100,0	100,0	

Какие меры принимает ваше СМИ для адаптации к новым тенденциям?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Станет мультимедийным	22	51,2	51,2	51,2
Увеличивает свое присутствие в социальных сетях	15	34,9	34,9	86,0
Разрабатывает мобильные приложения	5	11,6	11,6	97,7
Другое	1	2,3	2,3	100,0
Всего	43	100,0	100,0	

Также при опросе у журналистов спросили о мерах, которые их СМИ принимают, чтобы адаптироваться к новым тенденциям. Более трети журналистов указали, что их СМИ увеличивают свое присутствие в социальных сетях, чтобы адаптироваться к новым тенденциям.

ТАДЖИКИСТАН



Всего 40 журналистов приняли участие в исследовании по Таджикистану.



Мужчины
30%



Женщины
70%



Газеты
40%



Информационные агентства
15%



Интернет-издания
12,5%



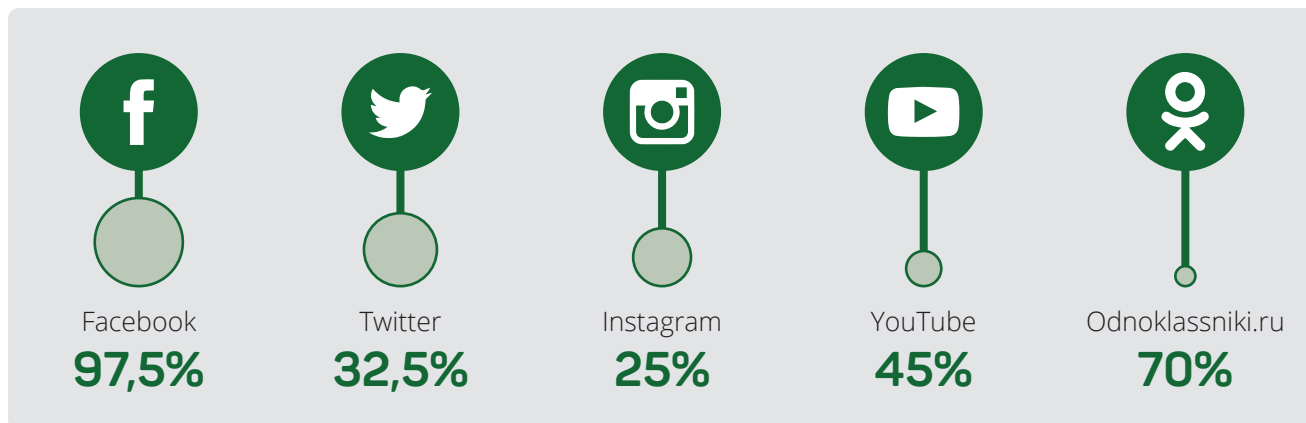
Телевидение
12,5%

В каких средствах массовой информации вы работаете?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Частные	15	37,5	37,5	37,5
Государственные	12	30,0	30,0	67,5
Международные	11	27,5	27,5	95,0
Другие	2	5,0	5,0	100,0
Всего	40	100,0	100,0	

Почти 40% респондентов работают в частных СМИ, и около трети (30%) – в государственных СМИ.

Какими социальными сетями вы пользуетесь?



СМИ в Таджикистане активно пользуются социальными сетями, большинство респондентов показали, что их СМИ имеют аккаунт на Facebook, Twitter, YouTube и Odnoklassniki.ru. Журналисты в Таджикистане также активно

пользуются социальными сетями. Наиболее популярные социальные сети среди журналистов Таджикистана – Facebook, за ним следуют YouTube, Odnoklassniki.ru, Twitter и Instagram.

Из каких источников вы получаете информацию для своих репортажей?



Пресс-релизы до сих пор являются основным источником информации для новостных репортажей журналистов в стране, за которыми следуют вебсайты. Пресс-конференции – третий самый популярный источник информации для новостных репортажей журналистов Таджикистана, за которыми следуют люди как источники информации для журналистов. Среди социальных сетей Facebook – наиболее часто используемый источник информации для новостных репортажей журналистов в Таджикистане.

По результатам глубинных интервью, журналисты получают информацию в большинстве случаев из государственных агентств, государственных органов, официальных источников, представителей правительства и с официальных сайтов. Также они получают информацию от людей, друзей, коллег, из интернет-ресурсов. В основном редакционный совет СМИ выбирает темы, которые должны быть освещены в СМИ. Они выбирают темы в зависимости от их актуальности для общества и значимости для сообщества.

Из правительственных источников, из общества, при исследовании источников, в процессе изучения некоторых тем и, естественно, из Интернета.

Источником информации или идей могут быть друзья, знакомые, прохожие на улице, официальные лица: представители правительства, правоохранительные органы, интернет-ресурсы.

Где и как вы проверяете предоставленную информацию?



люди
90%



публикации в
СМИ
55%



Интернет
52,5%

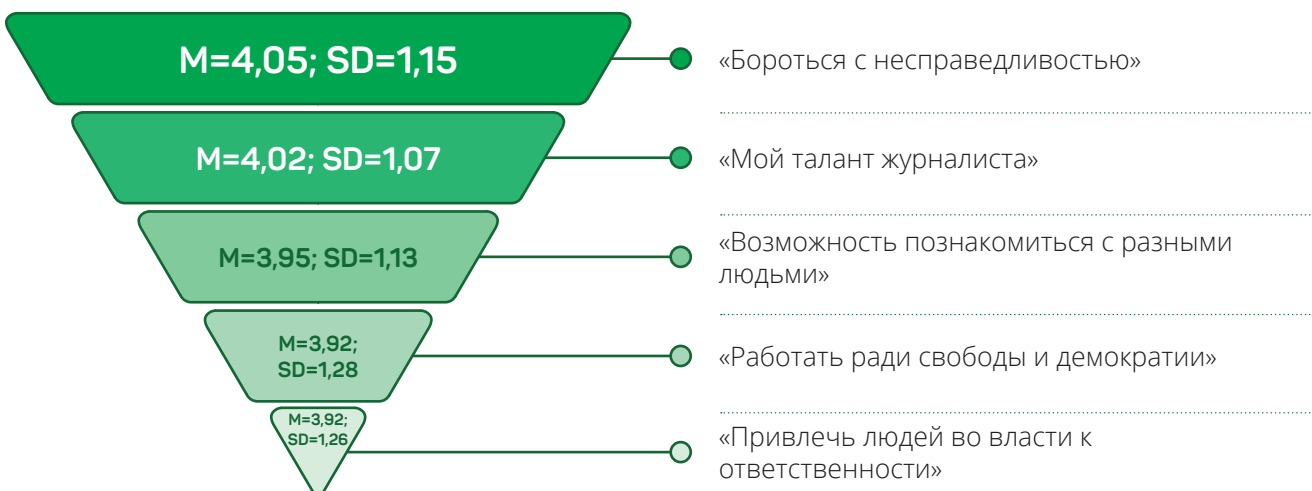
Что касается методов проверки фактов, то большинство журналистов в Таджикистане проверяют полученную информацию у людей, по публикациям в СМИ и в Интернете.

В редакции есть несколько портретов наших читателей. Когда мы предлагаем темы, то критерий таков – насколько новость интересна нашему читателю, и для какой категории она интересна.

Самым важным фактором освещения той или иной новости является ее актуальность для общества. Естественно, это является решающим фактором для нашей редакции при выборе информации.

Мы не можем выбирать новости по принципу «хорошие новости», «плохие новости». То есть нет разницы в том, что новость кто-то критикует, или, наоборот, она выставлена в положительном свете чью-то деятельность. Для нас важен сам факт новости.

Пять главных причин, побудивших их стать журналистами в Таджикистане



Также мы спросили журналистов об их мотивации при выборе профессии журналиста, на что они ответили следующее: «Бороться с несправедливостью», «Мой талант журналиста», «Возможность познакомиться с разными людьми», «Работать ради свободы и демократии» и «Привлечь людей во власти к ответственности». Это пять глав-

ных причин, по которым они стали журналистами. *Несколько лет назад журналисты в Таджикистане жаловались на низкие зарплаты, однако результаты нашего исследования показали, что журналистика становится высокооплачиваемой профессией в стране.*

Во время опроса мы спросили у журналистов их мнение об эффективности освещения ими вопросов, связанных с правами человека, коррупцией и экологией. Журналисты считают, что их СМИ эффективно освещают вопросы экологии и прав человека.

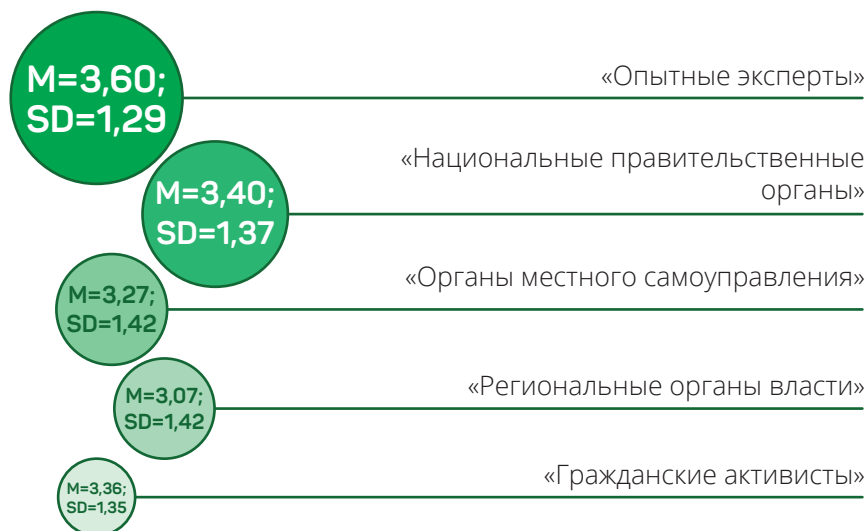
Глубинные интервью показали, что журналисты стараются освещать эти вопросы; однако это происходит не так эффективно, так как в данное время ситуация в стране не подходит для проведения журналистских

расследований из-за политического момента. Большинство журналистов считают, что проведение журналистских расследований дорого, требует много времени, и их трудно опубликовать в СМИ. Поэтому они не проводят журналистские расследования в Таджикистане. Те, кто проводит журналистские расследования, публикуют их в основном в зарубежных интернет-изданиях, таких как Fergana.ru и Cabar.asia.

Мы стараемся эффективно освещать, но не в той степени, в какой бы нам хотелось, но... Если возможно, мы стараемся освещать. Сейчас ситуация не из лучших, поэтому лучше перестраховаться. Некоторые вещи вообще нельзя освещать. Из-за информационного вакуума, который возник благодаря коррупции. Из-за политических моментов...

Мы долгое время хотим попытаться поэкспериментировать со скрытой камерой, но у нас нет «крыши», которая нас защитит после опубликования материала. Мы также влияем на экологические вопросы, после прохождения серии тренингов мы научились подавать новую информацию (инфографику, карты Google, заметки). Мы разрабатываем проект по созданию видеозаметок по правам человека, мы ждем одобрения государственного органа.

Сотрудничество СМИ Таджикистана с:



Что касается сотрудничества СМИ с экспертами, правительством, НПО и другими организациями гражданского общества, респонденты считают, что их СМИ сотрудничают с «опытными экспертами», «национальными правительственными органами», «органами местного самоуправления», «региональными органами власти» и «гражданскими активистами».

Результаты глубинных интервью показали, что большинство журналистов не сотрудничают с организациями гражданского общества. Они заявляют, что им трудно привлечь НПО к разговору в СМИ, так как они воздерживаются от общения с журналистами. Они говорят, что НПО не заинтересова-

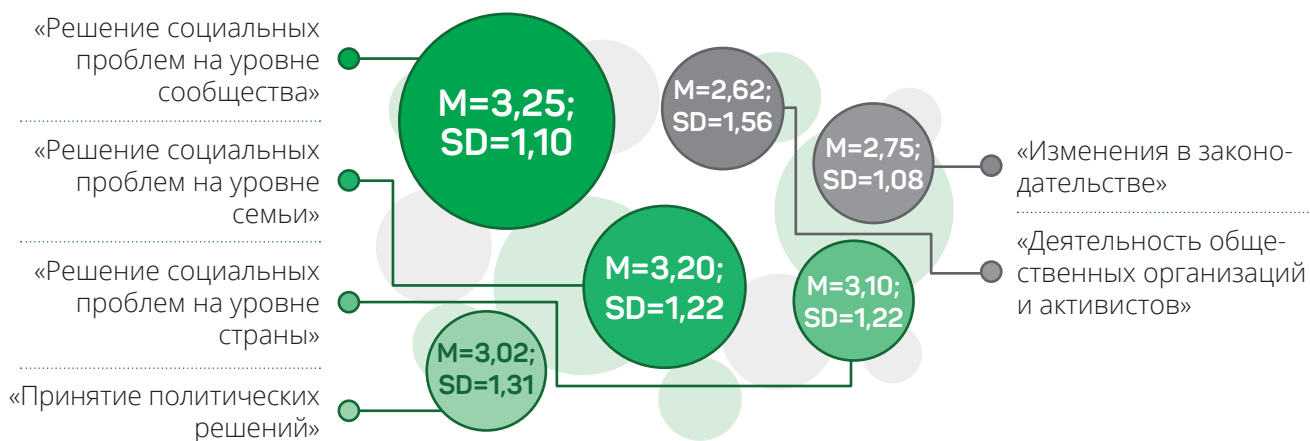
ны в сотрудничестве со СМИ. Журналисты считают, что НПО не спешат давать им интервью. Также мало экспертов по экологическим и экономическим вопросам. Местные эксперты не специализируются на определенной сфере, но пытаются быть экспертами в каждой сфере.

Сегодня нам трудно найти возможность поговорить с представителями НПО. Они предпочитают воздерживаться от общения со СМИ. Например, я работаю журналистом в Кулябе, и когда я хочу провести интервью или попросить быть экспертом НПО, они отказываются. Не могу сказать ничего о других регионах, но у нас такая ситуация. Они не заинтересованы в сотрудничестве, хотя, кажется, они должны быть заинтересованы в сотрудничестве, которое будет освещать их деятельность.

В данный момент мы очень тесно сотрудничаем. Раз в месяц мы в эфире разговариваем с экспертами на разные темы. Иногда они освещают свою деятельность по нашему радио, или мы приглашаем их на радио гостями в эфир и разговариваем о миграции, разводах и на другие темы, которые волнуют наших сограждан.

Журналисты в Таджикистане считают, что освещение в СМИ БОЛЬШЕ влияет на:

Журналисты в Таджикистане считают, что освещение в СМИ МЕНЬШЕ влияет на:



Результаты глубинных интервью показали, что респонденты считают, что журналисты в Таджикистане не играют роли в решении социальных, экономических и политических проблем в стране, так как государство не реагирует на их публикации и не отвечает на их вопросы. Они считают, что СМИ утратили свою роль в обществе, а журналисты воздерживаются от освещения серьезных тем и остаются в стороне.

Журналисты обычно винят НПО в непонимании важности сотрудничества со СМИ. Они считают, что НПО просто отработывают деньги, которые получают за реализацию проектов, и покупают СМИ для освещения их деятельности в СМИ.

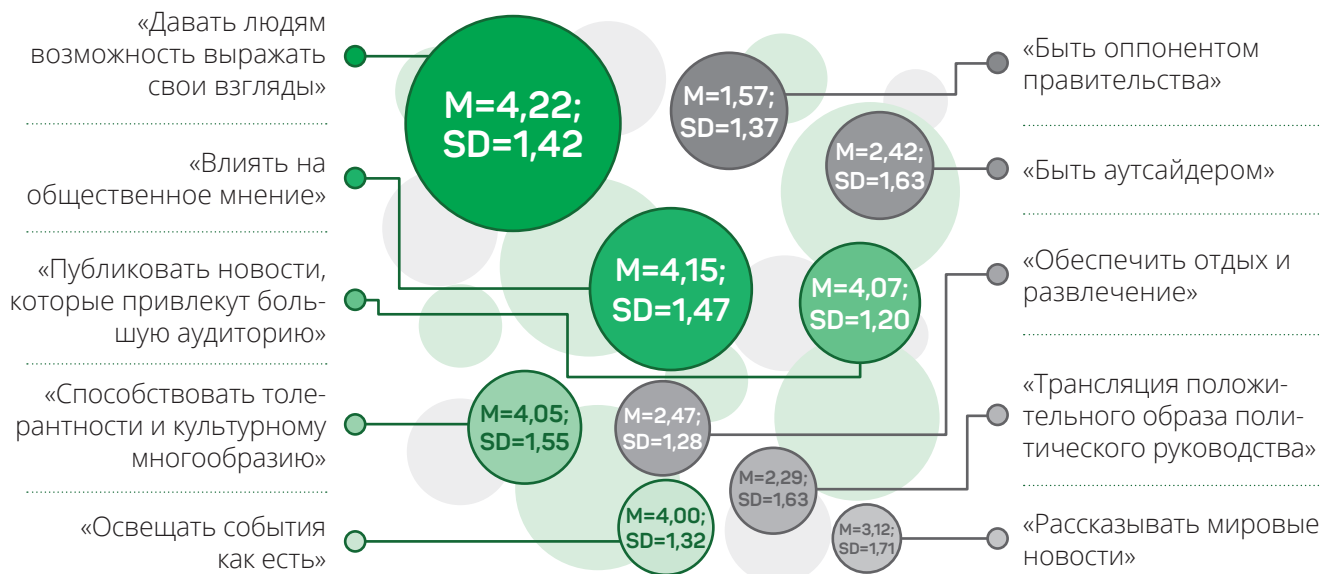
Довольно трудно оценить. Иногда, когда вопрос решен, те, кто обращался к нам, не приходят и не оставляют свои комментарии. В случае с официальными лицами, когда дело касается администрации президента, или, например, мэрии, то, конечно, ответ приходит.

Более двух тысяч человек посмотрели мой материал по урану после загрузки в YouTube. Несмотря на смену администрации в регионе, дезактивация крупного объекта продолжится в этом году.

Естественно. Раньше, как я уже говорил, у нас были программы, которые вещались в прямом эфире с участием экспертов из разных секторов, например, официальных лиц из правительственных структур или лиц, связанных с определенной темой, и в ходе передачи в редакцию могут звонить студенты и задавать вопросы или рассказывать о своих проблемах. Гости нашей передачи давали им советы или, если вопрос касался их напрямую, обещали решить проблемы. Затем нам звонили наши слушатели или приходили в наш офис, чтобы сообщить о решении проблемы. Сейчас у нас был эфир, в котором при участии эксперта мы говорили о том, что делать, если ребенок не имеет свидетельства о рождении или если вы потеряли свидетельство о рождении своего ребенка, какие первые шаги вы должны предпринять и в какой орган вы можете обратиться и т.д.

НАИБОЛЕЕ важные функции для журналистов в Таджикистане:

НАИМЕНЕЕ важные функции для журналистов в Таджикистане:



За последние годы СМИ утратили свою роль в обществе, но если мы постараемся, то сможем вернуть себе этот статус. Сегодня ни для кого не секрет, что журналисты воздерживаются от освещения серьезных тем и остаются в стороне.

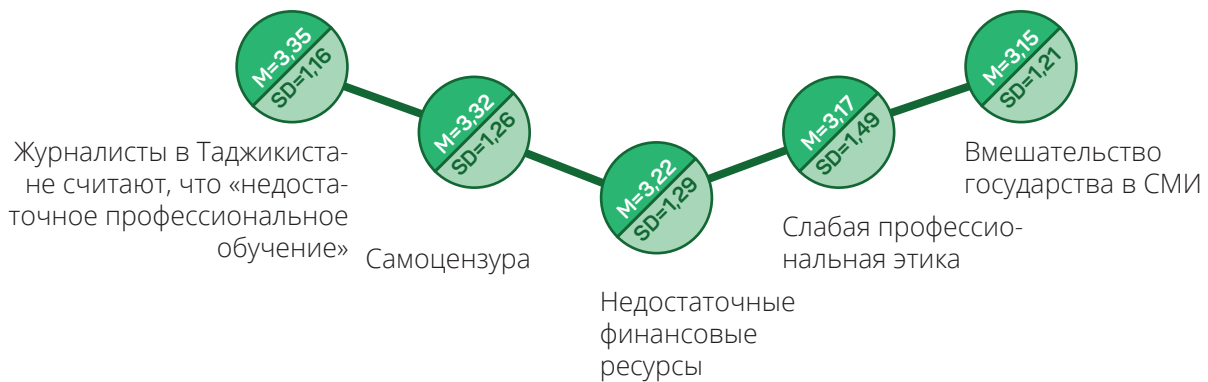
В отличие от предыдущих лет, ситуация изменилась. Раньше слова журналиста могли считаться решающими. Не знаю, как в других областях, но в Согдийской области сегодня ситуация мало изменилась, так как у нас мало квалифицированных журналистов, у нас большинство молодых людей, которые должны больше учиться. Они еще не полностью разбираются в жанрах журналистики, и не может быть и речи о решении каких-либо других проблем. Журналисты, чтобы решить некоторые проблемы, прежде всего должны

знать, что они собираются освещать. Они должны думать, что они делают, почему и что будет в результате.

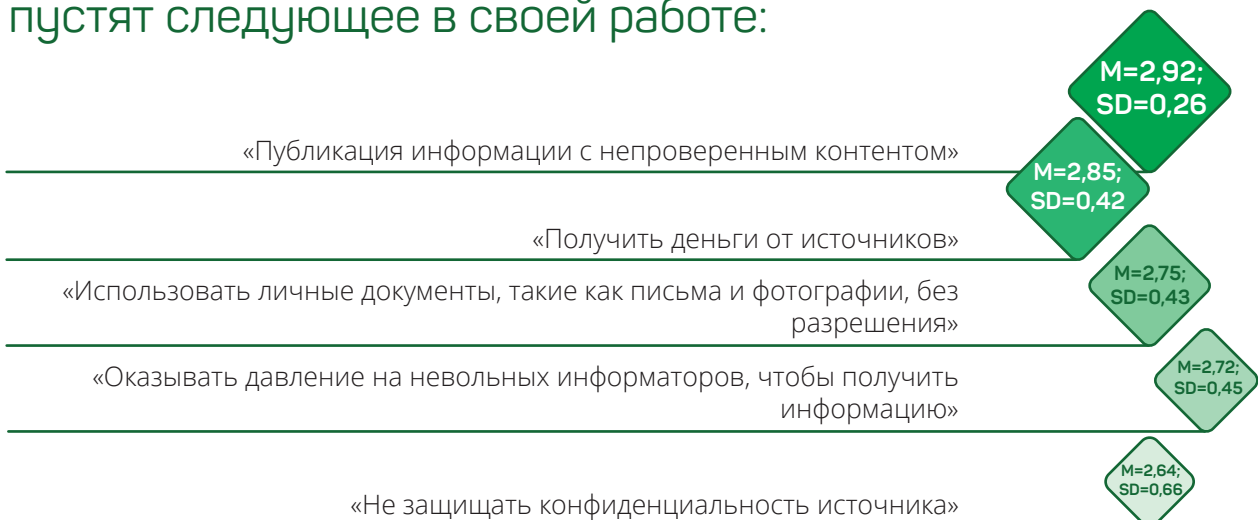
Осознание того, могут ли они решить проблему своим материалом или, наоборот, усугубят ее, не мешает нашему журналисту это делать. Тем не менее у нас есть журналисты, которые освещают проблему и доводят дело до решения. Могу сказать, что в процентном соотношении на сегодняшний день 40-60. В 40 процентах случаев важна роль журналиста в решении проблем.

Основные препятствия и угрозы для качественной журналистики в Таджикистане

Журналисты в Таджикистане оценивают работу частной информационной службы, частных новостных служб и частных новостных интернет-изданий как хорошую, а работу государственной информационной пресс-службы, государственную новостную пресс-службу и государственную службу онлайн-новостей – как плохую.



Журналисты в Таджикистане считают, что никогда не допустят следующее в своей работе:



В целом насколько вы оптимистичны или пессимистичны в отношении будущего качественной журналистики в своей стране?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Ни оптимистичен, ни пессимистичен	19	55	47,5	47,5
Пессимистичен	10	25,0	25,0	72,5
Оптимистичен	6	15,0	15,0	87,5
Очень оптимистичен	1	2,5	2,5	97,5
Очень пессимистичен	1	2,5	2,5	100,0
Всего	40	100,0	100,0	

Почти половина журналистов не испытывают ни оптимизма, ни пессимизма в отношении будущего качественной журналистики в Таджикистане, четверть – пессимистичны в отношении будущего качественной журналистики в Таджикистане. И лишь несколько журналистов оптимистичны по поводу будущего качественной журналистики в стране.

Из-за нашей беззубости мы потеряли позиции, когда-то журналисты были силой. В конце концов, 8 лет назад мы могли повлиять на некоторые процессы. К сожалению, теперь вопросы решаются публикациями в Facebook, но никто не подает заявки, не пытается защитить свои права. Да, часто это не работает, но авторитет скандальных СМИ тоже нужно заслужить, чтобы в следующий раз не надо было с вами торговаться. В данный момент с арестом Хайрулло Мирсаидова вопрос исчез, так как мы все благополучно о нем забыли.

Что, по-вашему, произойдет с вашими СМИ в следующие 3-5 лет?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Без изменений	14	35,0	41,2	41,2
Перейдут на онлайн-контент	16	40,0		
Станут мультимедийными	11	27,5	32,4	73,5
Перестанут быть популярными	6	15,0	17,6	91,2
Другое	3	7,5	8,8	100,0
Всего	34	85,0	100,0	
Пропущено Система	6	15,0		
Всего	40	100,0		

Что касается будущего СМИ в последующие 3-5 лет, около половины журналистов считают, что СМИ в Таджикистане перейдут на онлайн-контент в последующие 3-5 лет, более одной трети журналистов считают, что СМИ в Таджикистане не изменятся в последующие 3-5 лет.

Какие меры принимает ваше СМИ для адаптации к новым тенденциям?



Станет мультимедийным
55%



Увеличивает свое присутствие в социальных сетях
82,5%



Разрабатывает мобильные приложения
32,5%

Также при опросе у журналистов спросили о мерах, которые их СМИ принимают, чтобы адаптироваться к новым тенденциям. Журналисты показали, что их СМИ становится мультимедийным, чтобы адаптироваться к новым тенденциям, увеличивает свое присутствие в социальных сетях, чтобы адаптироваться к новым тенденциям.

УЗБЕКИСТАН



В целом в исследовании участвовали 86 журналистов из Узбекистана.



Мужчины
58,1%



Женщины
41,9%



Газеты
40%



Информационные агентства
15%



Интернет-издания
12,5%



Телевидение
12,5%

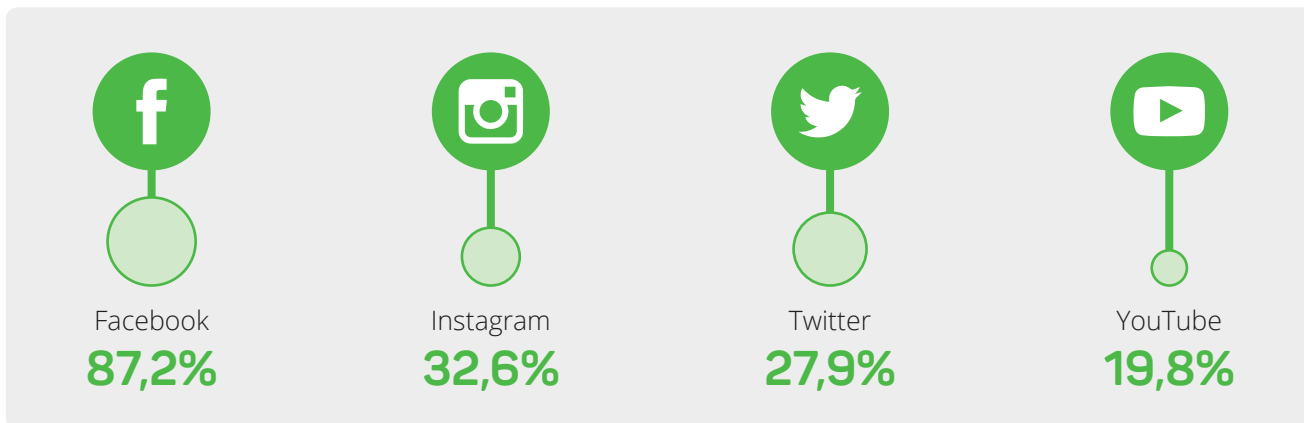
В каких средствах массовой информации вы работаете?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Другое	8	9,3	9,3	9,3
Радио	5	5,8	5,8	15,1
Онлайн-газета	20	23,3	23,3	38,4
Телевидение	14	16,3	16,3	54,7
Журнал	7	8,1	8,1	62,8
Газета	18	20,9	20,9	83,7
Информационное агентство	14	16,3	16,3	100,0
Всего	86	100,0	100,0	

В каких средствах массовой информации вы работаете?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Другие	2	3,5	2,3	3,5
Международные	6	7,0	7,0	10,5
Частные	42	48,8	48,8	59,3
Государственные	32	40,7	37,2	96,5
Всего	86	100,0	100,0	62,8

Какими социальными сетями вы пользуетесь?



СМИ в Узбекистане активно пользуются социальными сетями, большинство респондентов показали, что их СМИ имеют аккаунт на Facebook, Instagram и Twitter. Журналисты в Узбекистане также активно пользуются

социальными сетями. Самой популярной социальной сетью среди журналистов Узбекистана является Facebook, за которым следуют Instagram и Twitter.

Из каких источников вы получаете информацию для своих репортажей?



Пресс-релизы до сих пор являются главным источником информации для новостных репортажей журналистов в стране, за которыми идут вебсайты. Люди – третий самый популярный источник информации для новостных репортажей журналистов в Узбекистане. Среди социальных сетей Facebook – наиболее часто используемый источник информации для новостных репортажей журналистов в Узбекистане.

По результатам глубинных интервью, журналисты в Узбекистане получают информацию и идеи для новостных репортажей в основном из государственных органов, правительственных ведомств, сотрудников хокимията, пресс-служб республиканских и местных государственных органов. Также они получают информацию из организаций гражданского общества, от людей и из Интернета. Редакционные советы в основном решают, какие темы будет освещать СМИ.

Из организаций, компаний, правительственных ведомств и институтов гражданского общества. Идеи для будущих статей часто появляются после просмотра публикаций в СМИ, социальных сетей и получения информации из пресс-служб.

Я слежу за реализацией реформ в нашей стране. Сегодня много внимания уделяется экологической ситуации в стране. Поэтому я слежу за всеми новыми решениями нашего президента в этой сфере. Также я работаю с навоийским областным департаментом экологии и защиты окружающей среды. Я постоянно слежу за информацией в Интернете и участвую в мероприятиях хокимията Навоийской области. Я слежу за всеми событиями по Интернету, а также в других СМИ.

Где и как вы проверяете предоставленную информацию?



Люди
74,4%



Публикации в
СМИ
32,6%

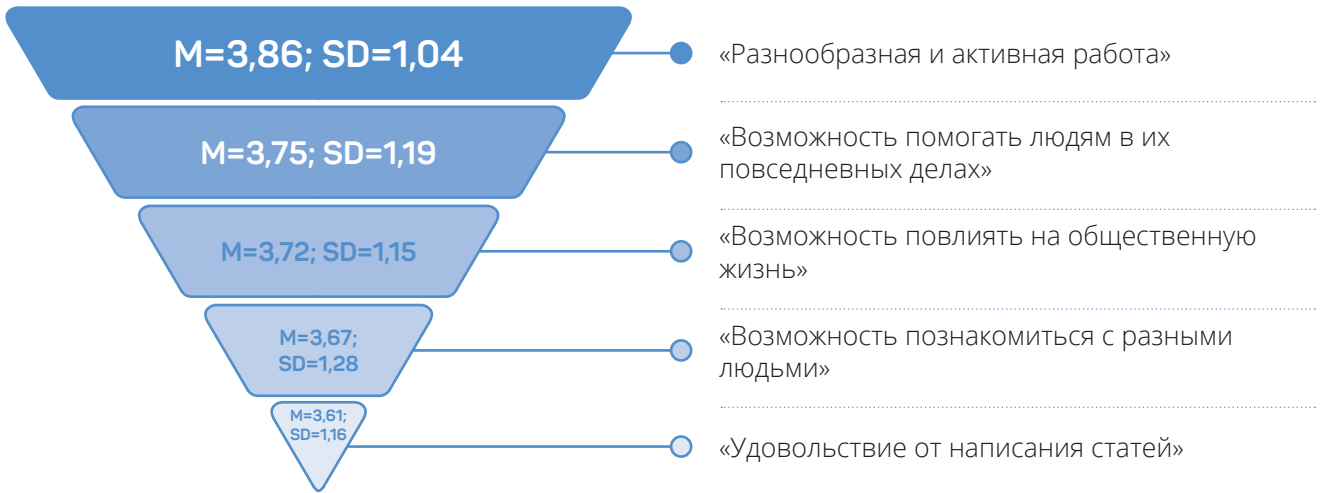


Интернет
33,7%

Что касается методов проверки фактов, большинство журналистов в Узбекистане проверяют полученную информацию у людей, в Интернете и из публикаций в СМИ.

У нас маленький штат. Газета выпускается с 2011 года. Мы выбираем журналистские материалы на общем совещании, которое проходит каждый понедельник. Тема журналистского материала выбирается из ряда существующих проблем и текущих событий в области и в городе. Навоийская область – промышленная зона, и поэтому вопрос экологической ситуации здесь стоит очень остро. Нерешенные проблемы остаются с выбросами азотной станции, горно-металлургического комбината. По статистическим данным, заболеваемость населения в 2017 году увеличилась из-за ухудшения экологической ситуации в городе Навои и в регионах. Поэтому при выборе темы для газет мы исходим из актуальности новостей и существующих проблем. Журналистские материалы подготавливаются совместно со специалистами, а также по обращениям граждан на «горячую линию» навоийского областного департамента Государственного комитета Узбекистана по экологии.

Пять главных причин, побудивших их стать журналистами в Узбекистане



Во время опроса мы спросили у журналистов их мнение об эффективности освещения ими вопросов, связанных с правами человека, коррупцией и экологией. Журналисты считают, что их СМИ эффективно освещает вопросы прав человека и экологии. *Глубинные интервью показали, что большинство журналистов в Узбекистане не проводят*

журналистские расследования. Журналисты в Узбекистане в основном расследуют экологические проблемы. Журналисты в Узбекистане не проводят журналистские расследования из-за отсутствия журналистского потенциала (штата) и производят очень мало аналитических материалов.

Да, мы проводили журналистское расследование по экологической теме.

Наша газета очень часто рассматривает эти вопросы, и мы, насколько возможно, поднимаем проблемы коррупции, экологические проблемы и часто проблему прав людей с ограниченными возможностями здоровья.

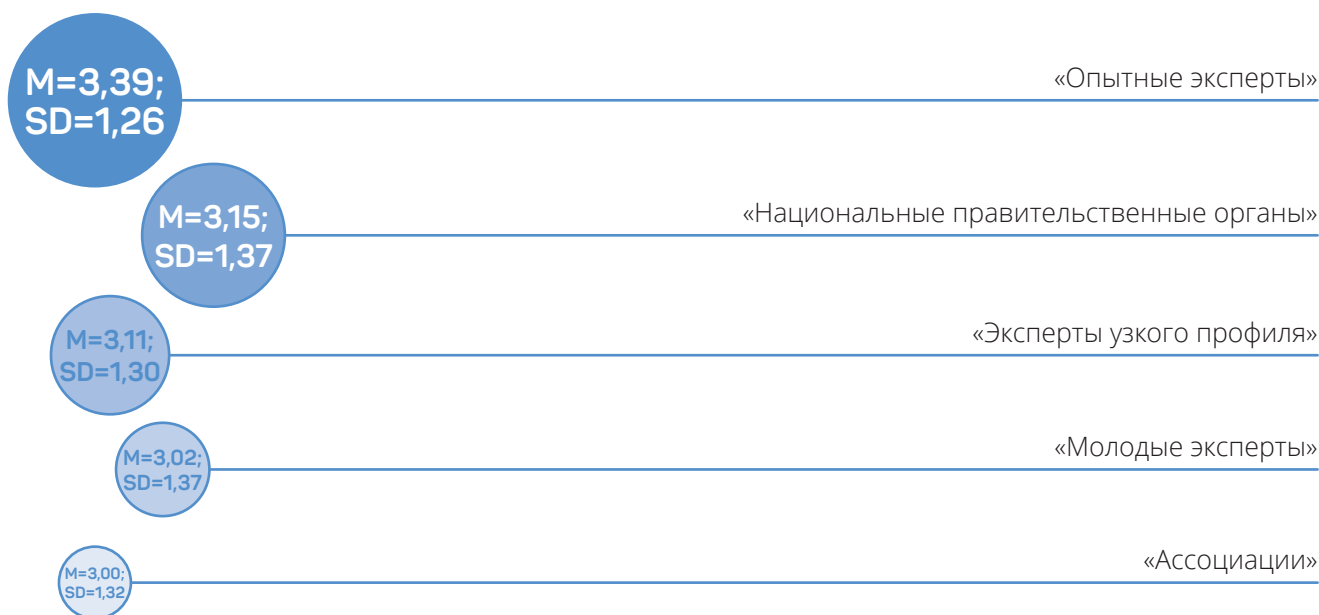
Сотрудничество СМИ Узбекистана с:

Что касается сотрудничества СМИ с экспертами, правительством, НПО и другими организациями гражданского общества, респонденты считают, что их СМИ сотрудничает с «опытными экспертами», «национальными правительственными органами», «экспертами узкого профиля», «молодыми экспертами» и «ассоциациями».

Результаты глубинных интервью показали, что журналисты в Узбекистане считают, что их сотрудничество с НПО не очень

хорошее, так как не все НПО активны. Журналисты ждут приглашения на мероприятия со стороны НПО и момента, когда НПО иницируют такое сотрудничество первыми. В большинстве случаев редакция решает при выборе эксперта или НПО для интервью. Некоторые журналисты просят Национальную ассоциацию негосударственных некоммерческих организаций Узбекистана (НАН-НОУз) предложить им эксперта или НПО для интервью.

Сотрудничество СМИ Узбекистана с:

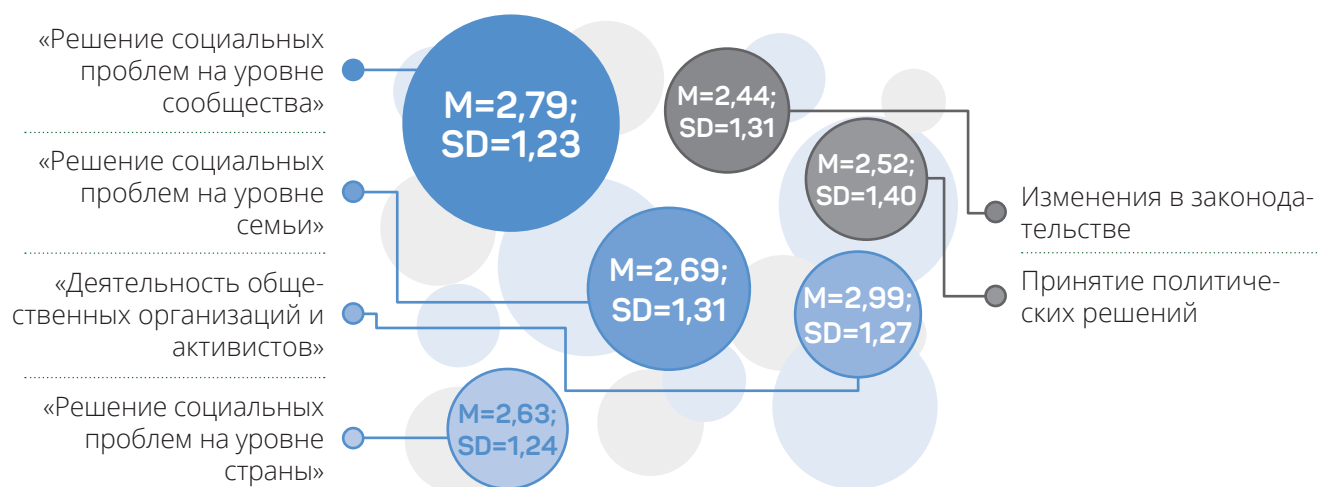


Сотрудничество с НПО на среднем уровне, так как в Наманганской области многие НПО неактивны. В большинстве случаев мы освещаем деятельность активных НПО. Кроме того, широко освещается деятельность общественных институтов, фондов, ассоциаций, союзов, федераций. Хорошо освещаются спортивные федерации.

У нас не очень хорошее сотрудничество с гражданским сектором, так как не все НПО активны. Мы в основном освещаем деятельность активных НПО, они сами берут инициативу в этом вопросе.

Журналисты в Узбекистане считают, что освещение в СМИ БОЛЬШЕ влияет на:

Журналисты в Узбекистане считают, что освещение в СМИ МЕНЬШЕ влияет на:



Результаты глубинных интервью показали, что журналисты в Узбекистане считают, что освещение в СМИ этих вопросов мало помогает решить их и, как правило, не всегда влияет на решение этих проблем, так как статус журналиста в Узбекистане очень низкий. Журналисты в Узбекистане считают, что роль журналиста в решении социальных, экономических и политических проблем невы-

сока, так как все критические материалы не всегда получают реакцию со стороны государства, и критические материалы никогда не публикуются в региональных СМИ. Журналисты считают, что доверие общества к СМИ в Узбекистане утрачено. Также они считают, что в Узбекистане недостаточно журналистов, которые расследуют экономические и социальные вопросы.

Освещение этих проблем мало помогает решить их, так как сегодня статус журналиста опустился.

Публикации не всегда влияют на решение этих проблем. С учетом того, что Денов – один из районов Сурхандарьинской области, все публикуемые материалы влияют на решение этих проблем только в пределах района.

Освещение этих проблем формирует общественное мнение. Каждая статья обеспечивает защиту окружающей среды, формирование экологического сознания и экологической культуры у населения.

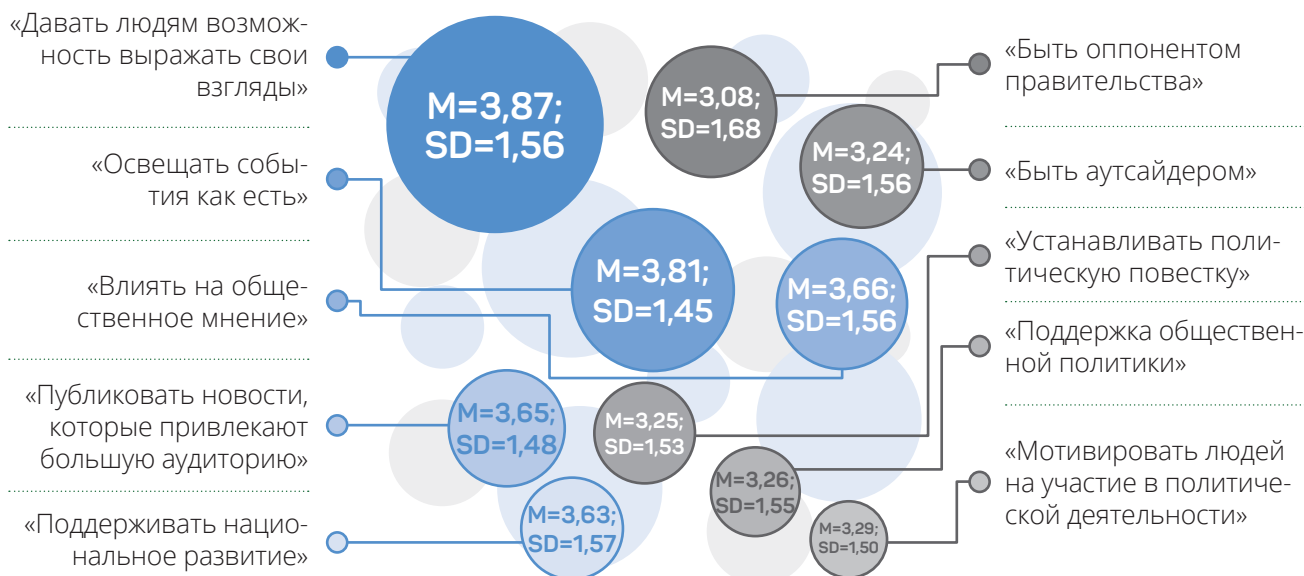
Эксперт из Центральной Азии считает, что эффективно публиковать экспертные мнения и рекомендации на онлайн-платформах и создавать общественный резонанс, тогда государственные чиновники будут их слушать.

Единственный способ, который на сегодня наиболее реалистичен для независимого анализа, это публикация своих материалов в независимых СМИ и онлайн-изданиях. Кроме того, социальные сети и интернет-публикации приобретают все большую значимость – благодаря большой аудитории, вниманию сообщества, возможностям для обеспечения резонанса, как для общества, так и для официальных структур.

Долгосрочные серии публикаций в независимых СМИ. Это не одна публикация, а целая кампания, которая идет в течение нескольких лет. Десятки, сотни статей. Это оказывает воздействие. Президент Шавкат Мирзиёев около года назад ругал местные СМИ за отсутствие инициативы, говорил, что он получает больше информации из статей на сайте «Озодлик», чем от них. То есть в отличие от Ислама Каримова, который не понимал Интернет и не пользовался им, Шавкат Мирзиёев с компьютером «на ты» и читает независимые публикации.

НАИБОЛЕЕ важные функции для журналистов в Узбекистане:

НАИМЕНЕЕ важные функции для журналистов в Узбекистане:

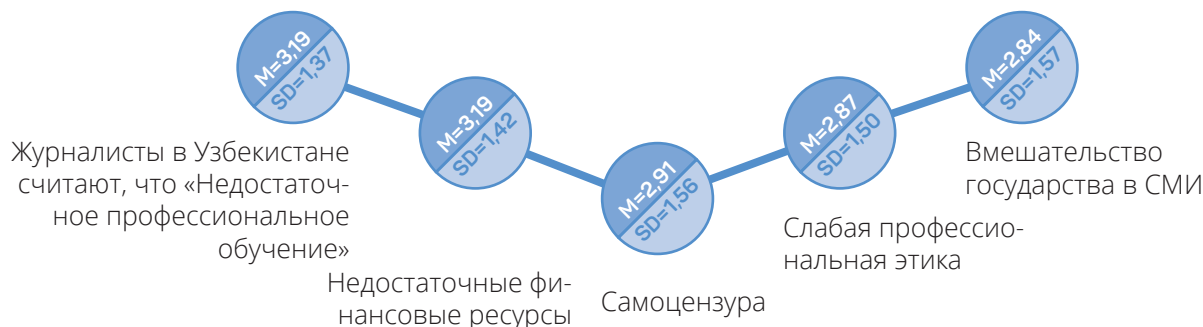


Все зависит от самих журналистов. Если они не коррупционеры, объективно освещают все события и проблемы общества, поднимают важные проблемы, то доверие общества к ним возрастает. К сожалению, за последние 20 лет это доверие было утрачено, и сегодня с трудом, но оно постепенно восстанавливается.

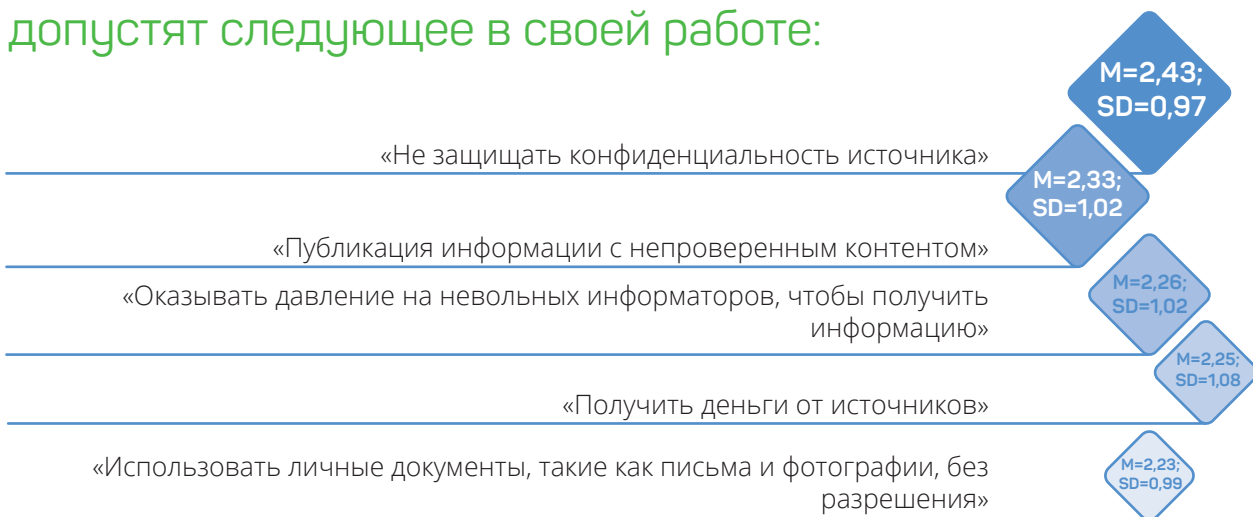
Роль и место журналистов в обществе огромны. Сейчас в стране недостаточно журналистов, которые расследуют экономические и социальные вопросы. Большинство журналистов пишут о политике, культуре и спорте. Поэтому хочу отметить, что государство должно призывать журналистов проводить экономические и социальные расследования.

Основные препятствия и угрозы для качественной журналистики в Узбекистане

Журналисты в Узбекистане оценивают работу частных интернет-изданий, новостных передач в частных СМИ, частных новостных служб как хорошую, а работу государственных пресс-служб, новостных передач в государственных СМИ и государственной информационной службы как плохую.



Журналисты в Узбекистане считают, что никогда не допустят следующее в своей работе:



Эксперт из Узбекистана заявляет, что в свободе СМИ в Узбекистане произошли положительные перемены, так как государство выразило политическую волю о том, что пресса должна быть свободной, в сентябре 2016 года.

После прихода Шавката Мирзиёева к власти полтора года назад, после смерти Ислама Каримова, степень свободы СМИ, на мой взгляд, выросла в 2-3 раза. Законы, регулирующие деятельность СМИ, остаются теми же, без изменений, но Мирзиёев приказал не вмешиваться в работу журналистов (или не ликвидировал их и каким-то образом дал понять, что он выступает за большую свободу СМИ). И журналисты стали писать смелее, даже в национальном информационном агентстве УГА, одиозном рупоре бывшего режима, стали появляться статьи критического содержания – чего не было ни разу за последние несколько лет его существования. В социальных сетях в целом правит полная свобода слова. Еще полтора года назад об этом не было и речи – спецслужбы следили за социальными сетями, и авторы слишком критических замечаний получали повестку на допрос в правоохранительные органы и угрозы в возбуждении уголовного дела (я лично знаю несколько случаев). Сейчас этого уже нет. Однако процесс все еще идет в случае с «политологом Усманом Хакназаровым» - под этим псевдонимом писал журналист Бобомурод Абдуллаев, но здесь, вероятнее всего, была утечка информации из окружения покойного президента Ислама Каримова (Абдуллаев писал статьи на основании этих утечек). По официальным данным, обвинения против него и других ответчиков, проходящих по этому делу, еще не были поданы, это произойдет в ближайшие дни.

Эксперт из Узбекистана заявляет, что сейчас давление на информационные сайты уменьшилось, однако сайты «Озодлик» и «Фергана» до сих пор заблокированы в стране.

В Узбекистане сейчас меньше давления. Есть категория местных СМИ под контролем государства, а также определенное оживление: стали появляться некоторые обсуждения, аналитические материалы и критическая информация. Очень большой барьер существует между правительством и независимыми СМИ типа «Озодлик» и «Фергана». Их сайты до сих пор заблокированы в Узбекистане. Другие СМИ, которые пишут плохое про Узбекистан, будут незамедлительно заблокированы в Узбекистане.

По словам эксперта, обсуждения на платформах социальных сетей становятся более критическими и открытыми.

Очень сильно. С 2015 года был запущен сайт для обсуждения законопроектов, даже на законодательном уровне было закреплено, что без оценки и обсуждений законопроект не может быть передан в законодательную палату Узбекистана. С 2016 года была запущена виртуальная интернет-приемная президента. Теперь это один из самых эффективных и популярных каналов для решения проблем. А также люди активно комментируют и пишут в группах на Facebook. Все больше людей подключаются к каналам в Telegram, чтобы быть в курсе происходящего. Интернет-издания являются доступным и эффективным способом получения информации.

В целом насколько вы оптимистичны или пессимистичны в отношении будущего качественной журналистики в своей стране?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Очень пессимистичен	5	10,8	5,8	5,8
Пессимистичен	6	12,5	7,0	12,8
Ни оптимистичен, ни пессимистичен	20	23,3	23,3	36,0
Оптимистичен	38	44,2	44,2	80,2
Очень оптимистичен	8	9,3	9,3	89,5
Всего	86	100,0	100,0	83,7
Информационное агентство	14	16,3	16,3	100,0
Всего	86	100,0	100,0	

Почти половина журналистов оптимистичны насчет будущего качественной журналистики в Узбекистане. Около четверти журналистов не испытывают ни оптимизма, ни пессимизма в отношении будущего качественной журналистики в Узбекистане.

Чтобы демократизировать и либерализовать журналистику в стране, необходимо реформировать региональные газеты, назначить молодые кадры главными редакторами для изменения текущей ситуации и внедрить информационные и коммуникационные технологии в местные СМИ. Кроме того, необходимо сертифицировать журналистов и главных редакторов местных СМИ.

Количество аналитических и критических статей необходимо увеличить. Нужно повысить роль и статус журналиста в обществе. А также в срочном порядке решить кадровые проблемы в сфере журналистики, так как в региональных СМИ не хватает молодых кадров.

Роль региональных печатных СМИ нужно укрепить, уделять внимание проблемам на государственном уровне, особенно по улучшению материально-технической базы и обеспечению кадрами. Кроме того, в настоящее время страна проводит широкомасштабную работу для искоренения проблем, которые много лет были внутри общества. Это коррупция, нарушение прав человека, экономические и социальные проблемы. Благодаря политике нашего президента все это постепенно решается, и я очень надеюсь, что роль журналиста будет расти.

Что, по-вашему, произойдет с вашими СМИ в следующие 3-5 лет?

	Частота	Процент	Действительный процент	Совокупный процент
Другое	3	3,5	3,5	3,5
Станут мультимедийными	27	31,4	31,4	34,9
Перестанут быть популярными	2	6,4	2,3	37,2
Без изменений	11	12,8	12,8	50,0
Будут закрыты	2	6,3	2,3	52,3
Перейдут на онлайн-контент	34	39,5	39,5	91,9
Всего	86	100,0	100,0	

Что касается будущего СМИ в последующие 3-5 лет, более трети журналистов считают, что СМИ в Узбекистане перейдут на онлайн-контент. Около трети журналистов считают, что СМИ в Узбекистане станут мультимедийными.

Какие меры принимает ваше СМИ для адаптации к новым тенденциям?



Перейдет на онлайн-контент в следующие 3-5 лет

39,5%



Станет мультимедийным, чтобы адаптироваться к новым тенденциям

55,8%



Увеличивает свое присутствие в социальных сетях

36%

Также во время опроса у журналистов спросили о мерах, которые их СМИ принимают, чтобы адаптироваться к новым тенденциям. Более половины журналистов (55,8%) ответили, что их СМИ станут мультимедийными, чтобы адаптироваться к новым тенденциям. Более трети журналистов (36%) сообщили, что их СМИ увеличивает свое присутствие в социальных сетях, чтобы адаптироваться к новым тенденциям.

Однако эксперт из Узбекистана все же скептичен по отношению к положительным изменениям в стране, так как эти изменения не институционализированы, а основаны на личной доброй воле президента и могут быть минимизированы, и ситуация вернется к прежнему состоянию.

Возвращаясь к свободе СМИ, хочу отметить, что все изменения, которые сейчас происходят к лучшему, не являются необратимыми, так как основаны не на институционализированных изменениях, а на личной доброй воле действующего президента Шавката Мирзиёева. То есть за короткий срок все эти изменения могут быть минимизированы, и ситуация вернется к прежнему состоянию.

Эксперт из Узбекистана заявляет, что Telegram приобретает все большую популярность среди молодежи в Узбекистане, и они там могут создавать тематические страницы, и эти страницы постепенно заменяют сферу официально зарегистрированных цензурируемых СМИ.

Это очень важный источник для формирования общественного мнения. По статистике, большинство узбеков зарегистрированы в социальной сети «Одноклассники», на втором месте по количеству пользователей – сеть «ВКонтакте», на третьем – Facebook. Количество пользователей мессенджеров – Telegram и других – растет. Они могут создавать тематические страницы и т.д. Эти тематические страницы постепенно заменяют сферу официально зарегистрированных цензурируемых СМИ, и для привлечения читателей последние должны приложить усилия, так как для развития свободы слова необходима конкуренция за внимание аудитории.

Влияние социальных сетей растет, так как если в местных телепрограммах подают только информацию и не освещают некоторые проблемы, и не озвучивают критические оценки, то социальные сети предоставляют такие возможности. Российские приложения типа «ВКонтакте» или «Одноклассников» были очень популярны одно время, а сейчас растет популярность Facebook и в некоторой степени Twitter. Мы видим, как создаются некоторые группы для обсуждения, люди в стране уже меньше боятся выступать. Это, конечно же, влияет на работу СМИ, и даже правительство замечает это обсуждение. Они не признают этого открыто и не ссылаются на это, но влияние чувствуется. Сейчас возникла тенденция к открытости, но она все еще на ранней стадии. Например, в Таджикистане идет обратный процесс. В Узбекистане мы можем ожидать дополнительные шаги к либерализации.



	Казахстан	Кыргызстан	Таджикистан	Узбекистан
Основные источники информации для новостных репортажей	Пресс-релизы Вебсайты Пресс-конференции Люди	Пресс-релизы Вебсайты Пресс-конференции Люди	Пресс-релизы Вебсайты Пресс-конференции Люди	Пресс-релизы Вебсайты Пресс-конференции Люди
Где вы проверяете полученную информацию?	Пресс-релизы Вебсайты Пресс-конференции	Пресс-релизы Вебсайты Пресс-конференции	Пресс-релизы Вебсайты Пресс-конференции	Пресс-релизы Вебсайты Пресс-конференции
Мотивация при выборе журналистики	«Возможность помогать людям в их повседневных делах», «Разнообразная и активная работа», «Возможность повлиять на общественную жизнь», «Возможность познакомиться с разными людьми», «Получить стабильную работу»	«Возможность помогать людям в их повседневных делах», «Деньги, которые можно заработать», «Удовольствие от написания статей», «Получить стабильную работу», «Привлечь людей во власти к ответственности»	«Бороться с несправедливостью», «Мой талант журналиста», «Возможность познакомиться с разными людьми», «Работать ради свободы и демократии», «Привлечь людей во власти к ответственности»	«Разнообразная и активная работа», «Возможность помогать людям в их повседневных делах», «Возможность повлиять на общественную жизнь», «Возможность познакомиться с разными людьми», «Удовольствие от написания статей»
Журналисты сотрудничают с	«Опытными экспертами», «Национальными правительственными органами», «Региональными государственными органами», «Органами местного самоуправления», «Экспертами узкого профиля»	«Опытными экспертами», «Национальными правительственными органами», «Молодыми экспертами», «Региональными государственными органами», «Органами местного самоуправления»	«Опытными экспертами», «Национальными правительственными органами», «Органами местного самоуправления», «Региональными государственными органами», «Гражданскими активистами»	«Опытными экспертами», «Национальными правительственными органами», «Экспертами узкого профиля», «Молодыми экспертами», «Ассоциациями»
Освещение в СМИ больше влияет на	«Решение социальных проблем на уровне общества», «Решение социальных проблем на уровне семьи», «Деятельность общественных организаций и активистов»	«Решение социальных проблем на уровне общества», «Деятельность общественных организаций и активистов», «Решение социальных проблем на уровне семьи», «Принятие политических решений», «Решение социальных проблем на уровне страны»	«Решение социальных проблем на уровне общества», «Решение социальных проблем на уровне семьи», «Решение социальных проблем на уровне страны», «Принятие политических решений»	«Решение социальных проблем на уровне общества», «Решение социальных проблем на уровне семьи», «Деятельность общественных организаций и активистов», «Решение социальных проблем на уровне страны»

Освещение в СМИ меньше влияет на	«Изменения в законодательстве»	«Изменения в законодательстве»	«Изменения в законодательстве», «Деятельность общественных организаций и активистов»	«Изменения в законодательстве», «Принятие политических решений»
Самые важные функции СМИ	«Выступать за социальные перемены», «Способствовать толерантности и культурному многообразию», «Давать людям возможность выразить свои взгляды», «Освещать события как есть», «Публиковать новости, которые привлекают большую аудиторию»	«Способствовать толерантности и культурному многообразию», «Влиять на общественное мнение», «Публиковать новости, которые привлекают большую аудиторию», «Освещать события как есть», «Выступать за социальные перемены»	«Давать людям возможность выразить свои взгляды», «Влиять на общественное мнение», «Публиковать новости, которые привлекут большую аудиторию», «Способствовать толерантности и культурному многообразию», «Освещать события как есть»	«Давать людям возможность выразить свои взгляды», «Освещать события как есть», «Влиять на общественное мнение», «Публиковать новости, которые привлекают большую аудиторию», «Поддерживать национальное развитие»
Наименее важные функции СМИ	«Трансляция положительного образа политического руководства», «Быть оппонентом правительства», «Поддержка общественной политики», «Мониторинг и проверка бизнеса»	«Быть оппонентом правительства», «Трансляция положительного образа политического руководства», «Мониторинг и проверка бизнеса», «Мониторинг и критическое исследование гражданского общества, например, церкви, НПО и т.д.», «Обеспечить отдых и развлечение»	«Быть оппонентом правительства», «Быть аутсайдером», «Обеспечить отдых и развлечение», «Трансляция положительного образа политического руководства», «Рассказывать мировые новости»	«Быть оппонентом правительства», «Быть аутсайдером», «Устанавливать политическую повестку», «Поддержка общественной политики», «Обеспечить отдых и развлечение», «Трансляция положительного образа политического руководства», «Мотивировать людей на участие в политической деятельности»
Основные препятствия для журналистики	«Недостаточные финансовые ресурсы», «Вмешательство государства в СМИ», «Недостаточное профессиональное обучение», «Цензура», «Концентрация СМИ»	«Недостаточные финансовые ресурсы», «Слабая профессиональная этика», «Недостаточное профессиональное обучение», «Рыночная журналистика», «Качество журналистского образования»	«Недостаточное профессиональное обучение», «Самоцензура», «Недостаточные финансовые ресурсы», «Слабая профессиональная этика», «Вмешательство государства в СМИ»	«Недостаточное профессиональное обучение», «Недостаточные финансовые ресурсы», «Самоцензура», «Слабая профессиональная этика», «Вмешательство государства в СМИ»

Журналисты никогда не допустят	«Не защищают конфиденциальность источника», «Публикация информации с непроверенным контентом», «Получение денег от источников», «Использование личных документов, таких как письма и фотографии, без разрешения», «Оказывать давление на невольных информаторов, чтобы получить информацию»	«Публикация информации с непроверенным контентом», «Оказывать давление на невольных информаторов, чтобы получить информацию», «Получение денег от источников», «Использование личных документов, таких как письма и фотографии, без разрешения», «Не защищают конфиденциальность источника»	«Публикация информации с непроверенным контентом», «Получение денег от источников», «Использование личных документов, таких как письма и фотографии, без разрешения», «Оказывать давление на невольных информаторов, чтобы получить информацию», «Не защищают конфиденциальность источника»	«Не защищают конфиденциальность источника», «Публикация информации с непроверенным контентом», «Оказывать давление на невольных информаторов, чтобы получить информацию», «Получение денег от источников», «Использование личных документов, таких как письма и фотографии, без разрешения»
---	---	---	---	---

	Казахстан	Кыргызстан	Таджикистан	Узбекистан
Что вы думаете о будущем журналистики в вашей стране?	Ни оптимистично, ни пессимистично	Оптимистично	Ни оптимистично, ни пессимистично	Оптимистично
Вы интересуетесь политикой?	Интересуюсь	Очень интересуюсь	Не очень интересуюсь	Очень интересуюсь

Журналисты всех четырех стран показали, что основными источниками информации для новостных репортажей являются пресс-релизы, вебсайты, пресс-конференции и люди. Только журналисты из Узбекистана сказали, что Facebook является одним из важных источников информации.

Что касается проверки фактов, журналисты Кыргызстана, Таджикистана и Узбекистана проверяют полученную информацию у людей, по публикациям в СМИ и Интернете, тогда как журналисты Казахстана проверяют полученную информацию по пресс-релизам, вебсайтам и пресс-конференциям.

Мотивация журналистов при выборе журналистики разная во всех четырех странах. Журналисты в Таджикистане указали, что «борьба с несправедливостью» является самой важной причиной при выборе журналистики. Журналисты в Узбекистане и Казахстане указали «Возможность повлиять на общественную жизнь» в качестве одной из причин при выборе журналистики. Журналисты в Кыргызстане и Таджикистане указали, что «Привлечение людей во власти к ответственности» было одной из причин при выборе журналистики. «Работать ради свободы и демократии» была одной из причин при выборе журналистики среди журналистов Узбекистана.

Журналисты во всех четырех странах сотрудничают с «Опытными экспертами», «Национальными правительственными органами», «Региональными государственными органами», «Органами местного самоуправления». Журналисты в Кыргызстане и Узбекистане сотрудничают с «Молодыми экспертами», журналисты в Таджикистане указали, что сотрудничают с «Гражданскими активистами». Журналисты в Казахстане и Узбекистане указали, что сотрудничают с «Экспертами узкого профиля».

На вопрос: «Освещение в СМИ больше влияет на» - все журналисты четырех стран ответили, что освещение в СМИ влияет больше на «Решение социальных проблем на уровне сообщества» и на «Решение социальных проблем на уровне семьи». Журналисты в Кыргызстане и Таджикистане ответили, что освещение в СМИ влияет больше на «Принятие политических решений». За исключением журналистов из Таджикистана, журналисты трех других стран отметили, что освещение в СМИ влияет больше на «Деятельность общественных организаций и активистов».

Журналисты во всех четырех странах ответили, что освещение в СМИ меньше влияет на «Изменения в законодательстве». Журналисты в Узбекистане отметили, что освещение в СМИ меньше влияет на «Принятие политических решений», а журналисты в Таджикистане сказали, что освещение в СМИ меньше влияет на «Деятельность общественных организаций и активистов».

Самые важные функции СМИ различаются во всех четырех странах. «Способствовать толерантности и культурному многообразию» - одна из самых важных функций СМИ во всех трех странах, кроме Таджикистана. «Выступать за социальные перемены» - одна из самых важных функций СМИ в Казахстане и Кыргызстане, тогда как «Поддержка национального развития» - одна из самых важных функций СМИ в Узбекистане.

«Быть оппонентом правительства» - наименее важная функция во всех четырех странах. В Узбекистане журналисты указали, что «Мотивировать людей на участие в политической деятельности» и «Устанавливать политическую повестку» - одни из наименее важных функций СМИ. Журналисты в Таджикистане отметили, что «Рассказывать мировые новости» - одна из наименее важных функций СМИ.

На вопрос: «Каковы основные препятствия для журналистики?» - журналисты всех четырех стран ответили «Недостаточные финансовые ресурсы» и «Недостаточное профессиональное обучение».

«Вмешательство государства в СМИ» - одно из основных препятствий для журналистики во всех трех странах, кроме Кыргызстана. «Слабая профессиональная этика» - одно из основных препятствий для журналистики во всех трех странах, кроме Казахстана. Журналисты Казахстана отметили, что «Цензура» была одним из основных препятствий для журналистики в их стране. «Самоцензура» - одно из основных препятствий для журналистики в Узбекистане и Таджикистане.

Журналисты во всех трех странах «Ни оптимистичны, ни пессимистичны» по поводу будущего журналистики в своих странах, кроме Кыргызстана. Журналисты Кыргызстана «Оптимистичны» по поводу будущего журналистики в своей стране.

Журналисты во всех трех странах, кроме Таджикистана, интересуются политикой, журналисты Таджикистана ответили, что не интересуются политикой.



Эти рекомендации составлены для СМИ всех четырех стран, так как они важны для развития СМИ во всех четырех странах.

- необходимо создавать более устойчивые связи между НПО и СМИ;
- способствовать сотрудничеству и доверию между гражданским обществом и СМИ;
- действовать как служба по надзору, выявляя коррупцию, и помогать продвигать добросовестное управление и ответственность, предоставляя точную, сбалансированную и своевременную информацию, которая интересует и актуальна для общественности;
- проводить мониторинг и правозащитную деятельность в государственных структурах;
- давать право голоса слабым группам и оказывать давление на государственные органы;
- способствовать участию общества;
- диверсифицировать источники информации для новостных репортажей;
- проводить профессиональную подготовку журналистов по журналистским расследованиям, дата-журналистике, проверке фактов;
- разработать редакционную политику и следовать ей;
- использовать новые медиатехнологии и обучить журналистов, как ими пользоваться;
- пользоваться социальными сетями, чтобы выйти на более широкую аудиторию;
- проводить анализ аудитории и использовать собранные данные для планирования медиаконтента и повышения качества медиаконтента;
- следовать стандартам журналистской этики и международным стандартам;
- защищать журналистов от физических атак и цензуры со стороны правительства и других заинтересованных лиц;
- развить журналистские расследования;
- сотрудничать с разными экспертами (узкого профиля, молодыми, международными, зарубежными, местными, региональными);
- сотрудничать с организациями гражданского общества для получения разнообразных данных и информации у них и запустить новые медиапрограммы с ними;
- предоставить больше свободы журналистам при выборе новостных тем и их освещении;
- снизить самоцензуру журналистов, приняв меры для обеспечения их безопасности;
- писать зарубежные новости;
- освещать региональные новости о других странах Центральной Азии с помощью репортеров на местах.

- Allison, Olivia. (2006). "Selective Enforcement and Irresponsibility: Central Asia's Shrinking Space for Independent Media," *Central Asian Survey*, 25(1-2): 93-114.
- Androunas, E. (1993) *Soviet Media in Transition: Structural and Economic Alternatives*, Praeger
- Barber, B. R., Mattson, K., and Peterson, J. (1997). *The state of 'electronically enhanced democracy': A survey of the Internet*. New Brunswick, NJ: Walt Whitman Center.
- Becker, Jonathan. (2004). "Lessons from Russia: A Neo-Authoritarian Media System," *European Journal of Communication*, 19(2): 139-163.
- Bunce and Wolchik (2009) *Democratizing Elections in Postcommunist Central and Eastern Europe: Echoes of 1989?*, Paper presented at the Conference on 1989: Twenty Years After, the University of California at Irvine, November, 2009
- Benn, D. W. (1996) *The Russian media in post-Soviet conditions*, *Europe-Asia Studies*, Vol. 48, No.3, 1996 (pp.471-479)
- Brian McNair (2000) *Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere*, Psychology Press, 2000
- Brown, (1996) *The Gorbachev Factor* Oxford, UK and New York, NY: Oxford University Press
- de Smaele (2007) *Mass media and the information climate in Russia*, *Europe-Asia Studies*, Volume 59, 2007 - Issue 8: Symposium on the Post-Soviet Media, (pp. 1299-1313)
- Diamond, L. (1992). Introduction: Civil society and the struggle for democracy. In L. Diamond (Ed.), *The democratic revolution: Struggles for freedom and pluralism in the developing world* (pp. 1-27). New York: Freedom House
- Foster, (1996) *Restitution of Expropriated Property: Post-Soviet Lessons for Cuba*
- Freedman, E., & Shafer, R., ed. (2011) *After the Czars and Commissars: Journalism in Authoritarian Post-Soviet Central Asia*, Michigan State University Press, USA.
- Gehlbach (2010), *Reflections on Putin and the Media*, *Post-Soviet Affairs*, Volume 26, - Issue 1 (pp.77-87)
- Gross, Peter, and Timothy Kenny. (2008). "The Long Journey Ahead: Journalism Education in Central Asia," *Problems of Post-Communism*, 55(6): 54-60.
- Hachten and Scotton (2007) *New Media for a New China*, Wiley-Blackwell, 2007
- Junisbai (2010) *A Tale of Two Kazakhstans: Sources of Political Cleavage and Conflict in the Post-Soviet Period*, *Europe-Asia Studies*, Volume 62, 2010 - Issue 2, (pp.235-269)
- Junisbai (2014) *The Determinants of Economic System Legitimacy in Kazakhstan*, *Europe-Asia Studies* Volume 66, 2014, Issue 8, (pp. 1234-1252)
- Junisbai B, et. al., (2015) *Mass Media Consumption in Post-Soviet Kyrgyzstan and Kazakhstan: The View from Below* (pp. 233-256), *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization* Volume 23, Number 3, Summer 2015
- Kulikova and Perlmutter (2007) *Blogging Down the Dictator? The Kyrgyz Revolution and Samizdat Websites*, *International Communication Gazette*, Vol 69, Issue 1, pp. 29 - 50
- Łoś M., (1995) *Lustration and truth claims: unfinished revolutions in Central Europe*, *Law & Social Inquiry*, 1995

- Matveeva, A. (2009). 'Legitimising Central Asian Authoritarianism: Political Manipulation and Symbolic Power', *Europe-Asia Studies*, 61(7): 1095-121.
- McGlinchey and Johnson (2007) *Aiding the Internet in Central Asia, Democratization*, Volume 14, 2007, Issue-2, (pp.273-288)
- Oates (2007) *The neo-Soviet model of the media*, *Europe-Asia Studies*, Volume 59, 2007 - Issue 8: Symposium on the Post-Soviet Media (pp. 1279-1297)
- Ryabinskaya (2014) Журналисты защищают интересы своих собственников, 23.07.2014 15:10 <http://www.radiopolsha.pl/6/140/Artykul/177003>
- Rogerson, K. (1997) *The Role of Media in Transitions from Authoritarian Political Systems: Russia and Poland Since the Fall of Communism*, *East European Quarterly*; Boulder Vol. 31, Iss. 3, (Fall 1997)
- Ro'i, (2000) *Islam and the Soviet Union: From the Second World War to Gorbachev*. New York: Columbia University Press, 2000
- Sajo, (1995) *Constitutional Adjudication in Light of Discourse Theory*, Vol. 81, No. 2, 1995 *Archiv für Rechts- und Sozialphilosophie / Archives for Philosophy of Law and Social Philosophy*
- Sarah Kendzior (2010) *A Reporter Without Borders*, *Problems of Post-Communism*, 57:1, 40-50
- Shafer, Richard, and Eric Freedman. (2009). "Press Constraints as Obstacles to Establishing Civil Societies in Central Asia: Developing a New Model of Analysis," *Journalism Studies*, 10(6): 851-869.
- Tussupova, Dinara. 2010. "Mass Media and Ethnic Relations in Kazakhstan," *Problems of Post-Communism*, 57(6): 32-45.
- White and McAllister (2014), *Did Russia (Nearly) have a Facebook Revolution in 2011? Social Media's Challenge to Authoritarianism*, *Politics*, Vol 34, Issue 1, pp. 72 - 84
- Wilkinson and Jetpysbayeva (2012) "From Blogging Central Asia to Citizen Media: A Practitioners' Perspective on the Evolution of the new Eurasia Blog Project," *Europe-Asia Studies*, 64(8): 1395-1414.
- Wilson, C. C. II, & Gutiérrez, F. F. (1995). *Race, multiculturalism, and the media: From mass to class communication* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.
- Yablokov (2014), *Pussy Riot as agent provocateur: conspiracy theories and the media construction of nation in Putin's Russia*, *The Journal of Nationalism and Ethnicity* Volume 42, 2014 - Issue 4 Special Section: Pussy Riot, *Nationalities Papers* (pp.622-636)
- Zha, Wei and David D. Perlmutter (2008), *Blogs as stealth dissent? Eighteen touch dog newspaper' and the tactics, ambiguity and limits of the Internet resistance in China*, In *International Media Communication in a Global Age*, ed. By T. Johnston, W. Wanta, and G. Golan, New York, Routledge.
- Allison, Olivia. (2006). "Selective Enforcement and Irresponsibility: Central Asia's Shrinking Space for Independent Media," *Central Asian Survey*, 25(1-2): 93-114.
- Androunas, E. (1993) *Soviet Media in Transition: Structural and Economic Alternatives*, Praeger
- Barber, B. R., Mattson, K., and Peterson, J. (1997). *The state of electronically enhanced democracy: A survey of the Internet*. New Brunswick, NJ: Walt Whitman Center.
- Becker, Jonathan. (2004). "Lessons from Russia: A Neo-Authoritarian Media System," *European Journal of Communication*, 19(2): 139-163.
- Bunce and Wolchik (2009) *Democratizing Elections in Postcommunist Central and Eastern Europe: Echoes of 1989?*, Paper presented at the Conference on 1989: Twenty Years After, the University of California at Irvine, November, 2009

- Benn, D. W. (1996) The Russian media in post-Soviet conditions, *Europe-Asia Studies*, Vol. 48, No.3, 1996 (pp.471-479)
- Brian McNair (2000) *Journalism and Democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere*, Psychology Press, 2000
- Brown, (1996) *The Gorbachev Factor* Oxford, UK and New York, NY: Oxford University Press
- de Smaele (2007) Mass media and the information climate in Russia, *Europe-Asia Studies*, Volume 59, 2007 - Issue 8: Symposium on the Post-Soviet Media, (pp. 1299-1313)
- Diamond, L. (1992). Introduction: Civil society and the struggle for democracy. In L. Diamond (Ed.), *The democratic revolution: Struggles for freedom and pluralism in the developing world* (pp. 1-27). New York: Freedom House
- Foster, (1996) *Restitution of Expropriated Property: Post-Soviet Lessons for Cuba*
- Freedman, E., & Shafer, R., ed. (2011) *After the Czars and Commissars: Journalism in Authoritarian*
Post-Soviet Central Asia, Michigan State University Press, USA.
- Gehlbach (2010), Reflections on Putin and the Media, *Post-Soviet Affairs*, Volume 26, - Issue 1 (pp.77-87)
- Gross, Peter, and Timothy Kenny. (2008). "The Long Journey Ahead: Journalism Education in Central Asia," *Problems of Post-Communism*, 55(6): 54-60.
- Hachten and Scotton (2007) *New Media for a New China*, Wiley-Blackwell, 2007
- Junisbai (2010) A Tale of Two Kazakhstans: Sources of Political Cleavage and Conflict in the Post-Soviet Period, *Europe-Asia Studies*, Volume 62, 2010 - Issue 2, (pp.235-269)
- Junisbai (2014) The Determinants of Economic System Legitimacy in Kazakhstan, *Europe-Asia Studies* Volume 66, 2014, Issue 8, (pp. 1234-1252)
- Junisbai B, et. al., (2015) Mass Media Consumption in Post-Soviet Kyrgyzstan and Kazakhstan: The View from Below (pp. 233-256), *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization* Volume 23, Number 3, Summer 2015
- Kulikova and Perlmutter (2007) Blogging Down the Dictator? The Kyrgyz Revolution and Samizdat Websites, *International Communication Gazette*, Vol 69, Issue 1, pp. 29 - 50
- Łoś M., (1995) Lustration and truth claims: unfinished revolutions in Central Europe, *Law & Social Inquiry*, 1995
- Matveeva, A. (2009). 'Legitimising Central Asian Authoritarianism: Political Manipulation and Symbolic Power', *Europe-Asia Studies*, 61(7): 1095-121.
- McGlinchey and Johnson (2007) Aiding the Internet in Central Asia, *Democratization*, Volume 14, 2007, Issue-2, (pp.273-288)
- Oates (2007) The neo-Soviet model of the media, *Europe-Asia Studies* , Volume 59, 2007 - Issue 8: Symposium on the Post-Soviet Media (pp. 1279-1297)
- Ryabinskaya (2014) Журналисты защищают интересы своих собственников, 23.07.2014 15:10 <http://www.radiopolsha.pl/6/140/Artykul/177003>

Rogerson, K. (1997) *The Role of Media in Transitions from Authoritarian Political Systems: Russia and Poland Since the Fall of Communism*, *East European Quarterly*; Boulder Vol. 31, Iss. 3, (Fall 1997)

Ro'i, (2000) *Islam and the Soviet Union: From the Second World War to Gorbachev*. New York:

Columbia University Press, 2000

Sajo, (1995) *Constitutional Adjudication in Light of Discourse Theory*, Vol. 81, No. 2, 1995 *Archiv für Rechts- und Sozialphilosophie / Archives for Philosophy of Law and Social Philosophy*

Sarah Kendzior (2010) *A Reporter Without Borders*, *Problems of Post-Communism*, 57:1, 40-50

Shafer, Richard, and Eric Freedman. (2009). "Press Constraints as Obstacles to Establishing Civil Societies in Central Asia: Developing a New Model of Analysis," *Journalism Studies*, 10(6): 851-869.

Tussupova, Dinara. 2010. "Mass Media and Ethnic Relations in Kazakhstan," *Problems of Post-Communism*, 57(6): 32-45.

White and McAllister (2014), *Did Russia (Nearly) have a Facebook Revolution in 2011? Social Media's Challenge to Authoritarianism*, *Politics*, Vol 34, Issue 1, pp. 72 - 84

Wilkinson and Jetpysbayeva (2012) "From Blogging Central Asia to Citizen Media: A Practitioners' Perspective on the Evolution of the new Eurasia Blog Project," *Europe-Asia Studies*, 64(8): 1395-1414.

Wilson, C. C. II, & Gutiérrez, F. F. (1995). *Race, multiculturalism, and the media: From mass to class communication* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.

Yablokov (2014), *Pussy Riot as agent provocateur: conspiracy theories and the media construction of nation in Putin's Russia*, *The Journal of Nationalism and Ethnicity* Volume 42, 2014 - Issue 4 Special Section: *Pussy Riot*, *Nationalities Papers* (pp.622-636)

Zha, Wei and David D. Perlmutter (2008), *Blogs as stealth dissent? Eighteen touch dog newspaper' and the tactics, ambiguity and limits of the Internet resistance in China*, In *International Media Communication in a Global Age*, ed. By T. Johnston, W. Wanta, and G. Golan, New York, Routledge

Региональный офис IWPR
в Центральной Азии

www.cabar.asia

www.iwpr.net

