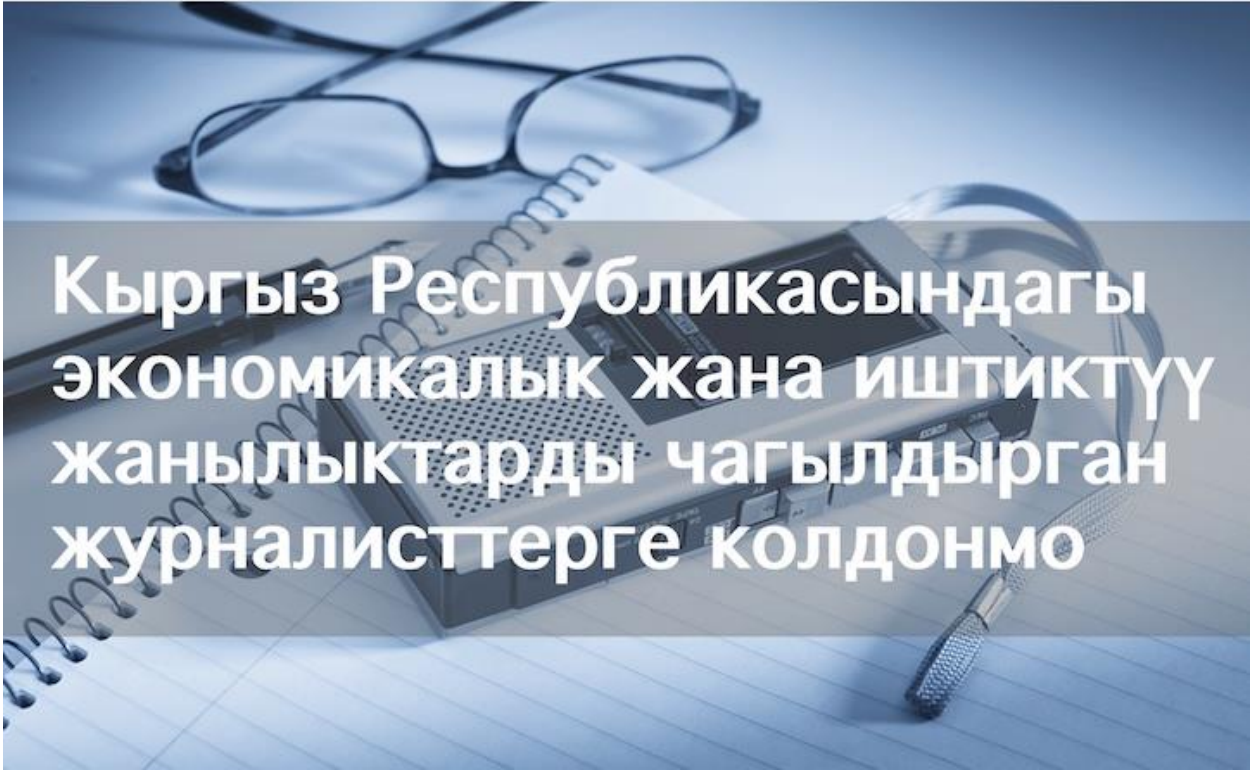




ЭЛ АРАЛЫК  
ИШКЕРЛЕР  
КЕҢЕШИ

Embassy of the  
United States of America



# Кыргыз Республикасындагы экономикалык жана иштиктүү жанылыктарды чагылдырган журналисттерге колдонмо

**"Экономикалык журналистика клубу"**  
долбоорунун алкагында иштелип чыкты  
Бишкек, 2018

<b>Берилмелердин журналистикасы .....</b>	<b>3</b>
<b>Листинг.....</b>	<b>10</b>
<b>Журналистиканын стандарттары .....</b>	<b>12</b>
<b>Fact-checking: ким чечет, эмнеге ишенишибиз керек?.....</b>	<b>16</b>
<b>Ресурстар: Belingsat тренингинин учурунда берилген маалымат .....</b>	<b>17</b>
<b>Маалыматка жеткиликтүүлүк.....</b>	<b>19</b>
<b>Практикалык көнүгүү .....</b>	<b>24</b>

## Берилмелердин журналистикасы

---

### Берилмелерди элестетүү эмнеге керек?

Анастасия Валеева, медиа-тренер, "Кыргызстан Берилмелер Мектеби" КБ

<https://opendata.kg>

<https://www.facebook.com/schoolofdataKG/>

**Берилмелердин журналистикасы** — бул журналистиканын багыты, анын негизинде берилмелерди иштетүү жана аларды журналисттик материалдарды түзүүдө колдонуу жатат. Берилмелер теманы ачууда инструмент катары, жана анын булагы да болушу мүмкүн.

Берилмелердин журналистикасы эксперттин сөзүн айтпастан, берилмелерди анализдөө үчүн; бир гана көрүнүштү байкабастан, толук мыйзамдуулукту көрүүгө; берилмелердеги трендди аныктап, контекстке коюуга; сөздөрдү сандар менен бекемдөөгө керек.

Берилмелердин журналистикасынын маанилүү бөлүгү болуп **элестетүү** эсептелет — берилмелер максималдуу түшүнүктүү болуш үчүн, аларды керектүүдөй элестетиш керек. Берилмелерди элестетүү берилмелерди «айтып берүү», бат жана жөнөкөй көргөзүү, берилмелерди салыштыруу, көрүүчүгө эмоционалдык таасирди күчөтүү жана анын көңүлүн буруу үчүн керек.

Берилмелерди элестетүү — бул тарых, кичинекей аңгеме. Элестетүүнүн үстүндө иштеп жатканда ушуну эстеңиз. Элестетүүнүн ар бир бөлүгү — макаланын аталышы, баш сөзү булагы жана берилмелердин өзү бүтүндөй картинаны чагылдырыш керек: аталышы берилмелер эмне тууралуу экендигин айтат, баш сөз аларды түшүндүрөт, булак — алар каяктан алынгандыгын кабарлайт, ал эми берилмелер тарыхты көрсөтөт.

Үч «п» эрежеси бар: понятная-түшүнүктүү, правдивая-айкын, привлекательная-жагымдуу. Берилмелер түшүнүктүү болушу үчүн, аларды сорттоп, жазып коюш керек (мисалы, чоңунан кичинеге же тескерисинче). Берилмелер менен манипуляция кылбаңыз, мисалы, саноо Одон башталаарын караңыз. Андан сырткары, берилмелерди кооз тартуулаш керек, бирок ашырып ийбеңиз, түстөрдүн бардыгын колдонбостон, эки-үч негизги гана түстү пайдалануу менен чектелиңиз. Элестетүүгө ылайыктуу бир шрифти тандаңыз, 3Dны такыр колдонбоңуз!

Сиз кызыккан берилмелерди кайдан жана кантип тапса болот? Ойлонуңуз, ким жана кайсы жерде ушул сыяктуу берилмелерди чыгарат. Мисалы, калкты катто боюнча берилмелерди Улуттук статистикалык комитеттин ресурстарынан издесе болот ж.б.у.с. Берилмелерди текшерип үчүн бардык ячейка тийиштүү жерде тургандыгын, сандардын адекваттуулугун, күндөр түшүп калбагандыгын ж.б.у.с. туура экендигине ишениш керек.

Берилмелерди тазалоо кийинки кадам болот — сиздин таблицаларыңды машина окуй алган тургандай кылуу зарыл, себеби, андан кийин аны анализдеп, кызыктуу жагдайларды табуу керек. Биринчи катарда баш сөз болуп, мамычалардагы берилмелер формат жана мазмунга дал келиши керек. Эми Excel формуласы жана фильтрынын жардамы менен сиз берилмелерди анализдеп, өз сурооңузга жоопту көрө аласыз.

Иштетилген берилмелерди элестетүү кийинки кадам болот. Ал үчүн бир нече онлайн жана офлайн ресурстар бар: Datawrapper, Infogram, Piktochart, Tableau, Flourishstudio, Adobe Illustrator, Inkspace.

Назгүл Коңурбаева,  
Айсулуу Текимбаева  
Медиа-компания Capital

### 1. Практикалык көнүгүү «Сандарды окуйбуз жана айтып беребиз»

Фокус. Тандалып алынган тема боюнча бардыгын айтып берүүнүн кажети жок, өз темаңар боюнча фокус тандап алгыла.

«Сүйлөгөн» сандар. Көңүл бургула, маалыматтар салыштырып тактоого мүмкүн болгондой жана кандайдыр бир окуяны айтып бергендей болушу керек. Эгер силер кандайдыр бир жалпы эле сандарды бере турган болсоңор, бул жөн гана толук эмес фактыларды келтирүү болуп калат. Эгер силер салыштырууга мүмкүн боло турган сандарды берсеңер, бул кандайдыр бир болуп жаткан процесстер жөнүндөгү окуяны айтып бере алат, окурманды ой жүгүртүүгө түртөт ж.б.

### 2. Биз сандардын аркасынан эмнени көрбөй калышыбыз мүмкүн? Бардык тарап эрежелери

1-Эреже. Эгер кимдир-бирөө мени бул өтө жакшы нерсе деп ишендирүүгө аракет кылса, мен шектене баштайм.

Экономикада ак же кара гана түстөр болбойт, бардык нерсе эле же сөзсүз жакшы же сөзсүз түрдө эле жаман боло бербейт. Мисалы, Кыргызстанда мигранттар которгон акчалардын көлөмү өсүүдө. Акча каражатынын, айрыкча башка өлкөнүн валютасы менен сырттан келип жатышы, өндүрүшү чабал өлкө үчүн жакшы нерсе. Бирок, бул өлкө экономикасы үчүн кооптонууларды жаратышы мүмкүн. Маселен, башка өлкөлөрдөгү экономикалык абалга карата көз карандуулук, адам капиталынын чыгып кетиши, кыйыр түрдө бул ошондой эле өндүрүш эмес керектөөнүн өсүшүнө алып келиши ыктымал.

Же мисалга алсак, 2016-жылы КРда соңку 8 жылда биринчи жолу дефляция (бул инфляцияга тескери процесс, товарлар менен кызматтар арзандайт, баалар төмөндөйт, акчанын баалуулугу жогорулайт. «Дефляция» сөзү латын тилинен келип чыккан *deflatio* – үйлөө) катталган. Бийлик өкүлдөрү муну өкмөттүн жетишкендиги катары көрсөтүштү, көптөгөн ММКлар өз материалдарын даярдоодо мындай позитивдүү маанайды карманышты. Бирок, экономикалык көз караштан алып караганда, дефляция дайыма эле жакшы эмес, тактап айтканда, бул өлкөдөгү экономикалык активдүүлүктүн төмөндөгөнүн көрсөтөт. Дефляция, кээде ал тургай кризистин белгисинен кабар берет, анткени, кризисте адамдар акчаларын үнөмдөп, чыгымдарын кыскарта башташат, ага жараша өндүрүшчүлөр бааларды төмөндөтө башташат.

2-Эреже. *Мен өзүмдү түшүнүктөр боюнча чаташтырууга жол бербейм.*

Адатта экономика боюнча жыл жыйынтыгын чыгарууда, айрым көрсөткүчтөр бурмаланып калат, ийне-жибине чейин талдай келгенде, таптакыр башка картина чыгып калат.

Мисалы, Кыргызстанда түз инвестициялардын агымы көбөйгөнү айтылууда. Бирок келген инвестициялардын кандай бөлүгү иштеп жаткан долбоорлорго болгон реинвестиция экени жана экономиканын кайсы секторлоруна инвестициялар көп тартылып жатканы боюнча так айтылбайт. Эгер маалыматтарды тыкат ииликтей келсе, дайыма эле кубанаарлык көрүнүш боло бербейт.

3-Эреже. *Кошумча маалымат издейм.*

Экономикада баары эле так-таасын боло бербейт. Мисалы, эң белгилүү макроэкономикалык көрсөткүч болгон ички дүң продукциянын көлөмү дайыма эле жеке бир адамдын жашоосу боюнча түз кабар бербейт. Обьективдүү картинага ээ болуш үчүн

ички дүң продукциянын көлөмүн башка индикаторлор менен салыштырып көрүү керек. Мисалы, ички дүң продукциянын ар бир адамга бөлгөндөгү көрсөткүчү, жашоо деңгээлинин индекси, калктын сатып алуу жөндөмү, капиталдын жана адам ресурстарынын кириши жана чыгып кетиши.

#### *4-Эреже. Рейтингдер кандай түзүлөөрүн билем.*

Рейтингдер да дайыма эле реалдуу картинаны бере бербейт. Мисалы, Дйнөлүк Банктын Doing Business рейтингин толугу менен мыйзамдык базага, укуктук-нормативдик актылардын өзгөртүүлөргө таянат. Бирок Кыргызстан сыяктуу өлкөлөрдө мыйзамдык базаны жакшыртуу, дайыма эле бизнес жүргүзүү шарттарынын жеңилдешине алып келбейт. Кагаз жүзүндө эң сонун болушу мүмкүн, ал эми иш жүзүндө тоскоолдуктар алда канча көп болушу ыктымал.

“Мамлекеттердин атаандаштык жөндөмдүүлүгүнүн индекси” аттуу башка рейтинг бар, андагы маалыматтардын үчтөн бир бөлүгү бизнес өкүлдөрүнүн арасындагы сурамжылоолордон алынат.

#### *5-Эреже. Бизнес дагы билет.*

Кыргызстандын ММКларында бийлик өкүлдөрүнүн экономикалык процесстер жана бизнес чөйрөсү туурасында пикирлери менен комментарийлери басымдуулук кылат. Ошондой эле, көп учурларда журналисттер белгилүү бир эксперт-теоретиктерден комментарий алышат. Бирок, бул спикерлер тенденциялар жана процесстер туурасында боюнча теориялык гана маалыматтарга таянуу менен комментарий бере алышат, анткени алар рыноктун оюнчусу эмес жана дайыма эле чыныгы кырдаалды биле бербейт. Сырттан туруп көз салгандагы гана өз байкоолорун айта алышат. Мамлекеттик бийлик өкүлдөрү негизинен өтө субъективдүү көз карашта, анткени мамлекеттик саясаттын кызыкчылыгын жакташат. Картина толук болушу үчүн бизнес өкүлдөрүнүн пикирлери менен комментарийлерине да кайрылууну сунуштайбыз.

Экономикадагы процесстер менен тенденциялар көп кырдуу. Аларга ар тараптан карай турган өтө көп аспектилери жана кырлары бар. Процессти канчалык терең жана кылдат иликтеп, анын себептерин ачкан сайын, ошончолук сапаттуу материал келип чыгат.

### **3. Интервью – маалыматтын субъективдүү булагы. Бирөөнүн пикири маалыматтык себеп боло албайт.**

Кыргызстанда көп учурларда кайсы бир саясатчынын же мурдагы чиновниктин пикири же божомолдору жаңылык катары берилет. Мунун эмнеси туура эмес? Түшүндүрүп кетели. Бул кандайча ишке ашат?

Саясатчы пресс-конференция өткөрө турганын жарыялайт, анда өзүнүн жеке пикири же божомолдору менен бөлүшөт, кыйыр түрдө же ачык эле башкаларды кылмыш жасаган деп айыптайт. Андан ары журналисттер бул пикирди макала кылып жазат.

Башка вариант: депутат парламенттин трибунасынан жарыялайт, кайсы бир айылда, кайсы бир чиновниктин күнөөсү менен суу жок. ММК саясатчынын бул билдирүүсүн ретрансляция кылышат. Жаңылыктын мындай түрү маалымат агенттиктеринде кеңири тараган.

Бул пикир өз алдынча маалыматтык себеп боло албайт, бирок журналисттик иликтөө баштоого негиз болуп берет.

Натыйжада эмне болду?

Спикер өзү каалаган маалыматты өзүнө пайдалуу өңүттө таркатуу үчүн ММКларды пайдаланат, кайсы бир окуяларга карата өз көз карашынын популярдүүлугун арттырат. Натыйжада аудитория жаңылык иретинде бир адамдын версиясын алат, бирок ал окуянын маңызы көмүскө калат, ал болсо бир адамдын пикирине караганда алда канча көлөмдүү болушу мүмкүн.

Бул учурда журналист эмне кылышы керек?

Ал суроо берүүгө милдеттүү. Эмне үчүн бул туурасында азыр гана айтылып жатат? Ал адам укук коргоо органдарына арыз менен кайрылганбы? Эгер жазбаса, эмне үчүн жазган жок? Спикер айтып берип жаткан окуянын түпкү маңызын атайылап жашырып коюшу

мүмкүн. Эгер ага тактоочу суроолор берилбесе, анда журналисттин миссиясы аткарылган жок деп эсептесе болот.

*Журналист – катчы эмес.*

Журналисттин милдети айтылган сөздөрдү стенографиялап чыгуу эмес экенин түшүнүү өтө маанилүү. Саясатчылардын, саясат таануучулардын, мурдагы чиновниктердин жана башка көптөгөн спикерлердин бардык айтылган сөздөрү, ой-пикирлери жаңылык боло бербейт. Журналисттин милдети – анализдөө, салыштыруу, суроо берүү. Эгер спикер жөн гана өз пикирин же божомолдорун айтып жатса же кимдир-бирөөлөрдү айыптап жатса, бул сөзсүз түрдө эле жаңылык боло бербейт, эгер сөз сүйлөп жаткан адам президент болбосо. Бул учурда деле тактоочу суроолорду берүү керек, айтылган сөздөр кош мааниге ээ болбошу үчүн.

Эгер андай мүмкүнчүлүк жок боло турган болсо, сөзсүз контекст керек: спикер эмне деп жатат жана иш жүзүндө эмне болуп жатат. Түшүндүрмөдөн кийин сүйлөнгөн сөздүн редакцияланбаган вариантына шилтеме берип койсоңор болот, адамдар маалыматты кайра текшерип көрүп же аны маалыматтын булагы катары пайдалана алышат.

(Материал ОФ «Институт Медиа Полиси»)

#### **4. Визуализациянын онлайн-инструменттери**

Керектөөчүгө билдирүү жеткирүүнүн эң мыкты жолдорунун бири — визуализация, билдирүүнүн эң түпкү маңызына көңүлдү бурдурут. Анан дагы көрсөтмөлүү демонстрациянын аркасында таң калычтуу мыйзам ченемдүүлүктөрдү байкоого болот, алар адатта статистикалык маалыматтардын артынан байкалбай калат. Бактыга жараша, азыркы убакта акысыз программалык камсыздандыруу бар, анын жардамы менен муну оңой эле, ашыкча кыйналбастан жасоого болот.

Окуяны айтып берүүнүн көптөгөн жолдору бар, анын баары идеядан башталат. Ошондуктан, биз силерге баштоого жардам берели деп чечтик, маалыматтарды визуализациялоонун тармактагы бардык жеткиликтүү болгон мыкты инструменттерин тандап койдук.

1. Plotly <https://plot.ly>

Ийне-жибине чейин көрсөтүп бере ала турган графика түзүүгө мүмкүнчүлүк берет.

Бул ийкем тиркеменин жардамы менен диаграмма, презентация жана дашборддорду жаса. JavaScript, Python, R, Matlab, Jupyter жан Excel программаларынын жардамы менен сен анализ жүргүзө аласың, ошондой эле маалыматтарды импорттой турган бир канча поциялары бар. Визуализация библиотекасы менен онлайн режиминде диаграмма түзүү инструменти чынында эле кооз графиктерди жасаганга мүмкүнчүлүк берет.

2. DataHero <http://datahero.com>

Ар кандай сервистерден маалыматтарды бирдиктүү системага чогултуу үчүн бул тиркемени бардык адамдар пайдалана алышат. DataHero «облака» сервистеринен маалыматтарды чогултууга жана диаграммалар менен дашборддорду түзүүгө жол берет. Бул үчүн эч кандай кошумча техникалык жөндөм талап кылынбайт, ошондуктан бул команда менен бирге баары пайдалана турган эң сонун инструмент.

3. Tableau <https://public.tableau.com/s/>

Маалыматтар топтомдорун түзүп жана аны реалдуу убакыт режиминде бөлүшүүгө болот. Графика, диаграмма, карта жана башка көптөгөн функциялар менен жабдылган Tableau Public — маалыматтарды визуалдаштыруунун эң белгилүү инструменти, эң башкысы дээрлик бекер деп айтса болот. Пайдалануучулар маалыматтисистемага жеңил эле жүктөп, ал реалдуу убакыт режиминде кантип жаңыланып жатканына байкоо жүргүзө алат. Процессти тездетүү үчүн долбоордун башка катышуучулары менен биригип чогуу иш алып барганга болот.

#### 4. visual.ly

Маалыматтарды визуалдаштырууну болушунча жөнөкөйлөтөт.

Visual.ly — бул кошмо галерея жана инфографика түзүү үчүн инструмент. Ал маалыматтуу визуалдаштыруунун эң кооз опцияларын сунуштайт, ошондой эле натыйжаларды алмашууга платформасы бар. Бул жөн гана маалыматтарды визуалдаштыруу эмес, бул инфо-маньяктын кыялы!

#### 5. Canva <https://www.canva.com>

Canva — пайдаланууга жөнөкөй инструмент.

Катталуу: электрондук почта же Facebook, Google аккаунттары аркылуу катталууга болот. Сервисте дароо эле англис тили колдонулат, бирок профилдеги жөндөөлөр аркылуу орус тилине которуп алса болот. Маалымат берүү жана окутуучу материалдары англис тилинде гана берилген, бирок сервистин өзү абдан түшүнүктүү.

Эң негизги кнопка «дизайн жаратуу». Ошону мене ниш башталат. Сервистин акысыз версиясы полотнонун өлчөмүн өзгөртүүгө болбойт, ошондуктан сунушталган варианттарды гана пайдаланууга мүмкүнчүлүк бар.

Макет катары акысыз макеттердин ичинен каалаганын пайдаланса болот же өзүнчө элементтердин жардамы менен – фон, текст, фигура, шрифттин аркасында өзүбүз дизайн жарата алабыз. Акы төлөнчү версиясында буга чейинки макеттерди пайдаланууга болот жана аларды бөлүү ыңгайлуу болгондой кылып өзүнчө папкаларда кармоого болот. Макетти каалагандай кылып өзгөртсө болот: каалаган шрифт, түс тандоого, элементтерди алып же кошуп.

Тиешелүү сүрөт жаралгандан кийин аны өз компютериңерге jpg же png форматында көчүрүп алып же галереяда сактоого болот, кийинчерээк ага кайра кайрылып дагы улантып же өзгөртүүгө болот.

#### 5. Кыргызстан кантип акча табат

Төлөм балансы – мамлекеттен мамлекетке өтүп турган төлөм түрүндөгү акча каражаттарынын кыймылы. Башкача айтканда, мамлекеттин сырткы дүйнө менен эсептеше турган «төлөм ведомосту», анда өлкөгө кирген жана андан чыккан бардык чет өлкөлүк валюталар катталып турат.

Төлөм балансы экспорттон жана импорттон куралат, төлөм балансын жүргүзүүгө сырткы карыз жана грант түрүндөгү валюталык агымдар жана мигранттардын которгон акчалары таасир берет.

Көз карандысыздыкка ээ болгон бардык жылдары эле биздин өлкө сатканга караганда көп сатып алат. Сырткы инвестициянын агымы да кубантаарлык эмес. Акыркы жылдары ал да төмөндөп бара жатканы байкалат. Ошентип, Кыргызстандын төлөм балансы эмнеден куралат?

Биринчиден, оң төлөм балансы Кыргызстандын жыл сайын өсүп бараткан сырттан алган карыздарынын эсебинен камсыз болуп келет. Ошондой эле аны эмгек мигранттар которгон акча каражаттары камсыз кылууда, орточо эсеп менен бир жылда 1 млрд. доллар жөнөтүлөт.

*Төлөм балансы эмнеге таасир этет?*

- Алтын-валюталык резервдин кыскарышы.

- Сырткы рынокто насыялардын кымбатташы, анткени өлкөнүн төлөө жөндөмү төмөн, демек ага карыз берүү кооптуу деген маанайды жаратат.

- Улуттук валютанын курсунун төмөндөшү, натыйжада чет өлкөлүк валютанын агымы кыскарат, анткени өлкө тапканага караганда акчаны көп коротот.
- Инфляция өсөт, анткени улуттук валюта начарлайт.
- Инвестициялык жактан кызыгуу жаратпай калышы – натыйжада капиталдын сыртка агылышы. Төлөм балансы начар болгон өлкө инвестициялык жактан кызыгуу жаратпай калат, анткени ишенимдүү инвесторлор үчүн мындай рынок кооптуу болушу мүмкүн. Ошондуктан рынокко репутациясы анча жакшы эмес инвесторлор келет, алардын максаты тез акча табуу, мисалы тоо-кен тармагына. Жыйынтыгында бул өлкөдөн капиталдын чыгып кетишине алып келет.

#### *Төлөм балансын кантип жакшыруу керек*

Өлкөнүн төлөм балансы начар болгондо, адатта бийлик төлөм балансы боюнча көрсөткүчтөрдү жакшыртуу үчүн бир нече белгилүү бир кадамдарга барышат. Андай амалдардын бири – өлкөнүн экспорттук потенциалына колдоо көрсөтүү жана экспорттун көлөмүн көбөйтүү. Бул төмөнкү шарттарда мүмкүн:

- Негизги (учеттук) ставканы өзгөртүү, адатта төмөндөтүлөт. Бул учурда насыялар боюнча ставкалар төмөндөйт, акча кыймылынын аркасында экономикада жандануу башталат. Өндүрүүчүлөр финансы жеткиликтүү болуп калгандыктан активдеше башташат. Ставкалардын төмөндөшү улуттук валютанын курсуна таасир бериши мүмкүн, курс төмөндөйт, демек өндүрүүчүлөрдүн чыгымдары да төмөндөйт, бул алардын продукцияларын баасы боюнча атаандаштыкка жөндөмдүү кылат.
- Муну менен бирге бажы саясатын тескөө дагы пайдаланылат, адатта жергиликтүү өндүрүүчүлөрдү шыктандыруу үчүн, импорт ташып келүү шарттары катаалдашат. (ЕАЭС).
- Салык системасын жеңилдетүү. Мисалы, бири-бирин кайталаган салыктар жоюлат, салык ставкалары төмөндөтүлөт, ушундай жол менен экономикалык активдүүлүк өсөт, бюджетке акча түшүүлөр дагы көбөйөт (Грузиядагы реформалар).
- Бул кадамдардын аркасында өлкөдөгү инвестициялык климат жакшырат, бул болсо капиталды келген агымынын өсүшүнө алып келет.

#### *Адатта Кыргызстан кандай аракеттерге барат?*

- Өлкөнүн төлөм балансы жакшы абалда сакталышы үчүн бийликтегилер улам көп карыз алышат, эл аралык институттарга кайрылып грант сурашат. Көп учурларда өлкө үчүн пайдасыз болгон насыялык макулдаштыктарга бюджеттеги ушул таптагы таңсыктыгын толтуруу үчүн кол коюлат (Кытай).
- Мамлекет эмгек мигранттарына үмүт кылат, Кыргызстандан ошол эле Россияга кеткен мигранттардын агымын көбөйтө турган келишимдерди түзөт. Муну менен бирге өкмөт мигранттардын которгон акчаларынын көбөйгөнүн ийгилик катары көрсөтүшөт, Бирок ошол эле учурда өлкө арзан жумушчу күчүн – адамдык капиталды экспорттогон өлкөгө айланып жатат.
- Терс төлөм балансы мамлекеттик бюджетке олуттуу таасир этиши мүмкүн. Андыктан бийлик бюджетти толтуруу максатында бизнеске болгон кысымды күчөтөт, салык ставкаларын көбөйтүү үчүн мыйзамдарды иштеп чыгышат, жаңы салыктар түрлөрүн ойлоп табышат. Ал тургай чукул түрдө бюджетти толтуруу үчүн ири салык төлөөчүлөрдөн салыктарды аванс иретинде жарым жылга алдыга чогултуп алган тажрыйбасы дагы кездешет. Төлөм балансы төмөн болгон учурларда мамлекеттик органдар тарабынан текшерүүлөр күчөп, айыптар салына баштайт ж.б..

#### **6. Бизнес-журналистиканын негиздери**

Өлкөдө экономикалык журналистика өтө начар өнүккөн, бизнес-журналистика туурасында айтпай эле коелу. Өлкөдөгү бардык эле ири ММКлардын экономика бөлүмдөрү жок, негизинен материалдардын басымдуу бөлүгү саясий жаңылыктарга арналган.

Көп учурда, кайсыл теманы экономикалык жаңылыкка киргизүүгө болот, эмне бизнес-жаңылык деп эсептелээрин биле бербей, редакторлордун түшүнүктөрү жетишсиз.



Мисалы, белгилүү бир экономисттин некрологун өлкөдөгү алдыңкы ММКлардын бири жаңылыктардын экономикалык бөлүгүнө жайгаштырган.

Айрым ММКлар үчүн экономика – бул валюта курстары, мамлекеттик карыз, коррупция менен күрөш туурасындагы жаңылыктар. Дагы бир кызыктуу жагдай, айрым ММКлардын «Бизнес» бөлүмүнөн биз бизнес жаңылыктарын таппайбыз, анын ордуна PR-материалдар орун алган, бул бизнес-журналистика деген түшүнүктүн маанисин түп-тамырынан бери бурмалайт.

Эгер ММКлар жазбаса, бул бизнес чөйрөдө эч кандай жаңылык болгон жок дегенди түшүндүрбөйт. Кээде биз дүйнөдөгү алдыңкы медиадан Кыргызстан жөнүндө бизнес жаңылыктарды жолуктуруп калабыз.

Албетте, суроо жаралат: «Маалыматты, жаңылыктарды кайдан алса болот?» Анткени алар парламенттин же өкмөттүн жыйындары сыяктуу жарыяланбайт. Бул жерде маалымат булактары менен иштөө өтө маанилүү.

Бизнес-коомчулугу жана жеке сектор өкүлдөрү менен нетворкинг түзө билүү жана аны туура максатта колдонуу зарыл.

*Ошондой эле тренддерге жана тенденцияларга байкоо сала жүрүү керек.* Өлкөдө боло турган бардык бизнес-ивенттерге катышууга аракет кылуу. Мындай иш чаралардан бизнес чөйрөдөгү жаңылыктар, жетишкендиктер жана көйгөйлөр туурасында билип алууга болот.

Кыргыз журналистикасынын дагы бир көйгөйү, көптөгөн журналисттер жана редакторлор компаниялардын аттарын атагандан коркушат, анткени алар ал бизнес-субъектини рекламалап жатабыз деп ойлошот. Көп учурда реклама менен бизнес-жаңылыктын айырмасын билишпейт. Айрым учурларда журналист рекламалык эмес материал жаратып жатып, PR-материал берип алышы мүмкүн. Мисалы, депозиттик продуктулар жөнүндө финансылык сабаттуулук боюнча материал даярдоодо бир банктын атын атоо, кыйыр түрдө аудиториянын ошол банкты тандоосуна таасир этиши мүмкүн. Ошондуктан, экономикалык темаларга материал жасоодо журналист кайсы жерде компаниянын атын атоого болот же кайсы жерде болбой турганын так билиши керек.

Бизнес-журналистикада компаниялардын атынын аталышы окурмандардын кызыгуусун жаратып, силердин материалдарына карата алардын ишенимин пайда кылышы мүмкүн. Мисалы, инвестициялык компания жөнүндө материал жасап жатканда, белгилүү бир компания белгилүү бир брэнддеги ресторандар тармагына инвестиция салганын айтуу менен, силер аудиториянын көңүлүн бура аласынар, окурман же көрөрман, тааныш брэнддин атын окуп, кызыгуусу артат жана ал материалды аягына чейин окуйт.

Дагы бир мисал: валюта рыногундагы кырдаалды жазып жатканда, силерге сүйлөп берип жаткан спикердин кайда иштээрин көрсөтсөңөр, адаттагыдай «эксперт» же «экономист» дегендин ордуна, мисалы кайсы бир банктын бөлүм башчысы деп берсеңер, бул силердин материалга болгон ишенимди арттырат.

### Кыргыз фондулук биржасында листинг эмне тууралуу айтып бере алат?

Тилек Эралиев, «Кыргыз фондулук биржа» ЖАК директорлор кеңешинин мүчөсү, «BNC Finance» брокер компаниясынын директору  
0557577778, [tilek.eraliev@gmail.com](mailto:tilek.eraliev@gmail.com) <http://www.kse.kg>

### Листинг деген эмне?

**Листинг** – официалдуу биржа тизмесине баалуу кагаздарды киргизүү процедураларынын жыйындысы жана биржа тарабынан бекитилген шарттар жана талаптарга баалуу кагаздардын дал келүүсүн көзөмөлдөө.

**Биржанын официалдуу тизмеси** – баалуу кагаздар листинг процедурасынан өткөн, листингдин тийиштүү категорияларына - «IL», «BC», «SU» - киргизилген биржанын тизмеси.

Компаниянын акцияларын, облигацияларын жана башка баалуу кагаздарын биржанын листинг комитети тарабынан эксперттик текшерүүдөн өткөн, учурдагы биржада эсептелген официалдуу (листингдик) тизмеге киргизилиши.

Баалуу кагаздарды листингге киргизүү, листингди колдоо жана листингден чыгуу суроолору КР Өкмөтүнүн тийиштүү токтомдору менен жөндөлөт.

**Биржанын капитализациясы** – бул биржанын официалдуу тизмесине кирген финансылык инструменттеринин наркынын жыйындысы. Компаниянын капитализациясы ошол компаниянын акцияларынын жана баалуу кагаздарынын рыноктогу наркына көбөйтүлгөн, листинг компаниясынын акцияларынын жана баалуу кагаздарынын наркынын жалпы санынан эсептелинип чыгарылат. «КФБ» ЖАК капитализациясы 2018-жылдын 23-июлуна карата 22 615 млн сомду түздү.

### Официалдуу (листинг) жана официалдуу эмес тизмелер

**Жогорку категория** – International listing (эл аралык листинг). Кыргызстанда мындай листингди бир гана компания өткөн – «Аю-Гарант камсыздандыруу компаниясы» ААК.

**Кийинки категория** – *Blue chips* (көгүлтүр фишкалар)\*. бул категорияда 24 компания катталган – «Оптим Банк» ААК, «РСК Банк» ААК, «т «Манас» Эл аралык аэропорту» ААК, «Айыл Банк» ААК, «Электрические станции» ААК, «Эйр Кыргызстан» ААК ж.б. <http://www.kse.kg/ru/Listing> шилтемеси аркылуу тизме менен таанышууга болот.

\* көгүлтүр фишкалар – *стабилдүү киреше көрсөткүчтөрү бар ири, ишенимдүү жана ликвиддүү компаниялардын акциялары, ошондой эле, компаниялардын өзү.*

**Үчүнчү категория** – *Start up* (башталгыч бизнес), ага КР төрт компания кирет.

Листингде мамлекеттик акция пакеттери мене 16 компания бар.

Көптөгөн АК листингге кире элек, мисалы, «Нарынгидроэнергокурулуш» ААК, «Кыргызнефтегаз» ААК, «Кыргызстан Авиакомпаниясы» ААК, «Кыргызстандын Улуттук электрдик тармагы» ААК, ОАО «ТНК Дастан» ААК ж.б.

Миңден ашык компаниялар официалдуу эмес (листингден тышкары) тизмеде.

Биржанын листингинде эмес сектордогу келишимдер, жада калса бир соода күн ичинде да ар кандай баа менен жүрүшү мүмкүн. Бул акциялардын баасын манипуляциялоону жүргүзүүдө кыйынчылыктарды жаратат. КФБ директорлорунун кеңеши листингдик эмес акциялардын адилет жана ачык баасын түзүүнү орнотуу боюнча сурооду карайт.

*Чет элдик инвесторлорго листингдик эмес баалуу кагаздар кызыксыз, алар листиндүүлөргө гана ишенишет.*

Жабык акционердик коомдун акциялары листингге боло алышпайт. Бирок алар облигацияларды, жашоо сертификаттарын жана эмиссиялык баалуу кагаздарды биржа аркылуу чыгарып, эл алдында сунуштай алышат, ушундай учурда баалуу кагаздар листингге кошо алышат.

Листинг процедурасынан өткөн акциялар листинг эмес акцияларга караганда баалардын манипуляциясынан жакшы корголгон, себеби, акцияга баа мурдагы соодадагы баадан +/- 25% түзүп, баалык коридордун – спрэд – алкагында өсүшү керек.

Биржа баалуу кагаздардын эмитенттерине маалыматты ачуу кызматын сунуштайт: <http://www.kse.kg/ru/PublicInfo>.

## Журналистиканын стандарттары

---

Эльдияр Арыкбаев, Kloop.kg башкы редактору

[eldiyar@kloop.kg](mailto:eldiyar@kloop.kg)

<https://kloop.kg>

### Жаңылыктарды кандай жазуу керек

Жаңылык статьяларын жазуу процессинин эрежелери жана стандарттары бар, сиз аларды колдонбошуңуз мүмкүн. Бирок, сиз аларды эстеп калууңуз керектигин айтам. Демек, журналистиканын принциптеринин негиздөөчүлөрү: **чынчылдык, тактык, калыстык, окурмандарга жакындык.**

Сиз журналисттин жолун тандаганыңызда келечектеги окурмандарыңыз менен жашыруун келишим түзөсүз – сиздин маалымат бат гана болбостон, **биринчи кезекте анык болооруна** сөз бересиз. Начар журналист – материалдын үстүндө шалакы иштеп, аудиториянын ишенимин жоготкон журналист.

Ишенимди актоонун мыкты ыкмасы – өзүнүн окурмандарына маалымдай турган маалыматты кайталоо (кайрадан кайталоо). Бул принцип **ысымдарды, аттарды, сандарды же күндөрдү**, ошондой эле бере турган **маалыматтын мазмунун өзгөртпөй** (ал эми респондент айткан маалыматты башка булактардан текшерүү) туура жазууда берилет.

Статья жазуу учурунда конфликтин же талаштын кайсы бир тарабына өтпөшүңүз керек. Адилеттик өзүңүздүн көз карашыңызга карабастан, **окуянын катышуучуларына бирдей мамиле** жасоодо байкалат. Бирок, бул журналист катары сиз ар дайым чындыкты табууга умтулушуңуз керек - сиздин милдет окуянын катышуучулары айткадарды жазуу гана эмес, болгон окуянын **чыныгы картинасын** ачууга аракет кылуу.

Эгерде бир тарап, асман сыя көк болуп калды десе, ал эми экинчи тарап кызарды десе, тараптардын сөздөрүн текшерүү үчүн, кээ бир учурларда баш көтөрүп асманды карап коюу жетиштүү. Бул эми абдан жөнөкөй мисал, – эгерде сиз өз көзүңүз менен көрбөсөңүз, көрүүгө мүмкүнчүлүк болбогон учурларда чындыкты аныктоо кыйын болот. Эмне болгонун аныкташ үчүн **окуяга катышуучулардын көбү** менен же өз көзү менен көргөндөр менен сүйлөшүү керек. Бул болуп өткөн окуянын толук картинасын көрүүгө жардам берет (бул учурда дагы көп нерселерди билбей калуу мүмкүн).

Окурманга жакын болуу үчүн аудиторияга жакын теманы гана тандоодо эмес, болуп өткөндү ачык жана түшүнүктүү баяндоо зарыл. Ал үчүн **жөнөкөй - жакшыраак** эрежесин колдонуңуз. Сиз сырткы саясат же аймактын экономикалык өнүгүүсү сыяктууларды жакшы түшүнбөгөн окуяны жакын досуңузга же апаңызга айтып берип атканыңызды элестетсеңиз.

### Материалдын структурасы

#### “Одарылган пирамида”

Жаңылыктар журналистикасында бардык жаңылыктар түзүлүүчү «одарылган пирамида» модели бар. Журналистикага жаңы киришкендерге «одарылган пирамида» - бул алардын карьералык жолу башталуучу фундамент. Бул моделдин мааниси жаңы

маалымат материалдын башынан эле башталгандыгында жатат – макаланын аталышынан, себеби, ал «эмне болду деген» суроого жооп бериш керек.

Жаңылык кабарчылары сюжет элементи кездешкен (мисалы, «илгери-илгери» деп башталган, кульминация жана корутунду) жомокту жазбайт, жаңылыктарды жазат. Учурдагы окурман маалыматтык ылдам агым доорунда жашайт жана көбүнесе, буга чейин эмне болгондугун, кульминацияга жетип окуганга убактысы жетишсиз.

Жаңылыктарды жазууда сизге 5W жардам бере алат, материалда жооптору кездешүүчү негизги суроолор: Who/Ким (окуяга катышкан)? What/Эмне (болду)? Where/Кайда/ кайсы жерде (бул окуя болуп өткөн)? When/Качан (бул окуя болду)? Why/Себеби эмнеде (бул окуянын болушу)?

Материалды баштаар алдында «Эмне себептен бул маанилүү» деген суроого эки-үч сүйлөм менен жооп табыңыз. Бул суроого жооп материалдын үстүндө иштөөгө жардам берет. Эгерде сиз эмне тууралуу жазып атканыңызды билбесеңиз, демек, сиздин иш планыңыз бар.

### **Репортаждар, аналитика**

Эгерде сиз жаңылык эмес материалды жазып атсаңыз, анын структурасы «оодарылган пирамидага» караганда башка болот – бардыгы сиз материалыңызга кандай жанр жана формат тандап алганыңыздан көз каранды болот.

Мисалы, бул репортаж болсо, анда материалдын кызыктыгын башында эле ачуунун кажети жок. Сиздин аудиториянын көпчүлүгүнүн көйгөйлөрү менен жолуккан башкы каарманыңыз болушу ыктымал. Мындай жанрда сиз сюжеттин элементтерин колдонуп, классикалык баяндоо схемасынын негизинде түзсөңүз болот.

Жаңылык эмес материалдар (мисалы, фичерлер), жаңылык сыяктуу эле 5W суроосуна жооп берилиши керек, бирок негизги көңүл «Кантип?» деген суроого бөлүнөт. Жаңылыктар башка форматтардан ушунусу менен айырмаланат. Эмне себептен, кантип болду деген суроого жооп – бул аналитика, репортаждар жана изилдөө.

### **Изилдөө**

Кандай гана изилдөө болбосун алгач *гипотезадан* башталат – автордун мыйзамдын бузудушу тууралуу ой-толгоосу (wrongdoing), ал өз ишинде далилдейт же жокко чыгарат. Ким, эмне, кантип, эмненин жыйынтыгында жана эмне үчүн мыйзам бузулат, коомго каршы аракеттерди аткарат жана кандай жыйынтык келип чыгат.

«Коррупцияны изилдегим келет»- начар гипотеза.

«Мектепке чейинки билим берүү аймагындагы коррупция балдардын ден соолугунун начарлашына алып келет» - жакшыраак гипотеза!

Гипотезаны түзгөндөн кийин анын бекемдигин текшериңиз – андагы ар бир сөзгө суроо бериңиз. Андан соң, «шайтандын жактоочусу» ролун аткаруучу адамды табыңыз. Ал өзүнүн суроолору жана күмөндөрү менен сиздин гипотезаңызды жокко чыгарат. Эгерде гипотеза туруктуу болсо, анда анын үстүндө иштөөнү улантыңыз. Эгерде туруксуз болсо, анда андан баш тартыңыз же болбосо башкача түзүңүз.

Иштөө убагында сиз гипотезаны далилдей албай калышыңыз мүмкүн, же болбосо табылган фактылар карама-каршы чыгышы мүмкүн. Мындай учурда, чындык алгач сиз ойлогондой болбосо, гипотезадан баш тартыңыз же башкача кылып түзүңүз. Изилдөө ишинин маңызы жеке актыкты далилдөө эмес, чындыкты табуу (сиздин ойуңузду актабаган фактылардан баш тартпаңыз!).

### **Черновики – көчүрүү үчүн адеп жазылган жазуулар**

Узак убакытка чейин мен черновиктен баш тарткам. Билесиздерби, бекер экен. Мен үчүн черновиктин структурасы катуу талап, ал эми жаңылык, шарттуулук. Өзгөчө экономика тууралуу материалдарды маанилүү. Финансылык сабаттуулуктун деңгээли төмөн болгондуктан, структура түзүү маанилүү, жаңылыкты кичине порция менен маалымдап же болбосо макалада теманы ачуу керек.

Эгерде экономика тууралуу жаңылыкты ушундай жазсаңыз, анда жакшы болуш керек. Бул куткаруучу таякча. Сага велосипедди жаратып, мээни абдан иштетүүнүн кажети жок, жөн эле алып жазуу керек. Бирок, бул черновик экененин эскерте кетем. Качан ал даяр болгондо, өзүңүзгө керектүүдөй кылып абзац/сүйлөмдөрдү ордулары менен алмаштырсаңыз, мисалы артынан башына сүйлөмдөрдү кошсоңуз болот. Черновик-жаңылык байламтасы жаңылыкты жазууда убакытты көбөйтпөстөн, тескерисинче, азайтат.

Ири карап чыгууларга токтолсок, алар жогору схема менен эле түзүлөт. Бирок «Кантип? Эмнеге? Эмне себептен?» деген суроолор көбөйөт жана узара берет. Ар бир окуянын түрмөгүнө, сөзсүз түрдө, баш сөздөр пайда болот.

Жыйынтыгында мындай карап чыгуу «чынжыр» (көйгөйдү биринин артынан бирин түшүндүрөбүз) деп аталат.

### **Мада нерселер**

Макаланын аталышынан баштайлы. Мен дайыма, алгач аталышын жазам. Алгачкы жазуу болсо деле, аталыш биринчи орунда турат, ошондон баяндоо уланат. Аталышы же лид (макаланын маңызы жана көйгөй кыскача айтылган биринчи бөлүнгөн абзац) Интерфакста да эреже болуп саналат.

Эки тутумдуу аталыштар. Ооба, бул саркеч, бирок өзүн аныктаган. Ал экономикалык жаңылыктарда абдан куткарат жана жаңылыктар жаңыдан угулат.

### **Жандандыруу**

Иштиктүү журналистика – бул бизнес, алардын кожоюну тууралуу. Ошондуктан, аталышка кожоюндардын ысымын жазабыз. Жаңылыкта сөзсүз түрдө кимге таандык, компанияны ким башкара тургандыгын көргөзөбүз.

Бул ким?

- Компания тууралуу кыскача баяндама берүү маанилүү:
- Өлкөнүн ири ишканасы
- Ири тигүү фабрикасы
- Кыргызстандагы бардык аэропорттордун ээси
- Аз таанымал компания...

Ушулардан сиздин жаңылыгыңыздын кызыктуулугу пайда болот. Мисалы, ГЭС электроэнергия берүүдө жалгыз экендигин көрсөтсөңүз окурман эмне болуп жаткандыгын кызыгуу менен окуйт.

### **Салыштыруу**

Динамика тууралуу сөзсүз түрдө жазабыз. Былтыркы сандарды таап салыштырабыз.

Азайгандыгы же кемигендиги тууралуу компаниялар маалымдагылары келбейт, бирок динамиканы көрсөтүү – бул биздин милдет.

### **Көрсөтүү**

Окурмандардын көпчүлүгү визуалдар, мен дагы. Мен 10 жолу окуганча, бир жолу көргөндү тандайм. Экономикалык журналистикада бул милдеттүү болуш керек.

## **Fact-checking: ким чечет, эмнеге ишенишибиз керек?**

---

Болот Темиров, factcheck.kg сайтынын башкы редактору

ММК дилемасы:

fake или fact?

- Оперативдүүлүк же ырастык?
- Катышуучулук же репутация?
- Жарнама берүүчү же окурман?
- Оперативдүүлүк же ырастык?

Бул маалымат агенттиги үчүн маанилүү. Телевидения жана гезиттер үчүн өтө деле маанилүү эмес. Бирок редакциялардагы тайм-менеджмент маалыматты верификациялоо үчүн ТВ, радио жана гезит журналисттери талапсыз эле оперативдүүлүккө убакыт таппагыдай болуп түзүлгөн.

### **КАТЫШУУЧУЛУК ЖЕ РЕПУТАЦИЯ?**

- Жарнама берүүчүлөрдү алгач эмне кызыктырат? Бул сайттын катышуучулугу. Фейк маалыматы бир убакта аудиторияны жана катышуучулукту бере албайт.
- Жарнама берүүчү же окурман?
- Биз PR-материал, ченемдердин артынан чуркайбыз. Чындыгында, акча төлөнгөндүктөн, алар редакциянын жашоосун камсыздайт.

Фейктер эмнеге түзүлөт?

- Үгүттөө жана кара PR
- Белгилүүлүк (жаңылыктарды ойлоп табуу, «куурулган», такталбаган маалыматтарды таратуу)
- Тамаша

Үгүттөө жана кара PR

- Ички саясат
- Дин
- Россияны жактоо жана каршы болуу
- Кытайга каршы болуу
- Бизнес
- башкалар



## Ресурстар: Belingcat тренингинин учурунда берилген маалымат

---

### Контентти верификациялоо

- **Jeffrey's EXIF Viewer** ([regex.info/exif.cgi](http://regex.info/exif.cgi)) – фотографиялардын (сүрөттөрдүн) мета берилмелерин анализдейт. Социалдык тармактардан жүктөлгөн (мисалы, Facebook), фотографиялар менен начар иштейт, себеби, социалдык тармактардын көпчүлүгү сайттын параметрлерине дал келиш үчүн фотографиялардын көлөмүн өзгөртүп, мета берилмелерин жоготот.
- **TinEye** ([tineye.com](http://tineye.com)) – сүрөт боюнча артка издөөгө мүмкүн, ошондуктан, дубликат арасынан фотографиянын нускасынын жүктөлгөн күнүн тапса болот.
- **Google Image Search** ([images.google.com](http://images.google.com)) – TinEye сыяктуу эле – сүрөт боюнча артка издөөгө мүмкүн. Сиз Chrome браузеринде чыккандын оң клавиатурасын басып «Сүрөттү издөө (Google)» тандайсыз.
- **Amnesty International's YouTube DataViewer** ([amnestyusa.org/citizenevidence](http://amnestyusa.org/citizenevidence)) – YouTube видеонун жүктөлгөн күнүн жана саатын так көргөзөт, ошондой эле ушул видео үчүн түзүлгөн кичирейтилген сүрөттү да көргөзөт. Ушул кичирейтилген сүрөттөрдү артка издөөдө колдонуу менен YouTube жана башка хостингдерге жүктөлгөн видеонун көчүрмөлөрүн тапсак болот.
- **SunCalc** ([suncalc.org](http://suncalc.org) or [suncalc.net](http://suncalc.net)) – көлөкөлөрдүн анализи. Башнда колдонуу үчүн абдан кыйын, бирок көлөкөлөр жакшы көрүнгөн фотографиялардын жана видеолордун убактысын божомол менен билсе болот.

### Соцтармактардан маалымат

- **Stalk Scan** ([stalkscan.com](http://stalkscan.com)) – Фейсбукта берилген профилдин, профиль белгиленген сүрөттөрдү да, комментарийлерди да, жактырууну да ж.б. жалпыга жеткиликтүү болгон маалыматты көрсөтөт.
- **Facebook Search Tool** ([netbootcamp.org/facebook.html](http://netbootcamp.org/facebook.html)) – Фейсбуктун өзүнө караганда ыңгайлуу издөө интерфейси. Фейсбуктагы аккаунтту e-mail дареги, аты-жөнү, жумуш берүүчүлөр ж.б. тууралуу издөөгө мүмкүн. Электрондук дарек аркылуу издөөдө өзгөчө ыңгайлуу.
- **Advanced Twitter Search** ([twitter.com/search-advanced](http://twitter.com/search-advanced)) – азыр бул издөө интерфейсин твиттердин ичинде табуу кыйын болгондуктан сиз даректик сапка ушул URL жазышыңыз керек. Күн, колдонулуучунун аты, жайгашкан аймагы, түйүндүү сөздөр ж.б. негизделип твиттерди издөө жеңил.

Фото жана видеолордун, ошондой эле спутник кызматынын фотолорунун жайгашкан аймагы

- **Wikimapia** ([wikimapia.org](http://wikimapia.org)) – маалыматты чагылдырыш үчүн ар түрдүү спутник жана картография кызматын колдонот. Объект жана аларды баяндоо тууралуу берилмелерди Краудсорсинг жолу менен чогултуу.
- **Panoramio** ([Panoramio.com](http://Panoramio.com)) – колдонуучулар тарабынан жүктөлгөн геотеги бар фотографиялар.
- **Google Street View** ([maps.google.com](http://maps.google.com)) – көчөлөрдүн панорамасы, фотографиялар
- **Yandex Panoramias** ([maps.yandex.ru](http://maps.yandex.ru)) – Россия, Украина, Беларусиянын көчөлөрүн жакшы камтыган көчөлөрдүн панорамасы, фотографиялар
- **Digital Globe** ([digitalglobe.com](http://digitalglobe.com)) – спутник сүрөттөрүн сатуучу жеке компания. Алардын базасы аркылуу табылган, уруксааты азайтылган спутник сүрөттөрүн бекер көрүүгө мүмкүн. Google Earthтеги спутник сүрөттөрдүн көпчүлүгү Digital Globe базасынан алынган.
- **Terraserver** ([terraserver.com](http://terraserver.com)) – тапшырык бербей эле, кичирейтилген сүрөттөрдү бекер көрсөңүз болот.

- **Kosmosnimki** (kosmosnimki.ru) – россия сервис, жалпыга жеткиликтүү болгон картадагы спутник сүрөттөрүнүн издөө параметрлерин колдонуучу менен бирге киргизип, аларды бириктирет.

### 1) Маалыматты чогултуу, сактоо жана колдонуу укугу

Кыргыз Республикасында ар бир жаран, анын ичинде журналист дагы, маалыматты эркин издөөгө, сактоого, алууга, колдонууга жана аны оозеки, кат түрүндө же башка түрдө таратууга укуктуу (Конституциянын 33-беренеси). Адамдын фундаменталдык укуктарын бекемдөөчү конституциялык жоболор башка мыйзамдарда да каралган. Бул 1997-жылдын 5-декабрынын №89 КР “Маалыматка жеткиликтүүлүктүн эркиндиги жана кепилдиги жөнүндө” Мыйзамы жана 2006-жылдын 28-декабрынын №213 “Кыргыз Республикасынын жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу органдарынын жана мамлекеттик органдарынын карамагында болгон маалыматтарга жеткиликтүүлүк жөнүндө” Мыйзамы.

### 2) Маалыматтарды төмөндөгүдөй таратуу:

- тийиштүү материалдарды басып чыгаруу жана таратуу, ошондой эле, официалдуу жана атайы сайттарда;
- кабыл алынган социалдык маанилүү чечимдерди ММКда маалыматтык-түшүндүрүү иштерин жүргүзүү;
- физикалык жана юридикалык жактарга, алардын суроосунун негизинде маалымат берүү;
- жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу органдарынын жана мамлекеттик органдарынын ишмердүүлүгү тууралуу маалыматтарды элге жарялоо;
- жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу органдарынын жана мамлекеттик органдарынын материалдары жана иш-кагаздарына түздөн-түз жеткиликтүүлүктү камсыз кылуу;
- жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу органдарынын жана мамлекеттик органдарынын ачык отурумдарына түздөн-түз жеткиликтүүлүктү камсыз кылуу.

КР Мыйзамы тарабынан суроо-талаптардын төмөндөгү формалары каралган:

- түздөн-түз суроо-талап (оозеки түрдө);
- телефон аркылуу;
- кат түрүндө суроо-талап (почта, курьер, телеберүү, байланыштын электрондук каналдары)

### 3) Маалыматка ким кайрыла алат:

— жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу органдарына жана мамлекеттик органдарга физикалык жана юридикалык жактар суроо-талап жөнөтүүгө укуктуу

### 4) Суроо-талап кандай формада багытталышы керек

Мыйзамга ылайык жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу органдарынын жана мамлекеттик органдарынын маалыматты берүүнүн негизги ыкмасы болуп физикалык жана юридикалык жактардын маалыматтарды берүү боюнча суроо-талаптардын негизинде болуш керек.

Мындай суроо-талаптар толтурулуп, тийиштүү органдарга төмөндөгү форма аркылуу багытталыш керек:

- түздөн-түз оозеки түрдө же телефон аркылуу суроо-талап (жооп да оозеки түрдө берилет);

- кат түрүндө суроо-талап, почта, курьер, телеберүү, байланыштын электрондук каналдары аркылуу жеткирилет.

#### 5) Жазуу түрүндө суроо-талап кантип түзүлөт

Жазуу түрүндөгү суроо-талапта төмөндөгү маалыматтар көргөзүлүшү керек:  
 — суроо-талап багытталган жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу органдарынын же болбосо мамлекеттик органдарынын кызматтагы адамынын аты-жөнү жана/же органдын аталышы;  
 — физикалык жактарга — аты, атасынын аты, туулган күнү, жашаган жери;  
 — юридикалык жактарга — юридикалык жактын толук аталышы, башкаруу органынын дареги, юридикалык жак катары каттоо күбөлүгү, суроо-талапка кол койгон адамдын аты-жөнү жана кызматы;  
 — суроо-талаптын предмети (кайсы маалымат керек).

Маалыматты сурап жаткан жак, өзүнүн оюу боюнча, суроо-талапты аткарууга көмөктөшчү башка да маалыматты суроо-талапка кошушу мүмкүн.

**Көңүл буруңуз: суроо-талап жөнөткөн жак өзүнүн суроо-талабынын себебин көргөзүүгө милдеттүү эмес, б.а. суралган маалымат кандай максат үчүн керектигин суроо-талапта көргөзбөсө деле болот.**

Кат түрүндө суроо-талап, почта, курьер, байланыштын электрондук каналдары аркылуу же жеке өзүнө жеткирилиши мүмкүн.

#### 6) Суроо-талапка жооп берүү мөөнөттөрү

Суроо-талапты алган жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу органдары же болбосо мамлекеттик органдар суроо-талапка 2 жуманын ичинде жоопту даярдоого милдеттүү. Жооп берүү үчүн мөөнөттү саноо тийиштүү орган тарабынан суроо-талапты алган учурда башталат жана ошол орган тарабынан почта байланыш бөлүмүнө, жеке автордун өзүнө же курьер аркылуу, электрондук байланыш каналдары тарабынан жооп берилген учурда аяктайт.

Эгерде, 2 жуманын ичинде суроо-талапка жооп даяр эмес учурда, суроо-талапты багыттаган жакка жооп мөөнөтү узартылган себебин көрсөтүп, маалымдайт.

**Эки жуманын ичинде суроо-талапка жооп берилбеген же болбосо, жооп даярдоо мөөнөтү узартылгандыгы тууралуу маалымдоо келбеген учурда, суроо-талап четке кагылгандыгы тууралуу каралат.**

#### 7) суроо-талапты карап чыгуу жана ага жоопту даярдоо тартиптери

Маалымат тууралуу суроо-талап жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу органдары же болбосо мамлекеттик органдар тарабынан катталат жана жоопту даярдаганга жоопту жакка багытталат. Бул суроо боюнча кайра кайрылбаш үчүн суроо-талапка жооп кенен болушу керек.

Суроо-талапка жооп төмөндөгүнү камтышы керек:

А) суроо-талапты аякардуу боюнча көрсөтмө: суроо-талапты кыскача берүү, берилген иш-кагаздардын тизмеси, суроо-талапты аткаргандын аты-жөнү жана кызматы, жоопко кол коюлган күн;

Б) берилген иш-кагаздардын тексти, аныктамалар же иш-кагаздардын жарым бөлүгү;

В) маалымат кызматы жана коротулуучу материалдардын баасы;

Г) суроо-талапты жөнөткөн жак жашаган аймактын жергиликтүү өзүн-өзү башкаруу органдарынын же болбосо мамлекеттик органдарынын аталыш жана байланыш тизмеси,

себеби, алар жарандардын укугун коргойт, маалымат берет жана маалыматтык, китепкана кызматын көрсөтөт.

#### *8) Маалыматты алууга байланыштуу чыгымдар*

Жоопту даярдоо бекер болот. Бирок, почта аркылуу суроо-талап жөнөтүлгөн учурда жоопту жеткизүү боюнча почта кызматын төлөөгө жана көлөмү 5 барактан ашкан учурда көчүрмө кызматын төлөөгө милдеттүү.

#### *9) Маалымат берүүдөн баш тартуу*

##### **Маалымат берүү:**

- ✓ коомдогу тартипти сактоо, улуттук коопсуздукту коргоодо;
  - ✓ калктын адебин жана саламаттыгын сактоодо;
  - ✓ башка жактардын эркиндигин жана укугун коргоодо чектелет.
1. мамлекеттик сырларды коргоо мыйзамы менен аныкталган мамлекеттик сырлар тууралуу;
  2. жеке мүнөз боюнча маалымат тууралуу мыйзам аныктаган жеке мүнөз;
  3. мыйзам аныктаган кылмыш иши, ыкчам иликтөө аракеттери тууралуу;
  4. мыйзам тарабынан корголгон сырларды камтыган (коммерциялык, банктыйк, нотариустук, дарыгерлик, адвокаттык жана башка).

#### *10) Маалымат берүүдөн баш тартуу кантип берилиш керек*

Маалымат берүүдөн баш тартуу төмөндөгүлөрдү камтыш керек:

А) маалымат берүүдөн баш тартуу эмненин негизинде болгондугу тууралуу, мыйзам ченемдери көргөзүлгөн далилдер;

Б) маалымат берүүдөн баш тартууга арыздануунун ыкмалары жана тартиптери.

#### *11) Маалымат берүүдөн баш тартууда кайда арызданса болот*

- Жогоруда турган кызмат адамга (административдик тартип);
- Сот органдарына

#### *12) Жоопкерчилик*

##### **АЖК, 63-статья. Документтер менен тааныштыруудан негизсиз баш тартуу**

Жарандын укуктары менен таламдарына тиешеси бар документтер, чечимдер жана башка материалдар менен анын таанышышына мүмкүнчүлүк берүүдөн негизсиз баш тартуу -

кызмат адамдарына эсептешүү көрсөткүчүнүн бештен он өлчөмүнө чейин администрациялык айып салууга алып келет.

##### **КР КЖК, 138-статья. Граждандык маалымат берүүдөн баш тартуу**

Граждандын укуктарына жана эркиндиктерине түздөн-түз тиешеси бар, белгиленген тартипте чогултулган документтерди жана материалдарды берүүдөн кызмат адамынын укукка ылайыксыз баш тартышы, же гражданды атайылап толук эмес же жалган маалымат бериши, эгерде бул жосундар граждандын укуктарына жана мыйзамдуу таламдарына олуттуу зыян келтирсе, -эсептик көрсөткүчтүн элүү өлчөмүнө чейин айып салынат.

13) Журналисттин укуктары

- маалымат чогултууга, талдоого жана жайылтууга;
- мамлекеттик органдардан, граждандардын өз алдынча башкаруу органдарынан, коомдук бирикмелерден, ишканалардан, мекемелерден жана уюмдардан коомдук маанилүү маалыматты суратууга жана алууга;
- мамлекеттик же болбосо башка корголуучу сырды, ошондой эле жетүүгө чек коюлган маалыматты камтыгандарды албаганда, документтерге, материалдарга жана маалыматка жетүүгө;
- журналисттик иликтөө жүргүзүүгө;
- жарыялоого даярдалган маалыматтарды текшерүү үчүн адистерге кайрылууга.

( «Журналисттин кесиптик ишин коргоо жөнүндө» КР Мыйзамы, 5-беренеси) -**(ст.14, 15 Закон КР «О защите профессиональной деятельности журналистов»**

- кесипчил журналисттик милдеттерин аткарууга байланыштуу кызмат адамы тарабынан кабыл алынууга;
- кабарлоочунун макулдугу менен маалыматтарды жазууга, анын ичинде зарыл техникалык каражаттар менен жазып алууга;**(КР «ММК жөнүндө» Мыйзамы, 20 - беренеси)**

14) Журналисттин милдеттери

- Кыргыз Республикасынын мыйзамдарынын жана эл аралык келишимдеринин талаптарын сактоого;
- маалымат берген адамдардын алардын авторлугун көрсөтүү жөнүндө өтүнүчтөрүн канааттандырууга;
- инсандын укуктарын жана эркиндиктерин, ар-намысын жана кадыр-баркын урматтоого милдеттүү;
- даярдалган материалдардын жана билдирүүлөрдүн ынанымдуулугун текшерүүгө, ошондой эле калыс маалымат берүүгө;
- соттун чечимсиз күнөөсүздүк принцибин сактоого;
- күнөөсүздүк презумпция принцибин жактоо.

**Журналист кесиптик маалыматты өз максатында колдоно, адамдын жеке турмушу жөнүндө фактыларды жарыялай, ошондой эле аудио- жана көрмө жазуучу жабдууларды маалыматтын булагынын же автордун макулдугусуз пайдалана албайт.**

15) Коомдук кызыкчылык

**Мамлекеттик органдардын жана кызмат адамдарынын мыйзамдуулукту бузган фактылары жөнүндө; граждандардын мыйзамдуу кызыкчылыгына жана укугуна доо келтирген, ошондой эле алардын жеке коопсуздугуна коркунуч туудурган фактылар жөнүндө маалыматтар жашырыndoого жатпайт (Кыргыз Республикасында “Мамлекеттик сырды сактоо жөнүндө Мыйзам» 4- статья)**

**Журналисттин коомдук кызыкчылык туудурган, граждандардын укуктарына, эркиндиктерине жана мыйзамдуу таламдарына, тиешелүү маалыматка жетүүсүнө чек коюуга жол берилбейт.**

( «Журналисттин кесиптик ишин коргоо жөнүндө» КР Мыйзамы, 5-беренеси) -(ст.14, 15 Закон КР «О защите профессиональной деятельности журналистов»

коомдук кызыкчылык - **коомдун бакубаттуулугун, туруктуулугун, коопсуздугун жана туруктуу өнүгүүсүн камсыз кылуу** менен байланышкан кандай гана болбосун жактын (жактардын) кызыкчылыгы (Кыргыз Республикасынын Жогорку Кеңешинин Регламенти жөнүндө Мыйзам, 1-статья)

- 16) Төмөндөгү маалыматтар жашырындоого жатпайт
- граждандардын ден-соолугуна коркунуч туудуруучу табигый кырсыктар жана өзгөчө окуялар жөнүндө;
  - кыйроолор жана алардын залакалары жөнүндө;
  - экология тармагындагы иштердин абалы, жаратылыш байлыктарын пайдалануу, саламаттыкты сактоо, тазалык, маданият, айыл чарбасы, билим берүү, соода жана укук тартибин камсыз кылуу жөнүндө;
  - **мамлекеттик органдардын жана кызмат адамдарынын мыйзамдуулукту бузган фактылары жөнүндө;**
  - **граждандардын мыйзамдуу кызыкчылыгына жана укугуна доо келтирген, ошондой эле алардын жеке коопсуздугуна коркунуч туудурган фактылар жөнүндө.**
- (Кыргыз Республикасында “Мамлекеттик сырды сактоо жөнүндө Мыйзам» 4-беренеси) (Ст.11 Закон КР «О защите госсекретов»)

Назгүл Коңурбаева,  
Айсулуу Текимбаева  
Медиа-компания Capital

#### 4. Практикалык көнүгүү «Сандарды окуйбуз жана айтып беребиз»

Фокус. Тандалып алынган тема боюнча бардыгын айтып берүүнүн кажети жок, өз темаңар боюнча фокус тандап алгыла.

«Сүйлөгөн» сандар. Көңүл бургула, маалыматтар салыштырып тактоого мүмкүн болгондой жана кандайдыр бир окуяны айтып бергендей болушу керек. Эгер силер кандайдыр бир жалпы эле сандарды бере турган болсоңор, бул жөн гана толук эмес фактыларды келтирүү болуп калат. Эгер силер салыштырууга мүмкүн боло турган сандарды берсеңер, бул кандайдыр бир болуп жаткан процесстер жөнүндөгү окуяны айтып бере алат, окурманды ой жүгүртүүгө түртөт ж.б.

#### 5. Биз сандардын аркасынан эмнени көрбөй калышыбыз мүмкүн? Бардык тарап эрежелери

1-Эреже. Эгер кимдир-бирөө мени бул өтө жакшы нерсе деп ишендирүүгө аракет кылса, мен шектене баштайм.

Экономикада ак же кара гана түстөр болбойт, бардык нерсе эле же сөзсүз жакшы же сөзсүз түрдө эле жаман боло бербейт. Мисалы, Кыргызстанда мигранттар которгон акчалардын көлөмү өсүүдө. Акча каражатынын, айрыкча башка өлкөнүн валютасы менен сырттан келип жатышы, өндүрүшү чабал өлкө үчүн жакшы нерсе. Бирок, бул өлкө экономикасы үчүн кооптонууларды жаратышы мүмкүн. Маселен, башка өлкөлөрдөгү экономикалык абалга карата көз карандуулук, адам капиталынын чыгып кетиши, кыйыр түрдө бул ошондой эле өндүрүш эмес керектөөнүн өсүшүнө алып келиши ыктымал.

Же мисалга алсак, 2016-жылы КРда соңку 8 жылда биринчи жолу дефляция (бул инфляцияга тескери процесс, товарлар менен кызматтар арзандайт, баалар төмөндөйт, акчанын баалуулугу жогорулайт. «Дефляция» сөзү латын тилинен келип чыккан *deflatio* – үйлөө) катталган. Бийлик өкүлдөрү муну өкмөттүн жетишкендиги катары көрсөтүштү, көптөгөн ММКлар өз материалдарын даярдоодо мындай позитивдүү маанайды карманышты. Бирок, экономикалык көз караштан алып караганда, дефляция дайыма эле жакшы эмес, тактап айтканда, бул өлкөдөгү экономикалык активдүүлүктүн төмөндөгөнүн көрсөтөт. Дефляция, кээде ал тургай кризистин белгисинен кабар берет, анткени, кризисте адамдар акчаларын үнөмдөп, чыгымдарын кыскарта башташат, ага жараша өндүрүшчүлөр бааларды төмөндөтө башташат.

2-Эреже. *Мен өзүмдү түшүнүктөр боюнча чаташтырууга жол бербейм.*

Адатта экономика боюнча жыл жыйынтыгын чыгарууда, айрым көрсөткүчтөр бурмаланып калат, ийне-жибине чейин талдай келгенде, таптакыр башка картина чыгып калат.

Мисалы, Кыргызстанда түз инвестициялардын агымы көбөйгөнү айтылууда. Бирок келген инвестициялардын кандай бөлүгү иштеп жаткан долбоорлорго болгон реинвестиция экени жана экономиканын кайсы секторлоруна инвестициялар көп тартылып жатканы боюнча так айтылбайт. Эгер маалыматтарды тыкат ииликтей келсе, дайыма эле кубанаарлык көрүнүш боло бербейт.

3-Эреже. *Кошумча маалымат издейм.*

Экономикада баары эле так-таасын боло бербейт. Мисалы, эң белгилүү макроэкономикалык көрсөткүч болгон ички дүң продукциянын көлөмү дайыма эле жеке бир адамдын жашоосу боюнча түз кабар бербейт. Обьективдүү картинага ээ болуш үчүн



ички дүң продукциянын көлөмүн башка индикаторлор менен салыштырып көрүү керек. Мисалы, ички дүң продукциянын ар бир адамга бөлгөндөгү көрсөткүчү, жашоо деңгээлинин индекси, калктын сатып алуу жөндөмү, капиталдын жана адам ресурстарынын кириши жана чыгып кетиши.

#### *4-Эреже. Рейтингдер кандай түзүлөөрүн билем.*

Рейтингдер да дайыма эле реалдуу картинаны бере бербейт. Мисалы, Дйнөлүк Банктын Doing Business рейтингин толугу менен мыйзамдык базага, укуктук-нормативдик актылардын өзгөртүүлөргө таянат. Бирок Кыргызстан сыяктуу өлкөлөрдө мыйзамдык базаны жакшыртуу, дайыма эле бизнес жүргүзүү шарттарынын жеңилдешине алып келбейт. Кагаз жүзүндө эң сонун болушу мүмкүн, ал эми иш жүзүндө тоскоолдуктар алда канча көп болушу ыктымал.

“Мамлекеттердин атаандаштык жөндөмдүүлүгүнүн индекси” аттуу башка рейтинг бар, андагы маалыматтардын үчтөн бир бөлүгү бизнес өкүлдөрүнүн арасындагы сурамжылоолордон алынат.

#### *5-Эреже. Бизнес дагы билет.*

Кыргызстандын ММКларында бийлик өкүлдөрүнүн экономикалык процесстер жана бизнес чөйрөсү туурасында пикирлери менен комментарийлери басымдуулук кылат. Ошондой эле, көп учурларда журналисттер белгилүү бир эксперт-теоретиктерден комментарий алышат. Бирок, бул спикерлер тенденциялар жана процесстер туурасында боюнча теориялык гана маалыматтарга таянуу менен комментарий бере алышат, анткени алар рыноктун оюнчусу эмес жана дайыма эле чыныгы кырдаалды биле бербейт. Сырттан туруп көз салгандагы гана өз байкоолорун айта алышат. Мамлекеттик бийлик өкүлдөрү негизинен өтө субъективдүү көз карашта, анткени мамлекеттик саясаттын кызыкчылыгын жакташат. Картина толук болушу үчүн бизнес өкүлдөрүнүн пикирлери менен комментарийлерине да кайрылууну сунуштайбыз.

Экономикадагы процесстер менен тенденциялар көп кырдуу. Аларга ар тараптан карай турган өтө көп аспектилери жана кырлары бар. Процессти канчалык терең жана кылдат иликтеп, анын себептерин ачкан сайын, ошончолук сапаттуу материал келип чыгат.

### **6. Интервью – маалыматтын субъективдүү булагы. Бирөөнүн пикири маалыматтык себеп боло албайт.**

Кыргызстанда көп учурларда кайсы бир саясатчынын же мурдагы чиновниктин пикири же божомолдору жаңылык катары берилет. Мунун эмнеси туура эмес? Түшүндүрүп кетели. Бул кандайча ишке ашат?

Саясатчы пресс-конференция өткөрө турганын жарыялайт, анда өзүнүн жеке пикири же божомолдору менен бөлүшөт, кыйыр түрдө же ачык эле башкаларды кылмыш жасаган деп айыптайт. Андан ары журналисттер бул пикирди макала кылып жазат.

Башка вариант: депутат парламенттин трибунасынан жарыялайт, кайсы бир айылда, кайсы бир чиновниктин күнөөсү менен суу жок. ММК саясатчынын бул билдирүүсүн ретрансляция кылышат. Жаңылыктын мындай түрү маалымат агенттиктеринде кеңири тараган.

Бул пикир өз алдынча маалыматтык себеп боло албайт, бирок журналисттик иликтөө баштоого негиз болуп берет.

Натыйжада эмне болду?

Спикер өзү каалаган маалыматты өзүнө пайдалуу өңүттө таркатуу үчүн ММКларды пайдаланат, кайсы бир окуяларга карата өз көз карашынын популярдүүлугун арттырат. Натыйжада аудитория жаңылык иретинде бир адамдын версиясын алат, бирок ал окуянын маңызы көмүскө калат, ал болсо бир адамдын пикирине караганда алда канча көлөмдүү болушу мүмкүн.

Бул учурда журналист эмне кылышы керек?

Ал суроо берүүгө милдеттүү. Эмне үчүн бул туурасында азыр гана айтылып жатат? Ал адам укук коргоо органдарына арыз менен кайрылганбы? Эгер жазбаса, эмне үчүн жазган жок? Спикер айтып берип жаткан окуянын түпкү маңызын атайылап жашырып коюшу

мүмкүн. Эгер ага тактоочу суроолор берилбесе, анда журналисттин миссиясы аткарылган жок деп эсептесе болот.

*Журналист – катчы эмес.*

Журналисттин милдети айтылган сөздөрдү стенографиялап чыгуу эмес экенин түшүнүү өтө маанилүү. Саясатчылардын, саясат таануучулардын, мурдагы чиновниктердин жана башка көптөгөн спикерлердин бардык айтылган сөздөрү, ой-пикирлери жаңылык боло бербейт. Журналисттин милдети – анализдөө, салыштыруу, суроо берүү. Эгер спикер жөн гана өз пикирин же божомолдорун айтып жатса же кимдир-бирөөлөрдү айыптап жатса, бул сөзсүз түрдө эле жаңылык боло бербейт, эгер сөз сүйлөп жаткан адам президент болбосо. Бул учурда деле тактоочу суроолорду берүү керек, айтылган сөздөр кош мааниге ээ болбошу үчүн.

Эгер андай мүмкүнчүлүк жок боло турган болсо, сөзсүз контекст керек: спикер эмне деп жатат жана иш жүзүндө эмне болуп жатат. Түшүндүрмөдөн кийин сүйлөнгөн сөздүн редакцияланбаган вариантына шилтеме берип койсоңор болот, адамдар маалыматты кайра текшерип көрүп же аны маалыматтын булагы катары пайдалана алышат.

(Материал ОФ «Институт Медиа Полиси»)

#### **4. Визуализациянын онлайн-инструменттери**

Керектөөчүгө билдирүү жеткирүүнүн эң мыкты жолдорунун бири — визуализация, билдирүүнүн эң түпкү маңызына көңүлдү бурдурут. Анан дагы көрсөтмөлүү демонстрациянын аркасында таң калыштуу мыйзам ченемдүүлүктөрдү байкоого болот, алар адатта статистикалык маалыматтардын артынан байкалбай калат. Бактыга жараша, азыркы убакта акысыз программалык камсыздандыруу бар, анын жардамы менен муну оңой эле, ашыкча кыйналбастан жасоого болот.

Окуяны айтып берүүнүн көптөгөн жолдору бар, анын баары идеядан башталат. Ошондуктан, биз силерге баштоого жардам берели деп чечтик, маалыматтарды визуализациялоонун тармактагы бардык жеткиликтүү болгон мыкты инструменттерин тандап койдук.

1. Plotly <https://plot.ly>

Ийне-жибине чейин көрсөтүп бере ала турган графика түзүүгө мүмкүнчүлүк берет.

Бул ийкем тиркеменин жардамы менен диаграмма, презентация жана дашборддорду жаса. JavaScript, Python, R, Matlab, Jupyter жан Excel программаларынын жардамы менен сен анализ жүргүзө аласың, ошондой эле маалыматтарды импорттой турган бир канча поциялары бар. Визуализация библиотекасы менен онлайн режиминде диаграмма түзүү инструменти чынында эле кооз графиктерди жасаганга мүмкүнчүлүк берет.

2. DataHero <http://datahero.com>

Ар кандай сервистерден маалыматтарды бирдиктүү системага чогултуу үчүн бул тиркемени бардык адамдар пайдалана алышат. DataHero «облака» сервистеринен маалыматтарды чогултууга жана диаграммалар менен дашборддорду түзүүгө жол берет. Бул үчүн эч кандай кошумча техникалык жөндөм талап кылынбайт, ошондуктан бул команда менен бирге баары пайдалана турган эң сонун инструмент.

3. Tableau <https://public.tableau.com/s/>

Маалыматтар топтомдорун түзүп жана аны реалдуу убакыт режиминде бөлүшүүгө болот. Графика, диаграмма, карта жана башка көптөгөн функциялар менен жабдылган Tableau Public — маалыматтарды визуалдаштыруунун эң белгилүү инструменти, эң башкысы дээрлик бекер деп айтса болот. Пайдалануучулар маалыматтисистемага жеңил эле жүктөп, ал реалдуу убакыт режиминде кантип жаңыланып жатканына байкоо жүргүзө алат. Процессти тездетүү үчүн долбоордун башка катышуучулары менен биригип чогуу иш алып барганга болот.

#### 4. visual.ly

Маалыматтарды визуалдаштырууну болушунча жөнөкөйлөтөт.

Visual.ly — бул кошмо галерея жана инфографика түзүү үчүн инструмент. Ал маалыматтуу визуалдаштыруунун эң кооз опцияларын сунуштайт, ошондой эле натыйжаларды алмашууга платформасы бар. Бул жөн гана маалыматтарды визуалдаштыруу эмес, бул инфо-маньяктын кыялы!

#### 5. Canva <https://www.canva.com>

Canva — пайдаланууга жөнөкөй инструмент.

Катталуу: электрондук почта же Facebook, Google аккаунттары аркылуу катталууга болот. Сервисте дароо эле англис тили колдонулат, бирок профилдеги жөндөөлөр аркылуу орус тилине которуп алса болот. Маалымат берүү жана окутуучу материалдары англис тилинде гана берилген, бирок сервистин өзү абдан түшүнүктүү.

Эң негизги кнопка «дизайн жаратуу». Ошону мене ниш башталат. Сервистин акысыз версиясы полотнонун өлчөмүн өзгөртүүгө болбойт, ошондуктан сунушталган варианттарды гана пайдаланууга мүмкүнчүлүк бар.

Макет катары акысыз макеттердин ичинен каалаганын пайдаланса болот же өзүнчө элементтердин жардамы менен – фон, текст, фигура, шрифттин аркасында өзүбүз дизайн жарата алабыз. Акы төлөнчү версиясында буга чейинки макеттерди пайдаланууга болот жана аларды бөлүү ыңгайлуу болгондой кылып өзүнчө папкаларда кармоого болот. Макетти каалагандай кылып өзгөртсө болот: каалаган шрифт, түс тандоого, элементтерди алып же кошуп.

Тиешелүү сүрөт жаралгандан кийин аны өз компютериңерге jpg же png форматында көчүрүп алып же галереяда сактоого болот, кийинчерээк ага кайра кайрылып дагы улантып же өзгөртүүгө болот.

#### 5. Кыргызстан кантип акча табат

Төлөм балансы – мамлекеттен мамлекетке өтүп турган төлөм түрүндөгү акча каражаттарынын кыймылы. Башкача айтканда, мамлекеттин сырткы дүйнө менен эсептеше турган «төлөм ведомосту», анда өлкөгө кирген жана андан чыккан бардык чет өлкөлүк валюталар катталып турат.

Төлөм балансы экспорттон жана импорттон куралат, төлөм балансын жүргүзүүгө сырткы карыз жана грант түрүндөгү валюталык агымдар жана мигранттардын которгон акчалары таасир берет.

Көз карандысыздыкка ээ болгон бардык жылдары эле биздин өлкө сатканга караганда көп сатып алат. Сырткы инвестициянын агымы да кубантаарлык эмес. Акыркы жылдары ал да төмөндөп бара жатканы байкалат. Ошентип, Кыргызстандын төлөм балансы эмнеден куралат?

Биринчиден, оң төлөм балансы Кыргызстандын жыл сайын өсүп бараткан сырттан алган карыздарынын эсебинен камсыз болуп келет. Ошондой эле аны эмгек мигранттар которгон акча каражаттары камсыз кылууда, орточо эсеп менен бир жылда 1 млрд. доллар жөнөтүлөт.

*Төлөм балансы эмнеге таасир этет?*

- Алтын-валюталык резервдин кыскарышы.

- Сырткы рынокто насыялардын кымбатташы, анткени өлкөнүн төлөө жөндөмү төмөн, демек ага карыз берүү кооптуу деген маанайды жаратат.

- Улуттук валютанын курсунун төмөндөшү, натыйжада чет өлкөлүк валютанын агымы кыскарат, анткени өлкө тапканага караганда акчаны көп коротот.
- Инфляция өсөт, анткени улуттук валюта начарлайт.
- Инвестициялык жактан кызыгуу жаратпай калышы – натыйжада капиталдын сыртка агылышы. Төлөм балансы начар болгон өлкө инвестициялык жактан кызыгуу жаратпай калат, анткени ишенимдүү инвесторлор үчүн мындай рынок кооптуу болушу мүмкүн. Ошондуктан рынокко репутациясы анча жакшы эмес инвесторлор келет, алардын максаты тез акча табуу, мисалы тоо-кен тармагына. Жыйынтыгында бул өлкөдөн капиталдын чыгып кетишине алып келет.

#### *Төлөм балансын кантип жакшыруу керек*

Өлкөнүн төлөм балансы начар болгондо, адатта бийлик төлөм балансы боюнча көрсөткүчтөрдү жакшыртуу үчүн бир нече белгилүү бир кадамдарга барышат. Андай амалдардын бири – өлкөнүн экспорттук потенциалына колдоо көрсөтүү жана экспорттун көлөмүн көбөйтүү. Бул төмөнкү шарттарда мүмкүн:

- Негизги (учеттук) ставканы өзгөртүү, адатта төмөндөтүлөт. Бул учурда насыялар боюнча ставкалар төмөндөйт, акча кыймылынын аркасында экономикада жандануу башталат. Өндүрүүчүлөр финансы жеткиликтүү болуп калгандыктан активдеше башташат. Ставкалардын төмөндөшү улуттук валютанын курсуна таасир бериши мүмкүн, курс төмөндөйт, демек өндүрүүчүлөрдүн чыгымдары да төмөндөйт, бул алардын продукцияларын баасы боюнча атаандаштыкка жөндөмдүү кылат.
- Муну менен бирге бажы саясатын тескөө дагы пайдаланылат, адатта жергиликтүү өндүрүүчүлөрдү шыктандыруу үчүн, импорт ташып келүү шарттары катаалдашат. (ЕАЭС).
- Салык системасын жеңилдетүү. Мисалы, бири-бирин кайталаган салыктар жоюлат, салык ставкалары төмөндөтүлөт, ушундай жол менен экономикалык активдүүлүк өсөт, бюджетке акча түшүүлөр дагы көбөйөт (Грузиядагы реформалар).
- Бул кадамдардын аркасында өлкөдөгү инвестициялык климат жакшырат, бул болсо капиталды келген агымынын өсүшүнө алып келет.

#### *Адатта Кыргызстан кандай аракеттерге барат?*

- Өлкөнүн төлөм балансы жакшы абалда сакталышы үчүн бийликтегилер улам көп карыз алышат, эл аралык институттарга кайрылып грант сурашат. Көп учурларда өлкө үчүн пайдасыз болгон насыялык макулдаштыктарга бюджеттеги ушул таптагы таңсыктыгын толтуруу үчүн кол коюлат (Кытай).
- Мамлекет эмгек мигранттарына үмүт кылат, Кыргызстандан ошол эле Россияга кеткен мигранттардын агымын көбөйтө турган келишимдерди түзөт. Муну менен бирге өкмөт мигранттардын которгон акчаларынын көбөйгөнүн ийгилик катары көрсөтүшөт, Бирок ошол эле учурда өлкө арзан жумушчу күчүн – адамдык капиталды экспорттогон өлкөгө айланып жатат.
- Терс төлөм балансы мамлекеттик бюджетке олуттуу таасир этиши мүмкүн. Андыктан бийлик бюджетти толтуруу максатында бизнеске болгон кысымды күчөтөт, салык ставкаларын көбөйтүү үчүн мыйзамдарды иштеп чыгышат, жаңы салыктар түрлөрүн ойлоп табышат. Ал тургай чукул түрдө бюджетти толтуруу үчүн ири салык төлөөчүлөрдөн салыктарды аванс иретинде жарым жылга алдыга чогултуп алган тажрыйбасы дагы кездешет. Төлөм балансы төмөн болгон учурларда мамлекеттик органдар тарабынан текшерүүлөр күчөп, айыптар салына баштайт ж.б..

#### **6. Бизнес-журналистиканын негиздери**

Өлкөдө экономикалык журналистика өтө начар өнүккөн, бизнес-журналистика туурасында айтпай эле коелу. Өлкөдөгү бардык эле ири ММКлардын экономика бөлүмдөрү жок, негизинен материалдардын басымдуу бөлүгү саясий жаңылыктарга арналган.

Көп учурда, кайсыл теманы экономикалык жаңылыкка киргизүүгө болот, эмне бизнес-жаңылык деп эсептелээрин биле бербей, редакторлордун түшүнүктөрү жетишсиз.

Мисалы, белгилүү бир экономисттин некрологун өлкөдөгү алдыңкы ММКлардын бири жаңылыктардын экономикалык бөлүгүнө жайгаштырган.

Айрым ММКлар үчүн экономика – бул валюта курстары, мамлекеттик карыз, коррупция менен күрөш туурасындагы жаңылыктар. Дагы бир кызыктуу жагдай, айрым ММКлардын «Бизнес» бөлүмүнөн биз бизнес жаңылыктарын таппайбыз, анын ордуна PR-материалдар орун алган, бул бизнес-журналистика деген түшүнүктүн маанисин түп-тамырынан бери бурмалайт.

Эгер ММКлар жазбаса, бул бизнес чөйрөдө эч кандай жаңылык болгон жок дегенди түшүндүрбөйт. Кээде биз дүйнөдөгү алдыңкы медиадан Кыргызстан жөнүндө бизнес жаңылыктарды жолуктуруп калабыз.

Албетте, суроо жаралат: «Маалыматты, жаңылыктарды кайдан алса болот?» Анткени алар парламенттин же өкмөттүн жыйындары сыяктуу жарыяланбайт. Бул жерде маалымат булактары менен иштөө өтө маанилүү.

Бизнес-коомчулугу жана жеке сектор өкүлдөрү менен нетворкинг түзө билүү жана аны туура максатта колдонуу зарыл.

*Ошондой эле тренддерге жана тенденцияларга байкоо сала жүрүү керек.* Өлкөдө боло турган бардык бизнес-ивенттерге катышууга аракет кылуу. Мындай иш чаралардан бизнес чөйрөдөгү жаңылыктар, жетишкендиктер жана көйгөйлөр туурасында билип алууга болот.

Кыргыз журналистикасынын дагы бир көйгөйү, көптөгөн журналисттер жана редакторлор компаниялардын аттарын атагандан коркушат, анткени алар ал бизнес-субъектини рекламалап жатабыз деп ойлошот. Көп учурда реклама менен бизнес-жаңылыктын айырмасын билишпейт. Айрым учурларда журналист рекламалык эмес материал жаратып жатып, PR-материал берип алышы мүмкүн. Мисалы, депозиттик продуктулар жөнүндө финансылык сабаттуулук боюнча материал даярдоодо бир банктын атын атоо, кыйыр түрдө аудиториянын ошол банкты тандоосуна таасир этиши мүмкүн. Ошондуктан, экономикалык темаларга материал жасоодо журналист кайсы жерде компаниянын атын атоого болот же кайсы жерде болбой турганын так билиши керек.

Бизнес-журналистикада компаниялардын атынын аталышы окурмандардын кызыгуусун жаратып, силердин материалдарына карата алардын ишенимин пайда кылышы мүмкүн. Мисалы, инвестициялык компания жөнүндө материал жасап жатканда, белгилүү бир компания белгилүү бир брэнддеги ресторандар тармагына инвестиция салганын айтуу менен, силер аудиториянын көңүлүн бура аласынар, окурман же көрөрман, тааныш брэнддин атын окуп, кызыгуусу артат жана ал материалды аягына чейин окуйт.

Дагы бир мисал: валюта рыногундагы кырдаалды жазып жатканда, силерге сүйлөп берип жаткан спикердин кайда иштээрин көрсөтсөңөр, адаттагыдай «эксперт» же «экономист» дегендин ордуна, мисалы кайсы бир банктын бөлүм башчысы деп берсеңер, бул силердин материалга болгон ишенимди арттырат.

*«Бул маалыматтык баракча «Экономикалык журналистика клубунун» долбоорунун алкагында Кыргыз Республикасындагы АКШ Элчилигинин Демократиялык комиссиясынын каржылык колдоосу менен даярдалган. Бул жерде келтирилген сунуштар, корутундуулар жана пикирлер, авторлордун оюн гана билдирет. АКШ мамлекеттик департаментинин коз карашына дал келбеши мүмкүн»*