

# «Обеспечение плюрализма и сбалансированности русскоязычного медиапространства»

Анализ перспективности русскоязычных медиапроектов в странах Восточного Партнерства и за его пределами  
Подготовлен Европейским Фондом за Демократию (ЕФД)

## Краткое содержание и рекомендации

### Введение

Европейский фонд за демократию (ЕФД) подготовил исследование, в котором проанализировал аудиторию, контент, правовую и бизнес-среду, а также угрозы для безопасности русскоязычных СМИ в странах Восточного партнерства (Азербайджан, Армения, Беларусь, Грузия, Молдова и Украина) и за его пределами – в том числе в России и странах Балтии. В ходе подготовки исследования проводились консультации с более чем 150 медиаэкспертами и представителями СМИ. Процесс подготовки документа под названием “Анализ перспективности русскоязычных медиапроектов в странах Восточного партнерства и за его пределами” начался в январе 2015 года в рамках проекта, профинансированного правительством Нидерландов при участии правительства Латвии.

*Предпосылки исследования:* Объективные и достоверные новости и информация, критически оценивающие любую власть, являются краеугольным камнем любой демократической системы. Если доступ к альтернативным источникам информации ограничен, демократия находится под угрозой. Поляризация, искажение фактов и дезинформация доминируют в прокремлевских СМИ, доступных миллионам русскоговорящих в Европе и за ее пределами. Русский язык не должен использоваться в качестве инструмента, разделяющего общество.

*Цель:* Предложить ряд практических решений, позволяющих поддержать и укрепить независимые, разнообразные и основанные на демократических ценностях русскоязычные СМИ в странах Восточного партнерства и за его пределами.

*Контекст:* Растущее влияние прокремлевских голосов в СМИ как на Востоке, так и на Западе, наблюдалось в течение более десяти лет. Данный процесс был предметом исследований политологов и медиаэкспертов, однако до присоединения Крыма к России и конфликта на Востоке Украины он оставался без пристального внимания со стороны европейских лидеров и общественности. Эффект, который прокремлевские СМИ оказывают на аудиторию, является серьезным вызовом для уже действующих и новых независимых СМИ, и в то же время открывает для них новые возможности.

Чтобы дать достойный ответ доминированию прокремлевских СМИ, необходимо предпринять серию **скоординированных, экономически эффективных действий** по поддержке **сотрудничества** как между существующими независимыми русскоязычными СМИ, так и **между донорами, оказывающими им поддержку**. Тесная координация донорских усилий позволит профинансировать предлагаемые исследованием модели, которые включают в себя **партнерство по обмену новостями (кооперативное новостное агентство), платформу по обмену не-новостным контентом**, а также **образовательно-исследовательский центр**.

Описанные выше элементы, в свою очередь, помогут создать критическую массу высококачественного медиа-контента, который со временем может стать основой для **межрегиональной платформы распространения русскоязычного мультимедийного контента**. Скоординированные действия в этой сфере заполнят нишу, образовавшуюся в результате недостатка плюралистических и сбалансированных новостей, а также высококачественного не-новостного контента на русском языке – например, документальных фильмов, развлекательных программ и сатиры.

Работавшие над исследованием эксперты предложили пять структурных элементов, или «строительных блоков» (см. стр 6), каждый из которых может быть воплощен самостоятельно либо в как часть более глобальной, интегрированной структуры. Данные элементы имеют все предпосылки к тому, чтобы приостановить и обратить волну репрессий и пропаганды, подавляющую плюрализм в современных русскоязычных СМИ.

## Методология

### Предмет исследования

Предметом исследования были русскоязычные группы населения в большинстве стран бывшего Советского Союза. Были определены общие характеристики различных сегментов аудитории русскоязычных СМИ, знание которых необходимо для понимания механизмов влияния прокремлевских СМИ на тех, кто говорит по-русски.

Основными исследуемыми каналами распространения СМИ в отчете являются телевидение и Интернет (в том числе, мобильные технологии), так как именно эти каналы доминируют на рынках и предоставляют максимальные возможности для независимых русскоязычных СМИ. Исследование также затронуло такие важные каналы, как радио и печатные СМИ, рассматривая с точки зрения тенденции перехода на цифровые платформы, позволяющие консолидировать и наращивать аудиторию.

## Процесс подготовки исследования

С февраля по апрель 2015 года был проведен ряд круглых столов, в ходе которых медиаэксперты, представители СМИ, неправительственных организаций и доноров обменивались информацией и опытом. Кроме того, исследование проанализировало качественные данные, полученные из глубинных интервью, которое авторы текста провели с экспертами и представителями СМИ. В целях написания отчета были приобретены данные из исследований, уже проведенных значимыми для региона и сектора компаниями, а также заказаны дополнительные материалы.

В отчете собраны коллективные знания, полученные от широкого ряда авторов, обладающих как тематической, так и региональной экспертизой по данной широкой и сложной теме.

## Главные выводы

### Падение доверия

Многие телевизионные каналы, вещающие из России, демонстрируют возрастающую тенденцию к сенсационности, упрощению, искажению, кооптированию и маргинализации информации, что противоречит общечеловеческим ценностям и принципу достоверности журналистики.

Однако и государственные, и негосударственные СМИ за пределами России часто неспособны убедить зрителя в большей достоверности своих программ. Существует множество примеров, когда населению в ответ предлагается хорошо срежиссированная «контр-пропаганда», а не достоверные и правдивые новости. Одним из главных выводов исследования аудитории является **стабильное падение доверия большинству СМИ** вне зависимости от жанра или принадлежности.

Это требует решений, которые поддержат ценности **независимой, осуществляющей контроль за властью журналистики**, а также поддержат производство новостей, освещающих местные, национальные и международные темы.

## Раздробленная и «привязанная» аудитория

Русскоязычная аудитория чрезвычайно разнообразна – точно так же, как разнообразна и культурная, социальная и экономическая среда в странах, где проживают русскоговорящие. Поэтому создание некоего единого для всех, не связанного с другими СМИ межрегионального канала или продукта само по себе было бы недостаточным и не ответило бы на нужды и потребности различных сегментов аудитории.

Многие прокремлевские СМИ предлагают высококачественный коммерческий продукт, который «привязывает» аудиторию к экранам в том числе за счет своей эмоциональной притягательности и служит приманкой для просмотра новостного контента. Старшее поколение русскоязычных все еще испытывает глубокую ностальгию по советскому прошлому, что делает «исторические» фильмы и документальное кино чрезвычайно притягательными: они создают новую альтернативную версию прошлого. Кроме того, прокремлевские СМИ играют на чувстве утерянной гордости за «великую страну» среди части русскоязычной аудитории (особенно за пределами России).

## Как завоевать аудиторию

Серьезным вызовом в данной ситуации является, с одной стороны, расширение группы населения, которая испытывает потребность в независимых новостях, а с другой стороны – адекватный ответ на нужды и запросы той части аудитории, которая уже сейчас ищет альтернативные источники информации. Для этого необходимо применять **инновационные стратегии и форматы**, включая современные подходы к документалистике и сатире, и раскрывать темы, которые в настоящий момент слабо представлены в телепрограммах популярных среди русскоязычного населения телеканалов.

Поэтому, с одной стороны, необходимо рекламировать доступ к существующим независимым СМИ и продвигать медиаграмотность среди широкой

аудитории, а с другой – помочь независимым СМИ более эффективно достичь своей целевой аудитории и со временем укрепиться на рынке.

Это потребует более глубинного и постоянного сбора и исследования данных о рынке и о потреблении СМИ русскоязычной аудиторией.

## Слабая освещенность местных тем

Еще одним важным выводом исследования стала потребность – как минимум в нескольких странах – в **большем количестве местного контента (на уровне страны, города или региона)**. Новостные и политические программы, транслируемые российскими федеральными телеканалами, а также материалы прокремлевских сайтов практически полностью сосредоточены на сюжетах международного уровня (в первую очередь, о конфликте в Украине). При этом в них сравнительно мало уделяется внимания внутригосударственным проблемам либо проблемам жителей других стран, в которых проживают русскоговорящие. В то же время местные телепрограммы и онлайн-ресурсы часто представляют довольно ограниченный выбор освещаемых тем национального и местного характера.

В связи с этим следует обратить особое внимание на **поддержку СМИ, производящих и распространяющих важный для местного населения контент** как в новостных, так и в не-новостных жанрах. Это позволит со временем вернуть доверие к независимым СМИ, а также заполнить ниши, образовавшиеся в результате недостатка местной тематики в прокремлевских СМИ.

## Вопрос выживания

Несмотря на существование в регионе ряда независимых медиаструктур, многим из них критически не хватает ресурсов. Это, в свою очередь, не позволяет им приобретать или производить высококачественный контент и распространять свой контент на широкую аудиторию. Бизнес-возможности новых и уже существующих альтернативных медиа-инициатив ограничены по всем

направлениям и на всех экономических уровнях: местном, национальном, региональном и мировом. В некоторых странах региона рынок деформирован из-за политики ограничений со стороны правительства по отношению к независимой прессе.

Это не означает, что новые инициативы вынуждены полностью отказаться от бизнес-перспектив. Однако условия для стабильных, исключительно коммерческих операций в большинстве случаев отсутствуют либо слабо выражены. Более того, иностранные инвестиции в медиа за последние годы снизились по всему региону. И хотя некоторые доноры поддерживают независимые СМИ напрямую или посредством общественных организаций, работающих в сфере медиа, этой поддержки недостаточно. Исследование подтверждает необходимость **координации усилий и более долгосрочного подхода к поддержке независимых СМИ региона.**

## Обеспечение безопасности

Некоторые страны, в том числе Россия, все более пристально и серьезно контролируют СМИ. Независимым журналистам ежедневно угрожают репрессиями, преследованием, тюремными сроками, а также физическими и Интернет-атаками. Данный отчет предлагает ряд мер, которые можно предпринять для усиления защиты журналистов с помощью специализированных тренингов и разработки протоколов безопасности. Кроме того, отчет предлагает создание **сети, которая с помощью различных механизмов и инструментов сможет отражать атаки на СМИ и с помощью международной солидарности поможет пролить свет на репрессии в адрес СМИ и журналистов.** Это намного усложнит преследование журналистов властями, которым будет не так легко «заглушить» независимые СМИ репрессиями.

## Объединение усилий

Имеющийся опыт подсказывает, что крупные инвестиции в отдельные каналы связаны со значительными рисками из-за ограничений рынка и политической нестабильности. В то же время, **разрозненные, не связанные между собой проекты едва ли способствуют долгосрочному плюрализму.**

В связи с этим рекомендации исследования направлены на укрепление сотрудничества как уже существующих, так и новых медиа-инициатив. Инфраструктура сотрудничества, предлагаемая данным исследованием, может применяться различными структурами и рынками, заинтересованными в производстве высококачественного контента и его распространении как на межнациональную, так и на местную аудиторию.

Несмотря на значительную эмоциональную притягательность прокремлевского телевидения, потребность в альтернативном медиапродукте – особенно в онлайн-сфере – существует. Мы не предполагаем, что рекомендации, приведенные в данном отчете, позволят найти некое всеобъемлющее решение обозначенных выше проблем, однако они могут значительно облегчить процесс воссоединения независимых СМИ с их аудиторией и восстановления доверия. Этого можно достичь прежде всего за счет предоставления правдивой и точной информацией и сбалансированных точек зрения на различных платформах и в различных форматах.

Кроме того, важно поддерживать инновационные механизмы распространения медиапродукции, которые позволят завоевать аудиторию, в настоящее время не являющуюся потребителями контента независимых СМИ; развивать критическое мышление с помощью медиаграмотности и образовательных инициатив; предоставлять тренинги, финансовую и иную поддержку как вновь создаваемым, так и уже существующим независимым СМИ на всех уровнях.

## Рекомендации

### Структурные элементы

В основе рекомендаций данного исследования лежат **пять структурных элементов** («строительных блоков»), объединенных единой координирующей стратегией:

1. Региональный **«новостной центр» (news hub), который следует принципам справедливости, точности и бдительности.** Для реализации этой модели необходимо создать сеть партнеров, распространяющих высококачественные новости на более широкую аудиторию во всех регионах и по всем каналам. Такое партнерство позволит заполнить нишу, возникшую после ликвидации структуры агентства РИА Новости в 2013 году.

Задача такого центра – облегчать и поощрять распространение новостного контента, результатов совместно проводимых журналистских расследований, обеспечивать доступ к секретной информации и видеотеке, оперативное редактирование и перевод материалов. Такой центр может функционировать и как «первичная» модель агентства новостей для сбора информации от гражданских журналистов и от стрингеров. Центр будет сотрудничать с различными независимыми медиа, которые могут становиться его членами или представительствами на местах, с целью распространения и обмена новостями местного, национального, регионального и международного масштабов.

2. **Платформа обмена контентом («фабрика контента»),** которая будет поддерживать производство и распространение высококачественных программ на телевидении и в сети Интернет, делая при этом акцент **на контенте, отражающем местные проблемы и местную специфику.**

Как и новостной центр, данная платформа должна в первую очередь быть основана на партнерстве, позволяя делиться и совместно производить контент с фокусом на документалистике и развлекательных передачах, основанных на фактах, а также художественных фильмах и социальных реалити-шоу. Данная платформа может как заказывать создание нового контента, так и покупать его, и тем самым развивать рынок русскоязычного медиаконтента.

3. Русскоязычный **«центр медиа-мастерства»,** призванный координировать усилия государственных, неправительственных и образовательных организаций в области исследования рынков, медиамониторинга, внедрения программ медиаграмотности, профессионального обучения журналистов, и обмена опытом.
4. *В дополнение* к трем перечисленным выше элементам следует создать **фонд пакетного финансирования,** который позволит накопить критическую массу финансирования, необходимого для этих структурных элементов. Данный фонд должен скоординировать работу доноров и неправительственных и коммерческих организаций, поддерживающих СМИ в регионе. В то же время, такой фонд не должен ограничиваться поддержкой только новых инициатив.
5. *Надстройкой* над тремя основными «строительными блоками» может стать **платформа распространения мультимедийного контента,** которая позволит распространить создаваемые новостным центром и «фабрикой контента» материалы на более широкую аудиторию. Данная платформа будет представлять собой международный / общерегиональный бренд и будет распространять контент как с помощью **линейного канала** телевидения на различных платформах, так и с помощью распространения **отдельных элементов контента** по запросу

## Более, чем платформа

С точки зрения аудитории, «платформа распространения мультимедийного контента» может выглядеть как **межрегиональный телеканал плюс Интернет-бренд**. Однако за счет того, что данная платформа будет основана на сотрудничестве и партнерстве других СМИ, она не потребует инвестиций такого масштаба, как потребовало бы создание традиционного телеканала. Платформа будет доступна потребителям на различных цифровых площадках и будет основана на принципе экономической эффективности, рыночных подходах и сотрудничества; все это будет основано на современных цифровых технологиях. Иными словами, программы данного «канала» будут доступны любым сегментам потенциальной «новой» аудитории там, где эта аудитория привыкла получать контент: в мобильных приложениях, онлайн-стриминге либо партнерских СМИ. В конце концов, новый бренд сможет конкурировать с существующими прокремлевскими каналами.

## Решение, поддерживающее существующие русскоязычные СМИ

Предлагаемая исследованием модель поддержки русскоязычного медиаконтента отвечает как на обеспокоенность скептиков, так и на надежды сторонников создания нового межрегионального канала. Для эффективной работы новой платформы необходимо предпринять ряд мер, которые будут стимулировать сотрудничество, а не конкуренцию нового бренда с уже существующими независимыми СМИ. Тем самым будет создана «добавочная стоимость» для этих СМИ, которые смогут продвигать свой контент и бренд на новых платформах и для новой аудитории.

## Гибкость предлагаемых решений

Хотя максимальный эффект будет достигнут в случае скоординированной реализации всех пяти основных предлагаемых рекомендаций, каждый элемент стратегии можно реализовывать отдельно и постепенно. Новостное партнерство со временем может трансформироваться в полномасштабное информационное агентство, «фабрика контента» на более поздней стадии может добавить программу закупки медиаматериалов; затем оба этих элемента могут создать основу для платформы распространения мультимедийного контента и межрегионального канала.

**Первые шаги потребуют минимальных затрат времени и ресурсов.** Уже в течение ближайшего года можно создать небольшую сеть обмена новостями, состоящую из трех-четырех наиболее влиятельных СМИ региона; «центр» обмена контентом, объединяющий нескольких независимых продюсеров; команду экспертов, которые начнут консолидировать информацию о потребностях в обучении и исследованиях для СМИ региона. ■