

«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 медиаинициатив 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. ■