

СМИ – лидеры и аутсайдеры

В России достигнут рекордный уровень расслоения регионов по уровню развития СМИ. Таков главный вывод доклада, подготовленного фондом «Медиастандарт» и Комитетом гражданских инициатив Евгения Ясина совместно с исследовательской группой ЦИРКОН.



Неоднородность отечественной медиасферы эксперты связывают с серьезным разрывом в финансировании СМИ: регионы-лидеры тратят на них в 100 раз больше аутсайдеров.

Для расчета MSindex использовались 48 различных индикаторов, разделенных на пять частных индексов: состояние среды для работы средств массовой информации; влияние власти, бизнеса, общественных организаций на работу СМИ; доступ аудитории к каналам потребления, реальное потребление и запросы на информацию; состояние самих СМИ; состояние медиаконтента. По результатам исследования регионы были разделены на четыре класса. Рейтинг А получили 11 наиболее развитых регионов, среди которых лидируют Москва, Санкт-Петербург, Свердловская и Московская области. Рейтинг В был присвоен 30 регионам со средним уровнем развития СМИ, рейтинг С – 31 региону с недостаточным уровнем развития СМИ, рейтинг D – 13 регионам с наименьшим уровнем развития СМИ.

Исследование показало: в тех регионах, где бизнес, власть и общество активнее влияют на СМИ, наблюдается и более качественный контент медиа. Важный тренд за годы наблюдений – возрастающее расслоение регионов по состоянию медиасферы. «То есть Москва – лидер на протяжении всех лет – оказалась как никогда высоко, – отмечает директор фонда «Медиастандарт» Дмитрий Казьмин, – а последний регион (в 2018 году – Тыва) как никогда низко». Это заметно, в частности, по уровню трат региональных бюджетов на поддержку СМИ. Всего в 2018 году регионы заложили на поддержку СМИ 45,6 млрд руб.

Самый низкий показатель – в Пермском крае (11 руб на одного жителя), самый высокий – в Ямало-Ненецком автономном округе (5087 руб). На Москву приходится 28% расходов региональных бюджетов, в расчете на каждого жителя столичный бюджет тратит чуть более 1000 руб.

Среди частных индексов наибольшее расслоение между регионами – по уровню медиаконтента, а наименьшее – по состоянию аудитории. Другими словами, аудитория разных регионов оказалась более однородной, чем остальные аспекты медиасферы. «Поэтому плохое состояние медиасферы, самих медиа в регионе нельзя оправдать словами «у нас люди другие», – говорит Казьмин. – Они, мол, не доверяют журналистам, не желают получать информацию из альтернативных источников, не запрашивают качественный контент. Качества аудитории в разных регионах отличаются меньше, чем экономическая ситуация, качество местных медиа или уровень влияния региональных властей и бизнеса на СМИ».

Массовые опросы, проведенные по заказу «Медиастандарта», показали, что для 75% россиян телевидение остается самым популярным каналом информации. На втором месте Интернет (48). Тройку лидеров замыкает печатная пресса (19).

Исследовалась также степень доверия к различным источникам информации. Здесь заметен резкий рост показателей у неформальных медиа. Например, информации в YouTube доверяет 12 опрошенных, каналам в Telegram – 4 (среди молодежи – втрое больше). В целом уровень доверия населения к СМИ в большинстве регионов России пока не опускается ниже 50 процентов. При этом телевизор смотрят все меньше жителей страны. Например, в Архангельской области число жителей, потребляющих телевизионный контент, уменьшилось почти в два раза – с 55% до 30%. Заметное снижение наблюдается в Санкт-Петербурге – с 44% до 33%, в Крыму – с 56% до 40%, в Свердловской области – с 57% до 43%. Авторы исследования предполагают, что эта тенденция связана с уходом аудитории в другие медиа, в том числе в социальные сети.

В целом уровень доверия населения к СМИ в большинстве регионов России пока не опускается ниже 50%

Половина населения в целом доверяет средствам массовой информации. Самый высокий уровень доверия зафиксирован на Ямале (73%), в Севастополе (75%) и в Крыму (78%), самый низкий – в Ингушетии, Москве и Тамбовской области (58%). Причем оказалось, что в большинстве регионов местным СМИ доверяют больше, чем федеральным. По этому показателю лидируют Москва (61% против 58%), Санкт-Петербург (68% против 60%), Московская область (60% против 59%). Самый высокий уровень доверия к региональным СМИ зафиксирован в Свердловской и Воронежской областях (79%), Чечне (78%) и Тюменской области с Ямало-Ненецким и Ханты-Мансийским автономными округами (77%). Лишь в 19 регионах (среди них Калмыкия, Тыва, Севастополь) показатель доверия к федеральным СМИ выше, чем к региональным.

Согласно опросу, растет число россиян, постоянно, часто или достаточно часто встречающихся в СМИ с заведомо ложной информацией или попыткой навязать определенную точку зрения. Большинство из тех, кто встречается с не заслуживающим доверия контентом, пытается его проверить в других источниках. В разных регионах таких потребителей информации от 71% до 86%. При этом, по данным Фонда «Общественное мнение», более 70% россиян считают, что допустимо умалчивать или искажать информацию в СМИ, почти 40% граждан говорят, что не нужно обнародовать малоизученные и неизвестные факты истории Великой Отечественной войны, потому что это «нанесет ущерб патриотическим чувствам».

При всей разнородности отечественной медиасферы, где ощутим большой разрыв между лидерами и аутсайдерами, аудитория СМИ в различных регионах начинает обнаруживать общие черты. Она мало-помалу избавляется от безоговорочного доверия ко всему, что вещают по телевизору или пишут в газетах, и все чаще способна отличить правдивую информацию от ложной.