

ДЕКАБРЬ 2017



ОБЩЕСТВЕННАЯ ПАЛАТА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Общественная палата
Российской Федерации
PUBLIC CHAMBER OF THE RUSSIAN FEDERATION

Комиссия по развитию информационного сообщества,
СМИ и массовых коммуникаций

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЗАПИСКА об итогах мониторингового исследования региональных СМИ



Комиссия по развитию информационного сообщества,
СМИ и массовых коммуникаций

Аналитическая записка об итогах мониторингового исследования региональных СМИ

Комиссия Общественной палаты Российской Федерации по развитию информационного сообщества, СМИ и массовых коммуникаций провела мониторинговое исследование региональных средств массовой информации.

Задачи исследования – выявление состояния, проблем и тенденций развития медиаотрасли в российских регионах. Исследование проводилось при поддержке общественных палат субъектов Российской Федерации и компании «Медialogия».

Всего в исследовании приняли участие более 450 СМИ из 67 российских регионов. Более половины выборки составили печатные издания, четверть – Интернет-издания, а также теле и радиокomпании.

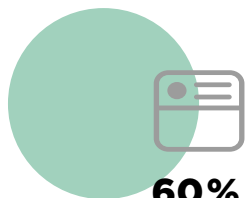


450 СМИ
приняли участие
в исследовании

По оценкам опрошенных руководителей СМИ, на сегодняшний день наиболее остро для региональных медиа стоят проблемы квалифицированных кадров и стабильного финансирования.

59% опрошенных представителей СМИ в качестве основной проблемы региональных медиа отмечают недостаточную квалификацию журналистов. С этим связан и недостаточный уровень использования СМИ в повседневной деятельности Интернета и социальных сетей. Только 60% опрошенных изданий имеют собственный сайт, 17% и 6% взаимодействуют с аудиторией через ВКонтакте и Фейсбук, менее 1% используют Ютуб и Инстаграм. Не используют в продвижении Интернет 7% участников исследования.

Использование СМИ Интернета и социальных сетей



60%

имеют
собственный
сайт



17%

взаимодействуют
с аудиторией
через ВКонтакте



6%

взаимодействуют
с аудиторией
через Фейсбук



7%

не используют
Интернет

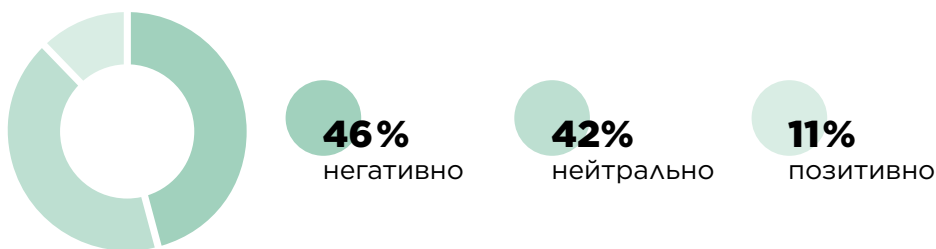


<1%

используют
Ютуб
и Инстаграм

Финансовую устойчивость своего СМИ на ближайшие 2 года негативно оценивают 46%, нейтрально – 42%. И всего 11% опрошенных смотрят на ближайшие перспективы позитивно. При этом для более чем половины региональных медиа основным источником финансирования являются доходы от рекламы. Всего 7% всех СМИ (12% от опрошенных печатных СМИ) ориентируются на доходы от подписки.

Оценка финансовой устойчивости своего СМИ в перспективе 2 лет



Более четверти СМИ активно используют средства государственной поддержки (напрямую из бюджета или в рамках госконтрактов и грантов). Только 11% опрошенных считают доступной возможность получения государственных грантов для СМИ. А 68% оценивают доступность грантов (информационную открытость, процедуру подачи заявки, отчетность) как сложную или очень сложную.

Гранты для СМИ



Представители печатных муниципальных изданий (распространяются на территории одного или нескольких муниципалитетов) также особо выделили такие проблемы, как административное давление и падение тиражей.

Более половины участников исследования регулярно освещают деятельность некоммерческих организаций, в том числе 11% реализуют совместные проекты. 22% не взаимодействуют с НКО, 18% опрошенных отмечают, что в их регионе нет эффективно работающих НКО.

Взаимодействие СМИ с НКО



11%

реализуют совместные проекты



22%

не взаимодействуют с НКО



18%

отмечают отсутствие эффективных НКО

Результаты мониторингового исследования будут учтены в дальнейшей работе Комиссии Общественной палаты Российской Федерации по развитию информационного сообщества, СМИ и массовых коммуникаций, в том числе при обсуждении мер поддержки региональных и местных средств массовой информации.



Общественная палата
Российской Федерации
CIVIC CHAMBER OF THE RUSSIAN FEDERATION

opr.f.ru