

# ■ От традиционных к онлайн-медиа: передовая практика и перспективы

14-я центральноазиатская конференция СМИ  
Ашхабад, Туркменистан  
5-6 июля 2012 г.

От традиционных к онлайн-медиа: передовая практика и перспективы/ Под ред. М. Стоуна; Вена; Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, 2013 г. - 144 стр.

Издание "От традиционных к онлайн-медиа: передовая практика и перспективы" представляет собой сборник докладов, представленных на 14-й центральноазиатской конференции СМИ, организованной Бюро Представителя ОБСЕ. Делегатами конференции были международные и национальные эксперты из пяти центральноазиатских государств-участников ОБСЕ. Издание документирует основные этапы конференции и предназначено для журналистов, официальных лиц, в том числе представляющих органы регулирования СМИ, и студентов.

Мнения, высказанные в данном издании, представляют собой точку зрения авторов и не обязательно отражают официальную позицию Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ

Дизайн: red hot 'n' cool

Редактор: Майк Стоун и Илья Догель

Фото Амана Мехинли

© 2013 Бюро Представителя по вопросам свободы СМИ  
Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ)

Вальнерштрассе 6  
А-1010 Вена, Австрия  
Телефон: +43-1-51436-6800  
Факс: +43-1-51436-6802  
Эл. почта: pm-fom@osce.or

ISBN: 978-92-9234-643-0

- От традиционных  
к онлайн-медиа:  
передовая практика  
и перспективы

14-я центральноазиатская конференция СМИ  
Ашхабад, Туркменистан  
5-6 июля 2012 г.



# Содержание

Предисловие <b>Ана Карлсрайтер и Адиля Даминаова</b>	5
<b>Ашхабадская декларация</b>	7
Приветственное слово <b>Иво Петров</b> <b>Рашид Мередов</b>	11 14
Вступительная речь <b>Дунья Миятович</b>	17
<b>Первое заседание: Переход от традиционных к социальным СМИ. Международные стандарты и основные вызовы</b>	22
Свобода массовой информации в социальных сетях и социальных СМИ <b>Кристиан Мёллер</b>	25
Регулирование Интернета: глобальные проблемы и формирующиеся модели <b>Дуглас Гриффин и Дитер Лорейн</b>	37
Цифровые медиа и рынок Интернета: аудитория, мультимедийный контент, бизнес модели <b>Анна Качкаева</b>	53
<b>Второе заседание: развитие социальных медиа и СМИ в целом в государствах Центральной Азии</b>	60
Роль новых медиа в современной журналистике Казахстана <b>Диана Медведникова</b>	63

Традиционные СМИ и социальные медиа в Кыргызской Республике <b>Артем Горяйнов</b>	73
Что мешает таджикским СМИ переходить на онлайн? Сегодняшние реалии <b>Зебониссо Таджибаева</b>	83
От традиционных к онлайн-медиа: передовая практика и перспективы <b>Сердар Дурдыев</b>	91
Социальные и новостные СМИ в Центральной Азии <b>Фирдавс Абдухаликов</b>	97
Афганские СМИ: обзор ситуации на сегодняшний день <b>Масума Мохаммад Джума</b>	107
<b>Приложения</b>	116
<b>Повестка дня конференции</b>	119
<b>Список участников</b>	125
<b>Пресс-релиз</b>	137
<b>Фотографии</b>	141







# Предисловие

## Адиля Даминава<sup>1</sup> и Ана Карлсрайтер<sup>2</sup>

Вопросы, сопровождающие неизбежный переход от традиционных печатных СМИ к онлайн-медиа, стали наиболее распространенным предметом дискуссий в редакциях, научных и правительственных учреждениях по всему региону ОБСЕ. Именно поэтому 14-я центральноазиатская конференция СМИ была посвящена темам, относящимся к этому переходу.

В центре внимания конференции, впервые прошедшей в Ашхабаде 5-6 июля 2012 г., был широкий круг актуальных тем: регулирование Интернета, социальные медиа как инструмент укрепления свободного потока информации и бизнес-модели, обеспечивающие финансовую устойчивость СМИ.

Как и в предыдущие годы, один день конференции был отведен для обсуждений региональными экспертами новых тенденций в развитии сектора СМИ в каждом из государств Центральной Азии, причем впервые в списке государств региона оказался Афганистан.

Также впервые был проведен мастер-класс по практическим вопросам регулирования онлайн-СМИ, который позволил участникам улучшить свои знания в этой важной и порой неоднозначной области регулирования СМИ.

Эта книга представляет собой отчет о конференции, включающий тексты выступлений всех докладчиков. Она должна послужить в качестве ценного справочника по современным проблемам СМИ для пишущих журналистов, ученых и официальных лиц.

Мы хотели бы выразить благодарность правительствам Великобритании, Германии, Литвы, Норвегии, США и Франции за их финансовую поддержку в проведении конференции и подготовке этого издания.

---

<sup>1</sup> Даминава является координатором проектов Бюро Представителя по вопросам свободы СМИ

<sup>2</sup> Карлсрайтер является старшим советником Представителя по вопросам свободы СМИ



## ДЕКЛАРАЦИЯ

Четырнадцатая центральноазиатская конференция СМИ, организованная Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ при поддержке полевых миссий ОБСЕ в Центральной Азии, состоялась 5-6 июля 2012 г. в г. Ашхабаде, Туркменистан.

На протяжении многих лет центральноазиатская конференция является уникальным форумом для обсуждения вопросов, касающихся СМИ и сотрудничества журналистов в Центральной Азии. Впервые конференция проходила в Ашхабаде.

В двухдневной конференции приняли участие более 150 журналистов, экспертов по вопросам СМИ, официальных лиц, парламентариев, представителей гражданского общества и академических кругов из стран Центральной Азии: Казахстана, Кыргызстана, Таджикистана, Туркменистана и Узбекистана. Мы также приветствовали наших коллег – наблюдателей из Афганистана, Армении и Азербайджана.

Главной темой нынешней конференции стали проблемы социальных и онлайн-медиа. Участники конференции рассмотрели вопросы, касающиеся международных стандартов и национальной практики в отношении свободы СМИ в социальных медиа, включая регулирование интернет-вещания. Участники также обсудили последние тенденции в развитии СМИ стран Центральной Азии. Кроме того, обсуждались правовые проблемы, экономические модели, политические подходы и практика, имеющие отношение к онлайн-новым и социальным медиа, а также перспективы развития интернет-СМИ.

Конференция:

1. Признает важность чередования места проведения конференции для поддержания духа сотрудничества и доверия между странами региона и выражает благодарность властям Туркменистана за теплый прием.
2. Приветствует тот факт, что представители СМИ и гражданского общества, а также представители органов государственной

власти из всех стран Центральной Азии смогли принять участие в конференции и обсудить важные вопросы в области онлайн-овых и социальных медиа на региональном уровне.

3. Признает, что онлайн-овые и традиционные СМИ предоставляют возможность улучшить выполнение существующих обязательств государств-участников ОБСЕ в сфере свободы СМИ.
4. Приветствует тот факт, что онлайн-овые СМИ способствуют увеличению разнообразия и плюрализма.
5. Подчеркивает объективные возможности, которые предоставляет Интернет, включая развитие образования, экономики и межличностного общения, и признает его значение в качестве инструмента поиска, производства, получения информации и ее распространения.
6. Призывает органы государственной власти обеспечивать защиту основных прав человека на свободу выражения мнения и свободу информации путем принятия соответствующих законов, политических решений и практики, а также обеспечения независимого судебного надзора и эффективного общественного контроля за их выполнением.
7. Подчеркивает, что ограничения права на свободу выражения мнения в Интернете приемлемы лишь тогда, когда они соответствуют международному праву, необходимы в демократическом обществе, предусмотрены законом и применяются в общественных интересах. Доступ к онлайн-овым СМИ может быть ограничен только судом. Решения о блокировке сайтов должны приниматься прозрачным путем и быть должным образом мотивированы. Перечень онлайн-овых СМИ, доступ к которым ограничен, должен быть обнародован и доступен.
8. Полагает, что национальное законодательство должно способствовать открытости и прозрачности Интернета, в том числе онлайн-овых СМИ.
9. Призывает органы государственной власти рассматривать доступ

и использование сети Интернет и ее услуг, включая социальные медиа и социальные сети, как право человека и обеспечивать универсальный доступ к нему.

10. Призывает усилить многостороннее партнерство органов государственной власти со всеми заинтересованными сторонами с целью устранить «цифровое неравенство» между различными группами населения, содействовать обучению пользованию новыми услугами и всеобщему доступу к Интернету.
11. Призывает телекоммуникационные компании гарантировать сетевой нейтралитет для обеспечения равной степени доступности информационных услуг и трафика, независимо от типа устройства, контента, автора, их происхождения и назначения.
12. Признает активную роль, которую берут на себя пользователи Интернета в создании контента, осуществляя таким образом свое право на свободное выражение мнения.
13. Призывает органы государственной власти поощрять использование инструментов социальных медиа в Интернете для обеспечения прозрачности и свободного доступа граждан к правительственной и другой общественно важной информации, а также для усиления подотчетности должностных лиц.
14. Призывает к тесному сотрудничеству органов государственной власти с гражданским обществом и телекоммуникационными компаниями во имя того, чтобы Интернет оставался открытым форумом для публичных дискуссий, а права пользователей были защищены.
15. Подчеркивает, что для реализации своих прав в полной мере интернет-пользователи должны быть, в частности, защищены от незаконных нарушений в сфере неприкосновенности их персональной информации.
16. Призывает органы государственной власти обеспечить условия, при которых журналисты, а также блогеры и «гражданские репортеры», могли бы беспрепятственно осуществлять свою деятельность.



## Приветственное слово

**Иво Петров<sup>1</sup>**

От имени Центра ОБСЕ в Ашхабаде позвольте горячо приветствовать всех вас в гостеприимной столице Туркменистана по случаю 14-ой центральноазиатской конференции средств массовой информации.

Центральноазиатская конференция средств массовой информации проводится в Ашхабаде впервые, и, пользуясь случаем, я бы хотел выразить нашу глубокую признательность правительству Туркменистана за оказанную поддержку в проведении этого важного мероприятия и за изумительное гостеприимство.

Данная конференция служит хорошим примером все возрастающего сотрудничества между Туркменистаном и ОБСЕ в сфере средств массовой информации.

Для меня особая честь приветствовать Представителя по вопросам свободы СМИ Дунью Миятович, которая посещала Туркменистан в 2011 г., в результате чего открылись новые возможности для диалога между Туркменистаном и ОБСЕ по вопросам, связанным со средствами массовой информации. Наш Центр воспользовался вышеупомянутыми новыми возможностями и в 2012 г. совместно с Бюро Представителя ОБСЕ начал реализацию проекта, нацеленного на оказание помощи стране в деле модернизации законодательства в области средств массовой информации. Мы с радостью сделаем дальнейший вклад в попытку государства усовершенствовать свое законодательство.

На протяжении последних нескольких лет Центр также поддержал ряд успешных проектов, направленных на укрепление потенциала национальных средств массовой информации. Центр наладил плодотворное сотрудничество с факультетом международной журналистики при Институте международных отношений, и для нас особая радость видеть студентов данного института среди участников сегодняшней конференции.

Каждый год Бюро Представителя отбирает одну тему, которая представляет

---

<sup>1</sup> Г-н Петров является главой Центра ОБСЕ в Ашхабаде.

особый интерес. Предмет обсуждения на конференции в этом году – переход от традиционных к онлайн-средствам массовой информации. В наши дни важность данной темы невозможно переоценить.

Мы живем в эпоху стремительного технологического прогресса, и среда, в которой существуют наши средства массовой информации, меняется намного быстрее, чем нам могло бы показаться каких-то десять лет назад. Повсюду в этом многообразном мире онлайн-СМИ если и не заменяют традиционные СМИ, то по крайней мере составляют им очень серьезную конкуренцию. Интернет становится первостепенным источником информации для все большего количества людей. Интернет-версии различных газет все чаще вытесняют своих печатных братьев, которые раньше лежали на нашем столе рядом с утренней чашкой кофе. Теперь же первым делом по утрам мы включаем свои ноутбуки и компьютеры и проверяем электронную почту и облюбованные нами новостные порталы. По мере развития социальных медиа все больше людей могут заниматься работой журналиста, пускай даже не на профессиональном уровне, и принимать все более активное участие в процессе обмена информацией.

В то время как эти новые технологии несут с собой новые возможности, они одновременно предполагают высокую долю ответственности со стороны управляющих и журналистов, занимающихся производством новостей, а также со стороны государств, чья регулятивная политика не должна мешать плюрализму в сфере средств массовой информации.

Центральноазиатские конференции средств массовой информации представляют собой ценную площадку для обмена взглядами и опытом по данному вопросу, и мы с нетерпением ожидаем оживленного обсуждения между различными заинтересованными сторонами.

Символичен тот факт, что в этом году Центральноазиатская конференция средств массовой информации проходит за несколько дней до двадцатой годовщины подписания Туркменистаном Хельсинкского заключительного акта, в результате чего данное государство стало полноправным участником Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе – предшественника ОБСЕ, тем самым возложив на себя обязательства, проистекающие из членства в данной организации.



В Хельсинкском заключительном акте 1975 г. были перечислены положения, касающиеся свободы средств массовой информации. С течением времени 56 государств-участников ОБСЕ расширили данные обязательства, чтобы отобразить изменения, происходящие в сфере СМИ как в регионе ОБСЕ, так и во всем мире, но основополагающие обязательства, изложенные в вышеупомянутом документе, не теряют своей актуальности спустя почти сорок лет после его принятия.

Сегодняшняя конференция, равно как и другие мероприятия ОБСЕ и его государств-участников по разрешению вопросов, связанных со средствами массовой информации, является важной частью деятельности организации, нацеленной на продвижение свободы и плюрализма СМИ и оказание помощи государствам-участникам в деле реализации обязательств в этой сфере.

Принимая у себя 14-ю центральноазиатскую конференцию средств массовой информации, Туркменистан в свою очередь демонстрирует заинтересованность в повышении своей активности в рамках деятельности организации.

В заключение позвольте пожелать вам интересной и продуктивной конференции. Мне бы также хотелось пригласить всех наших гостей совершить прогулку по Ашхабаду, этому красивому, стремительно меняющемуся столичному городу Туркменистана, а также познакомиться с этой обворожительной страной и ее удивительно гостеприимным народом.

## Рашид Мередов<sup>2</sup>

Позвольте от имени уважаемого Президента Туркменистана Гурбангулы Мяликгулыевича Бердымухамедова приветствовать вас в Ашхабаде и пожелать успешной работы нынешнему форуму.

Широкое представительство на конференции, включающее делегации государств региона, международных организаций, а также представителей средств массовой информации и экспертного сообщества свидетельствует об актуальности вопросов повестки дня и заинтересованности участников в их обсуждении.

Мы надеемся, что конференция станет заметным событием в развитии информационного общества, укреплении правовых и организационных основ деятельности в медиа пространстве.

Думаю, что этому во многом могло бы способствовать сложение наших потенциалов и использование опыта взаимодействия, накопленного на региональном и международном уровнях. Именно в данном контексте хотелось бы рассматривать и возможности нынешней международной встречи.

Говоря об этом, хочу подчеркнуть, что объективное, всестороннее и своевременное освещение событий и процессов, происходящих в стране или в мире, является основой деятельности современных масс-медиа. Поэтому сегодня очень важно двигаться в направлении поиска новых подходов и способов доведения информации до граждан, используя при этом высокотехнологичные решения.

В целом, мы исходим из понимания того, что информационная сфера должна носить инновационный характер и функционировать в соответствии с международными стандартами. Наряду с этим, практическая имплементация таких стандартов, на наш взгляд, должна осуществляться на основе разумного баланса между общепризнанными нормами и особенностями истории, культуры, менталитета народа каждой страны.

---

<sup>2</sup> Заместитель Председателя Кабинета Министров, Министр иностранных дел Туркменистана

В этой связи актуальным представляется дальнейшее совершенствование международно-правовой основы деятельности в информационном поле. Считаем это одним из ключевых вопросов функционирования СМИ в правовом обществе.

Одновременно, приоритетом в информационной сфере должна оставаться образовательная составляющая, развитие которой, несомненно, будет способствовать пониманию значения массовой информации и высокой ответственности лиц, работающих в медийном пространстве.

Также, важнейшим компонентом эффективности деятельности журналистов, корреспондентов, печатных агентств, теле-радиоканалов, электронных СМИ является использование новейших технологических разработок.

Исходя из вышеизложенного, полагаю, что перечисленные основные направления нашего сотрудничества в информационной сфере, такие как законодательство, образование и технологии, могли бы стать предметом профессионального рассмотрения и обмена мнениями на нынешней и будущих встречах.

В этом контексте опыт Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе, ее авторитет как влиятельной международной структуры, безусловно, будут способствовать успешному развитию регионального взаимодействия по вопросам развития СМИ в Центральной Азии.

Туркменская сторона ясно видит перспективы такого сотрудничества в рамках ОБСЕ, ценит прогресс в наших отношениях, ставший особенно заметным в последнее время, а также четко осознает значимость взаимоуважительного диалога с партнерами.

И здесь я хотел бы поблагодарить представителя ОБСЕ по свободе средств массовой информации г-жу Дунью Миятович и ее команду за понимание, поддержку и совместную работу.



# Вступительная речь

## Дунья Миятович<sup>1</sup>

Я рада снова быть в Туркменистане по случаю 14-ой центральноазиатской конференции средств массовой информации. Я приехала в эту страну в третий раз. Впервые я посетила Ашхабад в сентябре 2011 г. для обсуждения ситуации в области свободы средств массовой информации, а затем снова в ноябре того же года для обсуждения реформирования законодательства в области СМИ. В ходе прошлого визита я также выступила с лекцией в Институте международных отношений при Министерстве иностранных дел.

Возглавляемое мной Бюро активно сотрудничает с Правительством Туркменистана и Центром ОБСЕ в Ашхабаде в сфере реформирования законодательства и образования, связанных со средствами массовой информации, с самых первых дней моей работы на этой должности, т.е. с марта 2010 г.

В апреле этого года наш эксперт в течение недели участвовал в обсуждении законодательства в сфере СМИ с членами рабочей группы, созданной Парламентом в 2011 г. Мы с нетерпением ожидаем возможности обсудить данный законопроект, как только он пройдет все формальные процедуры и поступит в нашу организацию для правовой оценки. Я надеюсь, что в результате нашего сотрудничества Парламент сможет принять современный либеральный закон о СМИ, который будет соответствовать всем самым высоким международным стандартам и требованиям XXI века. Мы также рады нашему диалогу с Институтом международных отношений при Министерстве иностранных дел. После моей лекции был налажен обмен между данным институтом и Московским государственным институтом международных отношений (МГИМО).

Мой теперешний приезд является особенно важным, поскольку Туркменистан впервые принимает нашу конференцию, и я уверена, что все участники и эксперты очень рады находиться здесь в Ашхабаде. Хотелось бы выразить признательность властям за проявленное гостеприимство, и в частности Рашиду Мередову за его существенную поддержку и личное участие в деле реализации этой важной инициативы.

<sup>1</sup> Г-жа Миятович является Представителем ОБСЕ по вопросам свободы СМИ.

Я также с радостью приветствую более 150 журналистов, представителей неправительственных организаций, работающих в сфере СМИ, парламентариев, представителей власти и научных кругов, а также хорошо известных международных экспертов из стран Центральной Азии и Афганистана.

Хотела бы выразить признательность властям Казахстана, Кыргызстана, Таджикистана, Узбекистана и Афганистана за обеспечение участия делегаций этих государств в данной конференции.

Также следует отметить отличную работу, осуществляемую представительствами ОБСЕ в Бишкеке, Астане, Алматы, Душанбе и Ташкенте, и нашими международными партнерами, поскольку без их поддержки и помощи данная конференция не смогла бы состояться. Особая благодарность нашим коллегам из Центра ОБСЕ в Ашхабаде.

В заключение позвольте мне выразить признательность правительствам Франции, Германии, Литвы, Норвегии, Великобритании и США, чью щедрую финансовую помощь при проведении данной конференции трудно переоценить и нельзя не упомянуть отдельно.

Центральноазиатская конференция средств массовой информации является традицией моей организации уже 14 лет, по сути, с самого ее образования, и главная цель этого ежегодного форума – собрать вместе журналистов для обсуждения важных тем и трудностей для СМИ в регионе.

В этом году мы обсуждаем онлайн-медиа и социальные средства массовой информации, предлагая новый формат работы.

Мы начнем с выступлений международных экспертов, которые поделятся своим опытом, а затем перейдем к практическому мастер-классу по регулированию онлайн-медиа, который будет проведен международной консалтинговой компанией Albany Associates.

Завтра наши коллеги из стран Центральной Азии и Афганистана будут говорить о своих реалиях, делиться тем, что идет хорошо, и искать решения существующих проблем. У нас для вас есть интересная тема. Возникновение новых средств массовой информации и постоянно растущее использование инструментов социальных медиа целиком и полностью

изменило то, каким образом люди общаются между собой и каким образом они получают информацию. Переход от традиционных к онлайн-СМИ принципиальным образом изменил способы распространения и обмена информацией. Эти изменения наблюдаются и в Центральной Азии. Новые средства массовой информации предусматривают более равноправное участие и взаимодействие. Сегодня Центральная Азия стала свидетелем всё возрастающей роли онлайн-СМИ в обществе.

Но мы сталкиваемся и с проблемами во всем мире, включая страны Центральной Азии.

Интернет стал подвергаться неоправданным ограничениям в большом количестве стран. Каждое государство несет обязательство по борьбе с терроризмом или незаконной деятельностью, такой как нарушения прав ребенка в Интернете, но в то же время ни одно государство не имеет права блокировать веб-страницы или принимать законодательство ограничительного характера под видом борьбы с киберпреступностью. Нам следует помнить, что без свободных средств массовой информации не может быть безопасности, а без безопасной среды не бывает свободных СМИ.

Государства должны направлять ресурсы на развитие инфраструктуры, чтобы обеспечивать доступ к Интернету для как можно большего количества людей и повышать интернет-грамотность, тем самым наделяя пользователей возможностью делать осознанный выбор в отношении того, как использовать Интернет. Тем не менее, во многих местах Интернет остается недоступным только потому, что его стоимость очень высока. А в некоторых странах пользователи всемирной глобальной сети, включая журналистов и блогеров, все чаще подвергаются преследованию и тюремному заключению.

Политическая среда и правовые ограничения в регионе препятствуют развитию онлайн-СМИ. Систематическая блокировка, фильтрация и цензура веб-страниц подрывают базовые принципы свободы СМИ. Мой мандат в рамках обязательств ОБСЕ позволяет мне работать в целях достижения открытого, свободного и безопасного Интернета. 22 года назад государства-участники в рамках Копенгагенской конференции по человеческому измерению договорились о том, что каждый имеет право на свободу выражения мнения и коммуникации без вмешательства

государства, а в решении Постоянного совета №633 от ноября 2004 г. они выразили решительную приверженность идее о том, чтобы Интернет оставался открытой общественной площадкой для свободы мнений и их выражения. Это именно то, чего я ожидаю от стран Центральной Азии и всех других государств-участников.

Нет необходимости собирать доказательную базу для защиты Интернета – его преимущества очевидны. Если граждане и организации не сделают так, чтобы их голоса были услышаны, мы вполне сможем наблюдать закат эпохи открытого Интернета, когда пользователь будет лишен возможности выбора и контроля, и все больше власти окажется в руках тех, кто будет ограничивать наш доступ к информации.

Я надеюсь, что по окончании конференции мы примем декларацию по этому важному вопросу, которая будет переведена на все языки государств-участников центральноазиатского региона.

Я направлю декларацию властям ваших государств, чтобы дискуссии, которые мы проведем в ближайшие дни, продолжалось у вас дома после завершения конференции.

Желаю всем вам интересной и плодотворной работы!





**Первое заседание: Переход от  
традиционных к социальным СМИ.  
Международные стандарты и  
основные вызовы**





# Социальные медиа и журналистика

Кристиан Мёллер<sup>1</sup>

*«Мы уже живем в цифровую эпоху, позволяющую создать подлинно демократическую культуру, основанную на участии всех членов общества; и всего лишь через несколько лет участниками этой культуры станет большая часть граждан мира».*

*Дунья Миятович*

*Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ*

Социальные медиа и социальные сети меняют способ создания новостей и доступа к ним. Они влияют на средства массовой информации по трем направлениям: являются средством, при помощи которого журналисты создают контент, средством распространения и передачи информации, инструментом для поиска и получения информации и доступа к ней. Осуществление журналистами и гражданами этих фундаментальных прав также зависит от беспрепятственного доступа к Интернету.

## **Доступ к Интернету как право человека**

В XXI веке доступ к Интернету, его использование, а также использование всех интернет-услуг, включая социальные медиа и социальные сети, считается в широких кругах одним из прав человека.

Поскольку Интернет все больше превращается в незаменимый инструмент, при помощи которого все граждане получают, ищут и передают информацию, невзирая на границы, доступ в Интернет становится тесно связанным с основным правом человека на свободу выражения мнения и, следовательно, сам по себе является правом человека.

Специальный докладчик ООН по вопросам поддержки и защиты права на свободу мнений и их свободное выражение в недавнем докладе заявил, что «международные нормы в области прав человека остаются актуальными и

---

<sup>1</sup> Мёллер является специальным советником представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ.

сегодня, и они в равной степени применимы к новым коммуникационным технологиям, таким как Интернет». Отключение пользователей от Интернета независимо от его обоснования считается нарушением статьи 19 Международного пакта о гражданских и политических правах (МПГПП)<sup>2</sup>.

В совместной Декларации о свободе выражения мнений и доступа к Интернету соответствующие представители ООН, ОБСЕ, ОАГ и АКПЧН заявили, что «осуществление права на свободу выражения мнений обязывает государства содействовать обеспечению всеобщего доступа к Интернету»<sup>3</sup>.

В июле 2011 г. в ходе презентации исследования, посвященного регулированию Интернета в регионе ОБСЕ, Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ отметила, что «некоторые правительства уже признают доступ к Интернету в качестве права человека. Эту тенденцию необходимо поддержать в качестве важнейшего элемента свободы средств массовой информации в XXI веке»<sup>4</sup>.

В Белградской резолюции Парламентская ассамблея ОБСЕ предложила ОБСЕ «создать возможности для более активной работы Представителя по вопросам свободы СМИ по содействию свободному перемещению информации и знаний и предоставлению к ним свободного доступа в качестве одного из важнейших условий обеспечения эффективной демократии на основе широкого участия и укрепления прав человека»<sup>5</sup>.

ПА ОБСЕ также подчеркнула «потребность в свободном доступе к информации, особенно через легкодоступную всем слоям населения сеть Интернет»<sup>6</sup>.

2 Специальный докладчик ООН по вопросу о поощрении и защите права на свободу мнений и их свободное выражение, Генеральная Ассамблея ООН A/HRC/17/27, 16 мая 2011 г.

3 *Совместная Декларация о свободе выражения мнений и доступа к Интернету* (2011 г.). Специальный докладчик Организации Объединенных Наций (ООН) по вопросам поддержки и защиты права на свободу мнений и их свободное выражение, Представитель Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ) по вопросам свободы средств массовой информации, Специальный докладчик по вопросам свободы выражения мнений Организации американских государств (ОАГ) и Специальный докладчик по вопросам свободы выражения мнений и свободного доступа к информации Африканской комиссии по правам человека и народов (АКПЧН), 1 июня 2011 г.

4 «Практики блокирования Интернета вызывают озабоченность, доступ к нему – право человека», – говорит представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ во время презентации исследования, проведенного в регионе ОБСЕ, Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе. Пресс-релиз. 8 июля 2011 г. <http://www.osce.org/fom/80735> (по состоянию на 2 ноября 2011 г.)

5 ПА ОБСЕ (2010) *Белградская резолюция «Свободное перемещение информации и знаний»*

6 Там же.

Межпарламентская ассамблея государств-членов Содружества Независимых Государств в модельном Законе 2011 г. «Об основах регулирования Интернета» заявила, что права и свободы граждан, включая право на использование Интернета и доступ к размещенной в нем информации, должны быть обеспечены.

Доступ к Интернету не является самоцелью. Это лишь средство извлечь пользу из многочисленных услуг, предлагаемых Интернетом, таких как индивидуальное общение, образование, электронная коммерция, развлечения и журналистика.

### **Социальные медиа и социальные сети**

Социальные медиа и социальные сети формируют все новые и новые способы коммуникации – многие из них мы не могли себе представить всего несколько лет назад. Появятся и другие, о которых мы сейчас даже и не думаем. Социальные медиа и социальные сети используют инновационные технологии и объединяют их с уже существующими возможностями для формирования интернет-услуг, которые могут быть использованы журналистами и гражданами.

Facebook, Twitter & Co. облегчают передачу и получение новостей и комментариев, а также обсуждения идей и событий. Блогеры расширили рамки классической журналистики и обогатили СМИ новой формой, которая называется «блогинг» или «гражданская журналистика». Теперь социальные медиа и социальные сети образуют еще одно направление.

Термин «социальные медиа» относится к использованию мобильных и интернет-технологий для превращения коммуникации в интерактивный диалог. Социальные медиа можно определить как группу интернет-приложений, которые опираются на идеологические и технологические основы так называемой технологии Web 2.0, позволяют пользователям создавать контент и обмениваться им<sup>7</sup>.

Работающие на основе легкодоступных и масштабируемых технологий построения систем общения, социальные медиа существенно меняют способ коммуникации среди организаций, сообществ, а также обычных

<sup>7</sup> Социальные медиа, Википедия, свободная энциклопедия: [http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social\\_media&oldid=458549677](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social_media&oldid=458549677) (по состоянию на 2 ноября 2011 г.).

людей и могут принимать множество различных форм, включая журналы, интернет-форумы, веб-блоги, микроблогинг, вики, подкасты, фотографии, картинки, видео, рейтинги, социальные закладки и социальные сети<sup>8</sup>.

В этом определении социальные сети рассматриваются в качестве социальных медиа, и различие между ними в действительности размытое. Услуги микроблогинга, такие как Twitter, служат в качестве инструмента создания личных сетей контактов и одновременно платформой для распространения новостей или даже проведения журналистских расследований. Социальные сети, такие как Facebook или Google+, используются для индивидуального общения, но все больше для институциональной коммуникации, распространения новостей, исследований через привлечение больших групп людей (краудсорсинг) и многих других целей. Разовьются и немало других способов их применения.

### **Свобода (социальных) медиа?**

Социальные сети помимо использования для индивидуального общения сегодня служат незаменимым инструментом в работе журналистов и блогеров. Исследования, публикация, распространение, финансирование, сотрудничество, последующие мероприятия и обсуждение – все это происходит в социальных сетях и через социальные медиа. В то же время пользователи используют социальные медиа и социальные сети для получения новостей. Это многомерное использование социальных медиа и социальных сетей также означает определенные последствия, связанные с базовым правом на свободу средств массовой информации.

Свобода средств массовой информации как право человека не зарезервирована исключительно для медиакомпаний и редакций. Это право не может истолковываться только в контексте традиционных СМИ, а относится к любой форме редакторской работы, которая предназначена для публичного распространения. Поскольку это основное право человека, не может быть различных стандартов для традиционных СМИ и новых СМИ.

Свобода СМИ и свобода выражения мнений – всеобщие права, которые относятся ко всем видам СМИ, независимо от того, являются они

---

<sup>8</sup> Социальные медиа, Википедия, свободная энциклопедия: [http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social\\_media&oldid=458549677](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Social_media&oldid=458549677) (по состоянию на 2 ноября 2011 г.).



онлайн-новостями или оффлайн-новостями, относятся к профессиональной или гражданской журналистике, печатным или социальным СМИ.

Право на свободу средств массовой информации также включает в себя право искать и получать информацию и всевозможные идеи, независимо от границ, в устной, письменной или печатной форме, в форме произведений искусства или с помощью любых других средств.

Следовательно, это означает, что социальные медиа и социальные сети сами попадают под защиту права на свободу СМИ, так как сегодня они служат многообразным целям в производстве и потреблении новостей.

Защита интернет-услуг как права на свободу выражения мнения также соответствует вышеупомянутому праву человека на доступ к Интернету и существующим обязательствам в рамках ОБСЕ, касающимся свободы выражения мнения и свободы СМИ, которые применяются для всех форм их осуществления, включая цифровые медиа, размещенные на новых платформах.

### **Сегодняшние новости являются социальными**

Растет присутствие традиционных газет в Интернете<sup>9</sup>. Во всем мире быстро увеличивается использование социальных медиа и социальных сетей. В ноябре 2011 года у популярной социальной сети Facebook было более 800 миллионов активных пользователей, 75 процентов которых находилось за пределами Соединенных Штатов. Более 50 процентов из этих 800 миллионов человек заходят на Facebook каждый день<sup>10</sup>.

В то же самое время мобильные и интернет-технологии являются центральным элементом, лежащим в основе изменения отношения людей к новостям. Растет важность социальных сетей для потребления новостей. Люди используют социальные сети и технологии социальных сетей для фильтрации и оценки новостей, а также реакции на них.

<sup>9</sup> Данные о распространении газет показывают некоторый рост количества цифровых версий изданий, *Нью-Йорк Таймс Медиа Декодер*, 1 ноября 2011 г. <http://mediadecoder.blogs.nytimes.com/2011/11/01/newspaper-circulation-figures-show-some-digital-growth/> (по состоянию на 3 ноября 2011 г.)

<sup>10</sup> «Статистика» Facebook. <https://www.facebook.com/press#!/press/info.php?statistics> (доступ осуществлен 2 ноября 2011).

Исследование, проведенное в 2010 г. исследовательским центром «Pew Research Center», показало, что в США в обычный день Интернет в качестве новостной платформы обогнал по популярности газеты и радио и в настоящее время уступает лишь телевидению. Шесть из 10 американцев (59 процентов) в обычный день узнают новости, используя сочетание онлайн-овых и оффлайн-овых источников.

В ходе исследования 75 процентов потребителей онлайн-овых новостей сказали, что они получают новости через электронную почту или сообщения на сайтах социальных сетей, и 52 процента говорят, что они делятся ссылками на новости с другими людьми посредством социальных сетей. Треть владельцев сотовых телефонов даже используют свои телефоны для доступа к новостям<sup>11</sup>.

В 2010 г. в ходе другого исследования, проведенного среди международной аудитории CNN и посвященного потреблению новостей и привычным способам их распространения, было установлено, что 43 процента распространения онлайн-овых новостей происходит через социальные сети и инструменты такие как Facebook, Twitter, YouTube и MySpace. За ними следует электронная почта (30 процентов), СМС (15 процентов) и средства передачи мгновенных сообщений (12 процентов)<sup>12</sup>.

Все чаще потребители онлайн-овых новостей подписываются на продукцию новостных организаций или отдельных журналистов на сайтах социальных сетей. Журналисты распространяют новости в Интернете и делятся в них подробностями, которые не попадают в печатные версии изданий.

Таким образом, Интернет с его социальными медиа и социальными сетями формирует сегодня необходимую инфраструктуру для осуществления права на поиск и получение информации, которое закреплено во Всеобщей декларации прав человека.

11 Понимание потребителя интерактивных новостей, исследовательский институт «Pew Research Institute» <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Online-News/Summary-of-Findings.aspx> (по состоянию на 3 ноября 2011 г.).

12 Индвик Лаурен (2010 г.), Социальные сети доминируют в распространении онлайн-овых новостей, сайт «Mashable» 7 октября 2010 г. <http://mashable.com/2010/10/07/cnn-news-study/> (по состоянию на 4 ноября 2011 г.).

## Гражданская журналистика

Помимо поиска информации в Интернете или простого обмена новостями, а также их комментирования по электронной почте, около 37 процентов американских пользователей Интернета также способствуют созданию новостей, комментариев к ним или распространению новостей через социальные сети, такие как Facebook и Twitter. Эти пользователи сделали, по крайней мере, одно из следующих действий: прокомментировали новости (25 процентов); разместили ссылку на сайте социальной сети (17 процентов); отметили контент тегом (11 процентов), сами создали новостные материалы или написали авторскую статью (9 процентов), передали новость через Twitter (3 процента). Среди тех, кто узнает новости в Интернете, 75 процентов получают их по электронной почте или через сообщения на сайтах социальных сетей, и 52 процента делятся ссылками на новости с другими людьми через эти средства.

Блогинг, видеоблогинг, размещение видео, агрегация новостей, распространение статей в Интернете и синдикация контента – некоторые формы журналистики, которые делает возможными технология Web 2.0.

«Идея гражданской журналистики состоит в том, что люди, не имеющие профессиональной журналистской подготовки, могут использовать средства современной технологии и глобальное распространение Интернета для создания, дополнения или проверки СМИ самостоятельно или в сотрудничестве с другими. Например, вы можете написать о заседании городского совета в своем блоге или на форуме. Или осуществить проверку фактов, изложенных в статье какого-либо СМИ, и указать в своем блоге на обнаруженные ошибки или предвзятость. Вы также можете сделать цифровую фотографию заслуживающего внимания события, происходящего в вашем городе и опубликовать фотографию в Интернете. Вместо фотографии вы можете сделать видеозапись и разместить ее на таком сайте как YouTube. Все это можно считать журналистикой, даже если ваши действия не выходят за рамки простого наблюдения за тем или иным важным событием»<sup>13</sup>.

«Существует некоторое расхождение во мнении по поводу термина

<sup>13</sup> Глейзер Марк (2006 г.) Ваш гид по гражданской журналистике, сайт «Media Shift» 27 сентября 2006 г. <http://www.pbs.org/mediashift/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270.html> (по состоянию на 4 ноября 2011 г.)

«гражданская журналистика», потому что многие профессиональные журналисты считают, что только квалифицированный журналист может понять, какая ответственность и этика требуются при сообщении новостей. А с другой стороны, многие подготовленные журналисты сами выходят за рамки традиционной журналистской иерархии<sup>14</sup> и занимаются тем, что можно считать гражданской журналистикой, ведя собственные блоги или размещая онлайн-комментарии».

Другое определение журналистики участия описывает ее как «действие гражданина или групп граждан, играющих активную роль в процессе сбора, публикации и анализа новостей и информации. Цель такого участия – предоставление независимой, заслуживающей доверия, точной и разнообразной информации, отвечающей требованиям демократии»<sup>15</sup>.

Или, если коротко: «гражданская журналистика – это когда люди, ранее известные как читательская аудитория, используют имеющиеся в их распоряжении инструменты журналистики для информирования друг друга»<sup>16</sup>.

Согласно определению Совету Европы, «любое физическое или юридическое лицо, которое регулярно или профессионально участвует в сборе и распространении информации для общественности, используя любое средство массовой коммуникации» считается журналистом<sup>17</sup>. К числу журналистов, вероятно, можно отнести и регулярно публикующих новые статьи блогеров.

В то же самое время Совет Европы дает понять, что в связи с увеличением важности Интернета как средства массовой коммуникации, следует провести обсуждение о том, могут ли другие лица, занимающиеся распространением информации, защищать свои источники информации так же, как журналисты<sup>18</sup>.

14 Глейзер Марк (2006 г.) Ваш гид по гражданской журналистике, сайт «*Media Shift*» 27 сентября 2006 г. <http://www.pbs.org/mediashift/2006/09/your-guide-to-citizen-journalism270.html> (по состоянию на 4 ноября 2011 г.)

15 Боуман Шейни/Виллис Крис (2003) Мы – медиа: Как аудитория формирует будущее новостей и информации, <http://www.hypergene.net/wemedia/weblog.php> (Letzter Besuch 03.11.2011)

16 Проф. Джей Поузен, [pressthink.org](http://pressthink.org)

17 Рекомендация № R (2000) 7 относительно права журналистов на нераскрытие своих источников информации.

18 ПАСЕ док. 12443 «Защита журналистских источников информации», доклад Комитета по культуре, науке и образованию, 1 декабря 2010 г.

В мире, в котором люди общаются на общественных или полуообщественных платформах, не так легко провести грань между профессиональной журналистикой и другими формами производства контента. Кроме того, в совместных работах, таких как вики, трудно определить индивидуального автора.

Нам не следует судить о контенте по его происхождению, сам контент должен соответствовать определению «журналистский», и это определение должно широко применяться.

Однако также необходимо отметить важность права на неприкосновенность частной жизни, защиту данных и конфиденциальность частной коммуникации, хотя она может происходить на тех же самых платформах, что и общественная коммуникация.

### **Социальные медиа и социальные сети в качестве инструментов для журналистов**

Социальные сети и социальные медиа в то же самое время предлагают журналистам отличный инструмент для исследований, также являющийся источником сюжетов. Twitter, Facebook или YouTube предлагают освещение другими журналистами и обычными гражданами многих событий, включая мероприятия, доступ к которым для журналистов ограничен, например, по причинам безопасности, финансовым причинам и прочим.

Использование инструментов Web 2.0 для этой формы исследования – или «краудсорсинга» – все еще слабо развито, и журналистам нужно вырабатывать навыки проверки источников, чтобы обеспечить предоставление точной и надежной информации. Недавние случаи<sup>19</sup> показали, что журналистам в значительной степени недостает умения проверять факты при работе с социальными медиа. Необходимо повышать осведомленность журналистов о социальных медиа и социальных сетях и разрабатывать инструменты для обучения работе с ними.

Социальные сети и социальные медиа также позволяют журналистам сотрудничать с коллегами и гражданами (массовое сотрудничество) в

<sup>19</sup> Лесбиянка в Дамаске делает признание, Washington Post, 12 июня 2011 г. [http://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/a-gay-girl-in-damascus-comes-clean/2011/06/12/AGkyH0RH\\_story.html](http://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/a-gay-girl-in-damascus-comes-clean/2011/06/12/AGkyH0RH_story.html) (по состоянию на 11 ноября 2011 г.).

Интернете, например, в вики или с использованием других инструментах для совместной онлайн-работы, а также посредством комментирования статей, проверки фактов и задействования «мудрости толпы».

Подотчетность является проблемой, даже когда речь идет об анонимной вики, и в этой области профессиональная журналистская этика должна получить дальнейшее развитие.







# Регулирование Интернета: глобальные проблемы и формирующиеся модели

Дуглас Гриффин<sup>1</sup> и Дитер Лорейн<sup>2</sup>

## Введение

С момента своего возникновения Интернет стал рассматриваться в качестве нового увлекательного средства информации, которое полностью изменило сферу коммуникаций, привело к возникновению «гражданской журналистики» и облегчило многие виды торговли, позволив снизить стоимость товаров. В 1996 г., когда Интернет только начинал проникать в жизнь узких слоев общества, Джон Перри Барлоу обратился к правительствам с письмом, в котором он заявил о «независимости киберпространства»:

«...киберпространство состоит из сделок, взаимосвязей и самих мыслей, сгруппированных в виде поднявшейся волны в паутине нашей коммуникации. Наш мир – это мир, который находится везде и нигде одновременно, но он лежит за пределами того пространства, где существуют наши тела... Мы окутаем всю Планету, чтобы никто не смог арестовать наши мысли».<sup>3</sup>

Заявление Барлоу создавало своего рода разделительную черту, поскольку оно подталкивало некоторых пионеров цифровой эры к бунту при упоминании любого рода регулирования Интернета, впоследствии стимулируя возникновение новой среды, благоприятной для процветания монополий. С того времени Интернет стал играть роль в массовых политических движениях, таких как «арабская весна», а также привел к радикальному изменению подходов к ведению бизнеса во всем мире. В 2011 г. лишь в одной Великобритании общий объем электронной торговли составил 408 миллиардов фунтов при уровне роста в 24.9%.<sup>4</sup> Стоимость Google, одной-единственной частной компании, которой с легкостью

1 Гриффит – директор компании “Albany Associates”

2 Лорейн – генеральный директор компании “Albany Associates”

3 <https://projects.eff.org/~barlow/Declaration-Final.html>

4 <http://www.indez.com/stats>

пользуется большинство людей, выходящих в Интернет каждый день, составляет более 200 миллиардов долларов с ежегодным доходом порядка 43 миллиардов долларов.<sup>5</sup> Что касается социальных медиа, LinkedIn стал важнейшим инструментом для набора новых сотрудников конкурирующими фирмами.

Некоторые характеристики Интернета также стали вызывать беспокойство правительств, которые стремятся поддерживать стандарты добропорядочности сети. Каким образом можно осуществлять мониторинг пагубного и незаконного контента и противостоять ему, если правительство не имеет полномочий по контролю над издателем? Каким образом можно вообще определить издателя? Какие действия может предпринимать правительство?

Данного рода дискуссии приобретают все более глобальный характер по мере того как Международный телекоммуникационный союз (МТС) занят вопросом, стоит ли регулировать Интернет на мировом уровне, и каким образом это можно было бы сделать. МТС функционирует при Организации Объединенных Наций и организовал Всемирные саммиты по информационному обществу в 2002 и 2004 гг., на которых международные делегаты обсуждали подход к управлению Интернетом с участием многих заинтересованных сторон. МТС подвергается давлению со стороны правительств, которые неспособны контролировать Интернет на национальном уровне, в то время как поборники свободы выражения мнения обеспокоены тем, что глобальное регулирование может умалить те качества, которые делают Интернет таким привлекательным средством коммуникации и уникальным инструментом для осуществления коммерческой деятельности. Отчасти критика процесса МТС заключалась в том, что общественность располагает малым количеством актуальной информации о ходе дискуссий. Все лето будут проходить запланированные встречи. До конца года планируется провести ряд важных мероприятий, включая Форум по управлению Интернетом в Баку в ноябре и рассмотрение данного вопроса на конференции МТС в Дубае в декабре.

Винсент Серф, «Интернет-евангелист» из компании Google, пишет о тех проблемах, которые могут возникнуть, если МТС начнет осуществлять надзор за Интернетом на основании «международных стандартов» и соглашений об

<sup>5</sup> <http://uk.finance.yahoo.com/q/ks?s=GOOG>

управлении Интернетом.<sup>6</sup> Такого рода законодательство лоббируют Китай, Россия и другие страны. Серф критикует МТС за то, что заинтересованные представители гражданского общества не участвуют в дискуссиях, хотя они, по его мнению, внесли свой вклад в развитие Интернета прежде всех остальных. В то время как некоторые полагают, что МТС может помочь в расширении доступа к Интернету в развивающихся странах, по мнению Серфа, вмешательство МТС приведет лишь к торможению экономического развития и нарушению основных прав и свобод человека.

Интересно отметить, что, по утверждению Серфа, сторонники регулирования со стороны МТС с настороженностью относятся к крупным американским компаниям (напр. Google и Facebook), получающим несоразмерные прибыли в связи с отсутствием регулирования. Он не вдается в подробности относительно данного рода обеспокоенности, но в свете споров о конфиденциальности, связанных с компанией Google<sup>7</sup>, а также скандала с первичным публичным размещением акций компанией Facebook<sup>8</sup>, вопрос с компаниями, которые становятся «слишком крупными во имя собственного блага», вполне понятен с точки зрения потребителя. Тем не менее, остается неясным, будет ли регулирование со стороны централизованного международного органа эффективным и будет ли оно осуществляться в интересах общественности.

### **Несколько попыток регулирования Интернета на международном уровне**

Достаточно прогрессивные системы регулирования Интернета существуют в трех регионах: странах Персидского залива (Саудовская Аравия и ОАЭ), Китае и Австралии. Невзирая на то, что все эти страны разнятся с точки зрения культуры, их попытки ввести систему регулирования Интернета могут послужить уроком для других стран, которые намерены сделать то же самое.

#### **СТРАНЫ ПЕРСИДСКОГО ЗАЛИВА**

ОАЭ и Саудовская Аравия используют программы-фильтры на уровне поставщиков Интернет-услуг (провайдеров), которые называются SmartFil-

6 [http://www.nytimes.com/2012/05/25/opinion/keep-the-internet-open.html?\\_r=3](http://www.nytimes.com/2012/05/25/opinion/keep-the-internet-open.html?_r=3)

7 <http://bits.blogs.nytimes.com/2012/02/26/growing-too-big-for-a-conscience/>

8 <http://news.yahoo.com/insight-morgan-stanley-cut-facebook-estimates-just-ipo-051601330--sector.html>

ter. Данное программное обеспечение предназначено для предотвращения доступа к определенным широким категориям информации, таким как порнография, ссылки на потребление наркотиков, азартные игры, религиозная пропаганда, а также к инструментам, позволяющим обойти данного рода фильтры. Главная проблема, связанная с таким подходом, заключается в том, что это слишком прямолинейный инструмент, ошибочно отфильтровывающий приемлемый контент (напр. блокируются результаты поиска по запросу «город Эссекс, Англия», потому что название города содержит слово «секс») и пропускающий некоторые виды контента незаконного и оскорбительного характера. Данного рода программное обеспечение также вызывает некоторые отрицательные ассоциации, так как зачастую оно применяется репрессивными режимами.

## АВСТРАЛИЯ

Регулятивный орган Австралии – Австралийская служба по коммуникациям и средствам массовой информации (англ. АСМА) – регулирует Интернет-контент посредством рассмотрения общественных жалоб. АСМА не обязана заниматься активным поиском нарушений – организация функционирует на основании схемы совместного регулирования, реализуемой федеральным правительством с привлечением общественности и представителей Интернет-индустрии. Как только служба получает жалобу, она должна ее расследовать, и если контент признан незаконным, АСМА велит компании, предоставляющей хостинг, удалить данную информацию. В случае неподчинения компания наказывается штрафом.

Совсем недавно правительство Австралии объявило о своих планах обязать австралийских поставщиков Интернет-услуг блокировать доступ к запрещенному Интернет-контенту с тем, чтобы лучше регулировать информационные ресурсы как внутри страны, так и за ее пределами. В настоящее время система жалоб не распространяется на запрещенный «контент», размещаемый за пределами Австралии, что является существенным недостатком, поскольку правонарушители могут с легкостью экспортировать информацию незаконного характера на континент.<sup>9</sup>

Австралийская ассоциация Интернет-индустрии разработала свой

<sup>9</sup> <http://www.lawhandbook.org.au/handbook/ch10s04s06.php#>

собственный свод правил, который дополняется АСМА там, где это необходимо. Данный свод правил является добровольным и предназначен для саморегулирования, хотя АСМА может обязывать поставщиков Интернет-услуг и компании, предоставляющие хостинг, к его соблюдению.

## КИТАЙ

Модель регулирования Интернет-сферы в Китае превосходит по своим масштабам попытки других стран и предполагает серьезные процедуры согласования и управления со стороны правительства. Любой социальный онлайн-ресурс должен быть зарегистрирован и одобрен правительством перед тем, как он сможет начать работать. Внутри китайского правительства работает шесть органов, регулирующих работу средств массовой информации, включая Министерство культуры, Министерство общественной безопасности и Министерство промышленности и информационных технологий. Для каждого отдельно взятого веб-сайта требуется регистрация ICP и/или IP. Только государственные агентства имеют лицензию на трансляцию новостей, и одно агентство (Xinhua) имеет право передавать важные и срочные новости.

Каждый в Китае имеет доступ к социальным сетям со своего мобильного телефона, но все, что расценивается в качестве угрозы национальной стабильности, подвергается мониторингу в рамках вышеуказанных социальных сетей, включая слухи о представителях высших эшелонов власти, новости о массовых движениях или бунтах, призывы к массовым действиям и порнографию. Все это создает трудности для лиц, занимающихся размещением социальных сетей, начиная с финансовых ограничений и заканчивая политическими вопросами, в результате чего из предприятия, чья деятельность сосредоточена на социальных сетях, весьма нелегко сделать бизнес. В то время как американские компании, такие как Facebook и LinkedIn, взрастили миллиардеров, китайские предприниматели, занятые в сфере социальных онлайн-сетей, с трудом остаются на плаву, так как инвесторы менее охотно идут на риск.<sup>10</sup>

Мониторинг информационного наполнения осуществляется в отношении пользователей, вызывающих подозрения властей, и слов, что означает, что

<sup>10</sup> Презентация Алекса Моу, соучредителя и генерального директора Zousa.com, Oxford Internet Institute, конференция по вопросам китайского законодательства и регулирования в области СМИ, 15-16 июня 2012 г.

некоторые личности в сети Интернет подвергаются наблюдению. Это вызывает вопросы о соблюдении прав человека, неприкосновенности личной жизни и безопасности личности.

Трудностью для регуляторов и правительства (что в принципе одно и то же) является то, что пользователи разработали сложные инструменты обходной навигации, помогающие справиться с брандмауэрами. Одним из таких примеров является возможность пользоваться виртуальными частными сетями (англ. VPN) для доступа к социальной сети Facebook, которая находится под запретом на китайских серверах. По мере обнаружения и закрытия VPN их пользователи переходят на новую виртуальную частную сеть, что похоже на постоянную игру «в прятки», которую, как показывает практика, грамотный пользователь всегда выигрывает.

### **Великобритания: изменение модели регулирования**

Как правило, когда мы говорим о проблемах, связанных с регулятивными рамками для средств массовой информации, мы заостряем внимание на какой-либо из систем, находящейся на ранней стадии развития, как, например, в Боснии, Косово, Ираке, Афганистане, Демократической Республике Конго, Руанде или Сомали. Компания “Albany” работает во всех вышеперечисленных странах по вопросам регулятивной деятельности начиная с 1997 г., и все они переживают тот или иной этап развития регулятивных рамок в области СМИ и Интернета. Однако последние события в Великобритании позволили выявить некоторые слабые стороны как внутри самих средств массовой информации, так и в их регулировании. Таким образом, с одной стороны можно рассматривать британскую модель в качестве положительного примера, но с другой стороны можно учиться на ошибках этой модели.

В настоящее время в Великобритании, стране, которая когда-то считалась оплотом свободы средств массовой информации и демократического независимого регулирования, само регулирование находится на стадии тщательного пересмотра. Недавние события, такие как несанкционированный доступ к мобильным телефонам и сведения о подкупе полицейских в целях получения информации о звездах и политиках со стороны британских СМИ, а также обвинения в адрес государственных чиновников, которые знали о вышеуказанных делах, послужили началом широкомасштабного и длительного расследования того, как работают

средства массовой информации в данной стране.

Если добавить к этому перспективу нового законодательства, технологических и рыночных изменений, то регулирование средств массовой информации станет предметом самого бурного обсуждения. По сути, сегодня регулирование СМИ находится на распутье, так же как это было двадцать лет назад, когда одному из видов средств массовой информации – печатным СМИ – было велено «почистить» свое собственное законодательство, иначе правительство прибегнет к законодательному регулированию. Печатные СМИ сделали это посредством мощной системы саморегулирования. Похоже на то, что настала очередная пора еще раз обратить пристальный взор на то, каким образом можно усовершенствовать регулирование, особенно в свете того факта, что Интернет играет все более весомую роль в обеспечении доступа к новостям, информации и развлечениям.

В июне 2012 г. министр внутренних дел Великобритании объявил о законопроекте о коммуникационных данных, призванном увеличить объем личных данных в Интернете, которые операторы в сфере телекоммуникаций обязаны хранить до двенадцати месяцев и обеспечивать доступ к ним чиновников (на основании ордера). Как было заявлено министерством, повышение объема хранимых данных, включая информацию о посещаемых веб-сайтах, является необходимым в связи с использованием социальных сетевых ресурсов и сайтов с онлайн-играми «преступниками и террористами», что позволяет им избегать наблюдения. Неправительственные организации и члены парламента отреагировали на законопроект критикой, поскольку, по их мнению, он зашел слишком далеко, и впоследствии приведет к нарушениям свобод невинных граждан. Как сказал один из членов парламента, правонарушители, которые должны быть пойманы благодаря данному закону, смогут обойти систему сбора данных, пользуясь услугами Интернет-кафе, прокси-серверами и посредством «взлома» беспроводных сетей других граждан.<sup>11</sup>

В ходе работы компании “Albany” по всему миру по предоставлению рекомендаций в сфере регулирования вещания, коммуникаций и прессы, нам пришлось столкнуться с огромным количеством самых разнообразных взглядов и моделей регулирования средств массовой информации.

<sup>11</sup> <http://m.bbc.co.uk/news/uk-politics-18434112>

Обсуждение различных моделей становится все более популярным, особенно в наши дни, когда некоторые страны стремительно переходят на цифровые технологии, что делает настоящую практику регулирования СМИ устаревшей в мгновение ока. Наша компания изучила множество точек зрения, осознавая тот факт, что невозможно взять одну конкретную модель регулирования и просто перенести ее в другую страну.

Тем не менее, в рамках работы компании “Albany” было выделено три принципа, которые служат в качестве основных отправных точек для регуляторов в любой стране.

Во-первых, пресса (в отличие от вещательных средств массовой информации), и покупаемая в киосках в печатном виде, и в виде публикации в Интернете, не должна контролироваться законодательными актами.

Во-вторых, свобода выражения мнения является основополагающим правом для удовлетворения человеческих потребностей, прав человека и социально-экономического развития, а посему она должна быть основополагающим принципом любого режима регулирования.

В-третьих, попытки ограничения Интернет-контента, даже если это представляется нежелательной мерой для сторонников свободы слова, зачастую вполне объяснимы с учетом свободы доступа и легкости в использовании. Однако нужно всегда помнить о том, что как, правило, люди ценят свободу и возможность выбора, что и является краеугольным камнем Интернета. Регулятор должен быть предельно осторожным и подходить к данному вопросу таким образом, чтобы сохранить открытость и творческое начало Интернета, а не регулировать только ради самого регулирования. Также несложно понять, почему некоторые правительства чувствуют себя исключенными из разработки политики в области Интернета, желая больше контроля над данным процессом. Действительно, как было сказано выше, ООН намерена вмешаться по данному вопросу в конце года путем проведения конференции по регулированию Интернета, где, судя по многочисленным слухам, будет обсуждаться тема международного контроля над Интернетом с применением возможностей по мониторингу и надзору, которыми обладает Международный телекоммуникационный союз.

Совсем недавно компания “Albany” также отметила тот факт, что регулятивный статус-кво может не предоставлять аудитории защиту



и гарантии, которые они ожидают, в мире со сверхскоростными широкополосными технологиями, стационарными и мобильными устройствами, в наши дни позволяющими передавать «контент» в прямом эфире, по запросу и через Интернет посредством подключенных телевизоров. В результате возникает потребность в более слаженном всестороннем подходе к цифровым СМИ, включая как обычное аналоговое вещание с одной стороны спектра, так и вещание посредством Интернета – с другой. Слаженный подход необязательно означает единую структуру, как например регулятивный орган, который занимается всем сектором целиком.

В Великобритании будущее регулирования прессы находится на стадии тщательного изучения в то время, когда газетные издания стремительно расширяют масштаб и сферу предлагаемых цифровых услуг, а потому данный вопрос должен рассматриваться в более широком контексте.

Существует четыре прямолинейных принципа, которые могут помочь нам определиться с курсом в сторону благоразумного пункта назначения для регулирования средств массовой информации в эпоху цифровых Интернет-технологий:

- Любого рода регулятивный режим должен начинаться и заканчиваться с учетом общественных интересов. Общественные интересы и доверие должны превосходить личностные коммерческие, политические или институциональные интересы.
- В тех случаях, когда регулирование считается абсолютной необходимостью, оно должно быть эффективным и способным к построению и поддержанию общественного доверия.
- Данный подход должен работать как для «традиционных» средств массовой информации, таких как вещательные и печатные, которые имеют четко очерченные границы, так и для цифровых СМИ, чьи границы более размыты.
- Последнее, но не менее важное, это то, что данный подход должен оказывать помощь, а не препятствовать бизнесу в отношении конкуренции, инвестирования и инноваций, тем самым укрепляя экономику в качестве узловой конструкции для цифровых услуг и творчества.

## Технологии и рынки

В начале этого раздела будут перечислены некоторые текущие и будущие технологии, которые будут определять технологические и рыночные разработки. Здесь также поднимаются важные вопросы, связанные с тем, каким образом осуществлять регулирование в такой стремительно изменяющейся цифровой среде. Даже если эти примеры привязаны к Великобритании, они все же могут послужить ценным уроком для других государств, начинающих работу в сфере регулирования.

- Очень скоро в Великобритании будет запущена широкополосная сеть четвертого поколения (4G), еще до принятия нового закона о коммуникациях. Эта новая технология позволит значительно усовершенствовать мобильную связь (возможность подключения) для 98% населения страны.
- Планшеты типа iPad от компании «Apple» и «смартфоны» будут напрямую подключены к данной сети, предлагая жаждущим мобильности потребителям сверхскоростное подключение, которое приведет к новым услугам, покрытию и подпискам.
- Телевизоры, подключенные к Интернету, будут в свою очередь подключены к фиксированной сети с невероятно высокой пропускной способностью, параллельно с совершенствованием распределения наземной и спутниковой связи.
- Услуги, сочетающие линейный просмотр с просмотром по запросу, станут обыденными. Электронная программа телепередач будет работать как назад, так и вперед, а поисковые архивы станут стандартом.
- Социальные сетевые сервисы на основном экране или параллельно на второстепенном экране будут часто обогащать наш опыт, а иногда – просто отвлекать нас.

Таким образом, что мы должны делать со всем этим с позиций регулирования? Можем ли мы поддерживать баланс между потребностью в свободе выражения мнения и регулированием, если средства массовой коммуникации развиваются со скоростью света?

В данного рода ситуации, когда мир все больше движется в одном направлении, просто невозможно предоставить комплексную защиту аудитории от сферы Интернета. По мере того, как на наши телевизоры попадает все больше разнообразного контента, риск возникновения вредоносной информации будет неизбежно расти. Более высокая степень свободы и доступа влечет за собой разрушение тех механизмов, которые мы традиционно использовали для защиты нашей аудитории. Мир, в который мы собираемся шагнуть, включает в себя мощное традиционное вещание наряду с невероятно благодатной почвой для нового информационного наполнения и приложений.

Тогда каковы же ожидания и приоритеты аудитории в данном мире? Целью последнего исследования Управления по делам радио, телевидения и предприятий связи (англ. OFCOM), единого регулирующего органа Великобритании, была оценка общественных ожиданий в отношении свободы в области Интернета.<sup>12</sup> Ниже перечислены некоторые ключевые результаты вышеуказанного исследования:

- Исследование показывает, что население признает важность свободы Интернета, но также видит существенное различие между телевизором в своей гостиной и доступом к Интернету через компьютер.
- Ожидания аудитории в отношении регулирования обычного вещания становятся все более высокими, однако она желает повышенных гарантий того, что информационное наполнение услуг, связанных с видео по запросу, будет защищено.
- Совмещенное (или подключенное к Интернету) телевидение, которое включает вещание, видео по запросу и открытые Интернет-услуги, больше рассматривается как непосредственно телевидение, а потому аудитория ожидает, что информация, передаваемая посредством данного рода устройств, будет регулироваться более строго, чем информационное наполнение Интернета, доступ к которому происходит через ноутбуки.

<sup>12</sup> <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/tv-research/946687/Protecting-audiences.pdf>

- Защита несовершеннолетних от пагубной информации рассматривается в качестве одного из наиболее важных аспектов существующей системы регулирования. Большая часть населения хотела бы, чтобы существующая (или даже более высокая) степень защиты распространялась на более широкий круг аудиовизуальных услуг и платформ.
- Аудитория желает получать большее количество информации – это позволит достичь понимания пользователей, что конкретно регулируется, а что – нет, в качестве части общей системы регулирования, которая будет для них ясна.
- Любопытен тот факт, что население ставит необходимость защиты частных данных ниже, чем опасность распространения вредной информации и защиту несовершеннолетних. Вероятнее всего, это вызвано тем, что, по мнению населения, факты вторжения в частную жизнь имеют место в отношении общественных деятелей, а не обычных телезрителей.
- Красной нитью через данное исследование проходит тот факт, что население довольно тем, как устроена система регулирования вещания в Великобритании. Граждане хотели бы видеть более высокую степень защиты в схожих сферах применительно к любого рода информации, которая попадает в их гостиные через телевизор. Другими словами – и это может показаться удивительным – аудитория жаждет больше регулирования, а не меньше.

Схожие исследования в других странах могут выявить другие точки зрения, но суть заключается в том, что для разработки режима регулирования, который удовлетворял бы потребности аудитории, защищал свободу слова, но в то же время шел в ногу с развитием технологий, проведение исследования представляется важным.

Каким образом мы должны реагировать на вышеперечисленные трудности и изменения в этом случае?

Прежде всего, нам всем следует стремиться к принципиальному сохранению духа открытости Интернета. Само по себе это представляется желательным вариантом развития событий. В свете сотен тысяч услуг, которые предоставляются пользователям из самых разных мест, находящихся далеко за пределами национальных границ и, что более важно, выходящих за пределы регулятивных полномочий, это также будет служить своеобразным актом признания того, что именно является практичным.

Вышесказанное не означает, что следует оставить людей, странствующих по просторам виртуального мира, без какой-либо поддержки. Правительства, регулирующие органы и представители самой индустрии должны предоставлять четкую информацию, проводить обучение и формировать рамки индивидуальной ответственности, на основании которых отдельные граждане и семьи будут в состоянии сделать осознанный выбор. Общественность должна надлежащим образом информироваться как о старой, так и о новой политике в этой сфере.

Более того, если что-либо выглядит, походит или функционирует подобно телевидению, но на самом деле транслируется посредством Интернета и попадает в гостиные наших граждан, нам потребуется что-то, что будет удовлетворять ожидания аудитории и предоставлять соответствующую степень гарантий.

В этом смысле выработка ключевого набора принципов и целей, которых будут придерживаться на всем пространстве средств массовой информации с его многообразием и с различными регулятивными системами, представляется одним из возможных путей развития. Такой набор принципов может быть разработан и установлен между различными регулирующими органами, которые появятся на свет в результате текущих дебатов. Они могут решить обнародовать минимальные стандарты вне зависимости от характера предоставляемой услуги либо связанных с ней конкретных регулятивных положений.

В самом деле, в Великобритании своды правил Управления по делам радио, телевидения и предприятий связи (OFCOM), Комиссии по жалобам на прессу (орган саморегулирования печатных СМИ) и BBC (государственная вещательная компания) содержат очень много схожих положений и неплохо работают все вместе.

Работу Комиссии по жалобам на прессу (англ. «PCC») осуществляет группа, состоящая из представителей как печатных средств массовой информации, так и гражданского общества. Несколько лет назад в результате нарастающего давления граждан в виде жалоб на онлайн-публикации Комиссия расширила свой мандат (при полном благословении прессы), включив в него издания, которые имеют онлайн-версию. Эта мера оказалась чрезвычайно успешной, позволив повысить точность и сбалансированность информации, выкладываемой в Интернете.

В настоящее время идет процесс постоянного увеличения количества участников саморегулирования (и скорее всего, это будет продолжаться и в будущем), в рамках которого печатные средства массовой информации, которые соглашаются быть связанными правилами Комиссии, занимаются саморегулированием. Таким образом, те, кто не присоединяются к данным правилам, остаются за пределами системы саморегулирования. Однако, новые участники присоединяются постоянно, и скоро присоединившихся будет больше, чем тех, кто остался по другую сторону.

В определенный момент времени предпринимались целенаправленные попытки расширить мандат Комиссии, включив в него все остальные онлайн-издания, не имеющие печатной версии, но это было бы непрактичным и, вероятнее всего, неосуществимым. Ключевой момент в данной ситуации – заручиться поддержкой прессы до введения режима саморегулирования Интернета.

## **Выводы**

Первое – это потребность осмыслить и удовлетворить запросы аудитории в отношении того, какого рода регулирование им хотелось бы видеть или какое регулирование им необходимо.

Второе: меры по регулированию должны быть сбалансированы с тем, что мы знаем о характере различных средств массовой информации, с нашими ценностями, которые могут вступать в противоречие с регулированием. Одним из таких примеров являются свободы, на которых основывается Интернет.

Третье: существует потребность в общем слаженном подходе к цифровым средствам массовой информации, который включал бы аналоговое вещание с одной стороны и онлайн-публикации – с другой. Регулирование прессы находится на стадии тщательного изучения во всем мире в то время, когда газетные издания стремительно расширяют масштаб и сферу предлагаемых цифровых услуг. Слаженный подход позволит предвосхитить будущее развитие событий в мире, в котором строгие границы, определенные традиционными способами предоставления информации, попросту растворятся.

Четвертое: для того, чтобы регулирование было и независимым, и эффективным, следует соблюдать достаточно четкий набор критериев, либо целиком, либо в большинстве его принципиальных моментов. Безусловно, следует всегда принимать во внимание местный контекст в отдельно взятых странах, но важно отметить, что соблюдение международных стандартов позволит гарантировать, что принимаемые меры не были слишком строгими или чрезмерно мягкими.

И последнее: следует стремиться к простоте и ясности общей регулятивной системы. Это именно та цель, которая будет хорошо служить обществу, вместе с тем способствуя более широкому интересу к созданию положительной среды для инвестиций, инноваций и творческих подходов в бизнесе.

Самое главное, независимо от того, какой подход будет выбран, решающим испытанием по-прежнему будет способность системы и ее отдельно взятых элементов формировать и поддерживать доверие общества, способствовать росту данной индустрии, шагать в ногу с современными технологиями и соответствовать ценностям, связанным со свободой выражения мнения.





# Цифровые медиа и рынок интернета: аудитория, мультимедийный контент, бизнес-модели

**Анна Качкаева<sup>1</sup>**

*«В XXI веке миллионы простых, психологически нормальных людей окажутся в резком конфликте с будущим. Будучи гражданами самых богатых в мире и наиболее технически развитых стран, многие из них все с большим трудом будут поспевать за непрекращающимися требованиями перемен, которые характерны для нашего времени. Для них будущее наступит слишком быстро».*

*Э. Тоффлер*

## **Технология формирования будущего. Архитектура технологий и технология продукта**

Многие родители современных детей понимают, что имеют дело с «цифровым поколением», которое обгоняет их в освоении возможностей новых коммуникационных технологий. Это поколение новых пользователей будущим медиаконтентом и работников наступающей «экономики впечатлений» называют: многозадачным (привычка к одновременному использованию 3-4 коммуникативных устройств и включенность в несколько медиа-сред), «смотрящим» (мир все больше воспринимается через визуализацию информации с помощью «картинок»), вуайеристским (современная коммуникация узаконила подсматривание и трансляцию жизни), интерактивным (включенным в жизнь людей и сообществ с помощью мобильных устройств и соцсетей), проектным (коммуникация – частая, доступная, на удаленном доступе, виртуальная – становится основой креативных работников проектного бизнеса, для которого не обязательно ходить на службу, а можно иметь идею, единомышленников, ноутбук и подключение к сети). Уже сегодня можно говорить, что нынешний человек, прежде всего, человек коммуникационный.

---

<sup>1</sup> Декан факультета медиа-коммуникаций НИУ ВШЭ, обозреватель «Радио Свобода» (Россия)

## Философия «цифровых медиа». Мультимедиа, кросс-медиа, транс-медиа.

Почему происходит увеличение роли коммуникаций? Как связана сеть с ее горизонтальной природой связей с массовой и интерперсональной коммуникацией? У сетей появляется новая власть. Они связывают эти два мира, эти две формы коммуникации, хотя такая «связь» не является чем-то особенно новым и опирается на уже сформировавшуюся практику связей двух моделей коммуникации. Но главное, что стоит иметь в виду, «социальные медиа» – новые каналы коммуникации – становятся драйверами перемен.

Новые интернет-технологии и мобильность рождают новый тип «социального продукта», связанного с архитектурой этих технологий. За счет «узкого вовлечения активных групп» растет индивидуализация потребления. Утверждается «отношенческая виртуальность» (*«imaginaire relationnelle»*), как оппозиционная практика использованию компьютера как «рациональной реальности». Усложняются, виртуализируются формы развлечения, в основу которых активно закладывается игра и сценарность как способ жизни (обмен фантазмами, построение вокруг себя «спектакля» (*«mise en scène de soi»*), игра с идентичностью).

Мультимедиа, кросс-медиа, трансмедиа – эти новые характеристики медийности принципиальны. Мультимедийность ведет к инструментальной универсальности платформ, которые становятся кросс-медийными, а в основе производства лежит «сюжет», а не тип медиа. Трансмедийность и конвергенция становится философией контента, платформ, новых профессий и современных потребителей медиа. Меняется роль журналистов. Они уже не только фиксируют, добывают, снимают, пишут. Они выбирают, проверяют (или не проверяют!), «упаковывают» информацию очевидцев, вооруженных мобильными телефонами, ведущими блоги, пишущими sms-сообщения, обменивающимися информацией в социальных сетях. В редакциях «дирижируют» информационными потоками, в бизнес-подразделениях СМИ занимаются кросс-маркетингом. Мультимедийность влияет на конкурентоспособность СМИ, меняются стратегии традиционных СМИ и их онлайн-версий, как маркетинговый инструмент развиваются понятия «дополненная реальность» и «second life» (способ виртуального существования как человека, так и медиа).

Увеличивается значимость цифровых медиа для активной аудитории, растет и объем времени, проводимого пользователем в Интернете. Падает доверия пользователя к традиционной рекламе и маркетингу. Сегодня не только печатные версии газет, традиционное радио, но даже и массовое эфирное телевидение сдают позиции перед Интернетом как каналом коммуникации. Скорость, мобильность, мультимедийность универсальность, интерактивность – вот ключевые слова современной редакции и медиа-пространства. Аудитория – ее все чаще называют «провайдерами журналистики» – становится соучастником процесса производства мультимедийной информации, прежде всего зрелищной (фото, видео, клипы).

### **Рунет и «цифровое» будущее**

Рынок Интернета в России (интернет-СМИ, СМИ в Интернете, онлайн-сервисы) бурно развивается. Ежемесячная аудитория Рунета в 2012 году в России – 57,8 млн. чел. (50% населения старше 18 лет); охват – 49%. Рынок Интернета в России составил в 2011 г. 54 трлн. руб. (1,4–1,7 % от ВВП России – данные Российской Ассоциации электронных коммуникаций). В возрастных группах до 45 лет Интернет превосходит по охвату все остальные медиа, включая телевидение. Аудитория мобильного Интернета растет в два раза быстрее, чем стационарного (источник: TNS Web Index, Россия, города 100 000+, возраст 12+, январь 2012. Связной, 2011), что делает российский рынок Интернета одним из самых перспективных в Европе. Аудитория «Яндекса» в апреле 2012 года впервые превысила аудиторию «Первого канала» телевидения: «Яндекс» посещали 19,1 млн. человек в день, а «Первый канал» смотрели 18,2 млн. человек в день (данные TNS). При всех оговорках по поводу сравнимости результатов телесмотра и пребывания на портале поисковика, тенденция и показательная, и символическая. Теперь телевидение называть самым массовым медиа можно уже с оговорками. Сетевизоры на радио, он-лайн трансляции на порталах агентств и радиостанций, радионовости на сайтах газет, инфографика, анимация, комиксы, фото-фильмы и аудиослайд-шоу – везде. Таков уже привычный набор содержания современного мультимедийного СМИ.

Важнейшая тенденция развития новой медийности – скорость и наличие миллионов непрофессионалов, которые вступают в конкуренцию с профессионалами по производству контента. Для российских медиа

осознание окончательно проигранной битвы за скорость информации с сетями пришло после трагического теракта в аэропорту Домодедово (пользователи социальных сетей опередили все СМИ, а СМИ широко привлекали и контент очевидцев). Любую современную редакцию трудно сегодня представить без активного продвижения в социальных сетях, без специальных рубрик (варианты разнообразных мобильных репортеров), стимулирующих (за славу или за деньги) прежних потребителей информации становится ее производителями. Социальные медиа больше, чем традиционные, ориентированы на дискуссию и создание новых ценностей. Это природное свойство социальных медиа и используют наиболее продвинутые традиционные медиа для создания лояльной аудитории и отработки новых бизнес-моделей в «цифровой среде».

Современные медиа помогают самореализации людей, созданию социальных сообществ, особенно на малых рынках. Изначально эти процессы связаны с желанием персональной коммуникации, поэтому социальные медиа – диалоговые по сути. Местные муниципальные газеты, перетекая в сеть, становятся площадками для решения проблем местных сообществ. Яркий пример – газета небольшого городка Бердска под Новосибирском и спецпроект «Хочу в садик!». Молодые мамы с помощью журналистов и возможностей социальных медиа (общение, выкладывание документов, координация действий и контроль за решениями администрации) добились прозрачности ситуации в распределении мест в детских садах, очереди в которые стали в последние годы настоящим бедствием российских городов). Все, что коллективно создается и вместе пишется (блог-хостинги, страницы в социальных сетях, Википедия и пр.) создает новую социальную среду, которая все чаще выступает драйвером социального действия.

Разумеется, сеть – это не только благо. Власть сетей, как всякая власть, может быть употреблена по-разному. Попадающее в Интернет может быть мгновенно распространено, потому что падает значение «входного контроля» (gatekeeping) на входе социальной сети, хотя растёт значение «входного контроля» на входе в Интернет в целом и масс-коммуникационную среду Интернета (на которую ссылается социальная сеть). Власть сетей может реализовываться через корпоративный контроль телекоммуникационной и медиа-среды. По мысли Мануэля Кастельса, корпоративная власть сетей – это навязывание продуктов, услуг, потребления, а политическая власть сетей связана со способностью

«контролировать вход» политических сетей в медийные сети. Внутрисетевая власть реализуется через процедуры контроля «повестки дня».

Сетеобразующая власть находится в руках группы корпораций и холдингов.

## **Social media и СМИ. Зарядка пользователя от сети**

Поскольку сетевая власть – тоже власть, то очень важно понимать как в «сетях» живут миллионы. Россия стоит на первом месте в Европе по популярности социальных сетей. Средний российский пользователь «сидит» в социальных сетях 9,8 часа в месяц, в то время как европеец только 4 часа.

Осознающим масштаб грядущих перемен медиа-менеджерам хотелось бы «поженить» телевидение с его пассивным просмотром с активностью социальных сетей. В этом видится возможность обеспечить ренессанс телевидения, которое теряет зрителей. Технология Смарт ТВ предоставляет такую возможность (на техническом уровне – смарт-визоры уже выпускаются, и в них встроены возможности выходить в сети или в скайп во время просмотра и делиться впечатлениями; Самсунг и LG предлагают уже и сервис оплаты через смарт-кошелек), а телекорпорации – часто самые неповоротливые из традиционных медиа – начинают осознавать вызовы и вырабатывать принципы и правила работы с телевизионным контентом в социальных сетях. Итак, «большое» телевидение может, конечно, побороться с сетями. Но продуктивнее, безусловно, интегрироваться. Для этого старейшие и молодые компании предлагают разные способы:

- организовать нелинейную жизнь вокруг ТВ, погружать, вовлекать зрителя в жизнь редакции (редакционные летучки на «Дожде» в России и специальный сайт про то, как делаются новости – «внутренне редакционные внутренности» – на CNN);
- учить получать удовольствие от рассказывания историй и давать зарабатывать (конкурсы для зрителей на программирование канала на Current TV и привлечение пользователей для создания контента новостей на России 24);
- «присаживать и выращивать лояльность», создавая сайты и страницы в соцсетях, посвященные программам, героям, актерам (примеры сериалов и комедийных шоу российских каналов ТНТ и

СТС);

- делать соучастниками, когда за любимый контенте зрители-пользователи могут бороться, продлевая его экранную и сетевую жизнь, как было, например, с программой «Топ Гир»;
- создавать «вторую жизнь» телеконтента (Mid America-Novelties – про магазин, который торгует «модными товарами из Урюпинска». Помимо шоу в Интернете есть он-лайн версия самого магазина, где реально можно купить товары, розыгрыши, пародирующие работы подобных магазинов, в которых со зрителем-пользователем общаются герои сериала, предусмотрена возможность виртуальных подарков на Facebook в виде товаров из магазина. Еще один сериал «Shit My Dad Says» – ситком CBS, сделан на основе популярного аккаунта в Твиттере (про парня, живущего со своим отцом).

Уже не за горами и следующая после «присаживания» и «второй жизни» стадия – это, так сказать, «имплантация». Уже появился сервис «Hulu» – это телевизионный агрегатор, предложивший приложение для «Фейсбука», с помощью которого можно смотреть видео с друзьями и оставлять комментарий, имплантируемый в видео. Или устройство, которое доставляет видео на телевизор пользователя из любого источника, позволяя не только обсуждать впечатления от просмотра, но и вырезать понравившееся видео и поделиться им, допускает формирование своего собственного канала, включая собственную трансляцию.

Коммуникация с аудиторией 24/7, использование transmedia storytelling, реализации digital-спецпроектов, создание second life, «имплантация» – уже в буквальном смысле интеграция людей и девайсов.



**Второе заседание: Развитие в сфере  
социальных медиа и СМИ в целом  
в государствах Центральной Азии**







# Роль новых медиа в современной журналистике Казахстана

Диана Медведникова<sup>1</sup>

Во-первых, мне хочется выразить благодарность организаторам конференции за их постоянный интерес и внимание к проблемам медиа в Центральной Азии. Было бы сложнее решать различные вопросы без поддержки и участия международных организаций и, в частности, ОБСЕ.

Для начала мне хотелось бы сообщить немного статистики, чтобы создать картину о ситуации на медиарынке Казахстана. Сегодня в Казахстане, по данным Министерства культуры и информации, действуют 2.695 СМИ, из которых 90% составляют газеты, 9,5% – электронные СМИ и 0,5 % – информационные агентства. Ежегодно, по данным министерства, количество СМИ увеличивается на 1.000-1.200 единиц. Формально 85% СМИ являются независимыми, а лишь 15% – государственными. Однако эти оптимистичные цифры не отражают в полной мере ситуацию на рынке СМИ в Казахстане.

В первую очередь необходимо сказать об изменениях в законодательстве о СМИ за последний год. Позитивно можно охарактеризовать реформу гражданского законодательства. С апреля прошлого года юридические лица, подающие иски о защите чести, достоинства и деловой репутации, не имеют права требовать возмещения морального вреда. Это очень важная норма для Казахстана, поскольку в предыдущие годы медиаэксперты активно доказывали, что юридические лица не могут испытывать моральных страданий и, соответственно, нелогично доказывать это в суде. Часто подобные иски приводили к непосильным финансовым тяготам для СМИ, которые выступали в роли ответчиков в гражданских процессах.

Кроме того, внесены очень незначительные изменения в законодательство об уголовном преследовании за клевету, которые, к сожалению, не достигают главной цели – декриминализации клеветы.

Также месяц назад в Казахстане была представлена новая концепция

---

1 Президент ОФ «Североказахстанский правовой медиа-центр»

Уголовного Кодекса. Несмотря на то, что ранее много говорилось об ожидаемой гуманизации кодекса, новый документ предполагает усиление ответственности за оскорбление и клевету. Учитывая, что сегодня за клевету кодекс предусматривает до пяти лет лишения свободы, остается только с ужасом догадываться, как разработчики документы планируют ужесточить наказание.

Позитивным моментом можно назвать законопроект «О доступе к публичной информации», который разрабатывался несколько лет и, как ожидается, будет принят в этом году. На этот закон медийное сообщество возлагает большие надежды. Планируется, в частности, что он поможет внедрить на практике эффективные механизмы предоставления информации и усилить ответственность чиновников за отказ в доступе к общественно значимой информации.

Остальные нововведения в законодательство направлены в основном на усиление контроля государства за происходящим в сфере СМИ. Несмотря на активное сопротивление со стороны экспертов и журналистского сообщества, в конце прошлого года был подписан закон «О телерадиовещании», который в значительной мере усиливает государственный контроль над электронными СМИ и ограничивает право граждан на свободу выбора. Также был принят закон «О национальной безопасности», в котором информационное воздействие на сознание, связанное с преднамеренным искажением и распространением недостоверной информации, относится к угрозам национальной безопасности.

Большие споры вызвал законопроект «О защите персональных данных», представленный недавно Министерством внутренних дел. Есть опасения, что он позволит публичным лицам стать еще более закрытыми для прессы. Пока этот документ только обсуждается.

Подходя к ситуации со свободой слова, можно сказать, что положение Казахстана нельзя назвать завидным. В рейтинге Freedom House наша страна заняла 175-е место среди 197 государств. По сравнению с прошлым годом рейтинг Казахстана опустился на три позиции.

К сожалению, многие проблемы остаются нерешенными и нерешаемыми.

По-прежнему непрозрачна ситуация на рынке масс-медиа; неизвестно точно, кто является собственником того или иного СМИ. Процветают медиагиганты – государственные холдинги, полностью финансируемые из бюджета и как, следствие, пропагандирующие исключительно политику государства. По результатам исследования «Медиацентра», в год СМИ получают более 30 миллионов долларов на проведение государственной политики. Более того, в этом году, по данным бюджета Министерства культуры и информации, на проведение государственной информационной политики только для двух телеканалов, «Хабар» и «Казахстан», заложено более 20 млрд. тенге. Это примерно 135 млн. долларов на два телеканала. Каким образом оценивается эффективность траты этих средства – совершенно непонятно. Таким образом, подрываются нормальные конкурентные отношения, и независимым СМИ крайне сложно развиваться как бизнесу.

По-прежнему очень развита практика самоцензуры в редакциях, особенно в тех, где журналистам заранее известны правила игры и где редакционная политика очень четко ограничена владельцем СМИ.

Критической остается ситуация с нападениями на журналистов. В апреле был жестоко избит журналист независимого издания «Уральская неделя» Лукпан Ахмедьяров. Он сам и его коллеги уверены, что происшествие связано с его профессиональной деятельностью, однако следствие официально эту версию не рассматривает. В октябре прошлого года в Актау были избиты оператор и журналист портала «Стан-ТВ». Они тоже уверены, что происшедшее связано с их работой.

Также в начале года в течение почти двух месяцев находился под арестом главный редактор оппозиционной газеты «Взгляд» Игорь Винявский, обвиняемый в попытке свержения конституционного строя. В итоге обвинения в его адрес были смягчены, а сам он был освобожден по амнистии.

Хочется отметить, что Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ всегда незамедлительно реагирует на проблемные события в масс-медиа Казахстана, что является большой поддержкой для казахстанских журналистов и помощью в отстаивании их прав и свобод.

На фоне достаточно сложной ситуации со свободой слова в Казахстане активным ходом идет интернетизация всей страны. Число интернет-пользователей стремительно растет, несмотря на то, что данные об их количестве несколько разнятся.

По данным Агентства по статистике, в 2011 году доля пользователей Интернета достигла 53,4 %. (в прошлом году 34%) от общего количества населения. Рост составил почти 60%. В конце прошлого года Министр связи и информации Аскар Жумагалиев заявил, что количество пользователей Интернета перевалило за 40-процентный рубеж. По его словам, Интернетом пользуются около семи миллионов человек. Он же пообещал, что к 2015 году каждый казахстанец будет обеспечен широкополосным доступом в Интернет.

В апреле этого года Президент Нурсултан Назарбаев заявил, что Интернетом в Казахстане пользуются уже 70% населения, и большая часть – это молодежь.

По последним данным, озвученным в мае пресс-службой Министерства транспорта и коммуникаций, количество интернет-пользователей выросло до 9 млн. 400 тысяч человек.

По данным Министерства информации, в доменной зоне .kz зарегистрировано около 60.000 имен. Ежегодный рост составляет 20-25%. Но Казахский Центр Сетевой Информации (КазНИК) утверждает, что из зарегистрированных 71.754 доменов реально работают не более 25%. По данным пресс-службы Премьер-министра Кажимкана Масимова, в 2011 году скорость Интернета повысилась в два раза, стоимость оптового Интернета снижена на 65%, рост пользователей составил 34%.

К сожалению, сохраняется достаточно сильная монополия на интернет-рынке, и пальму первенства здесь держит компания с государственным участием – Казахтелеком. Из-за того, что достойной конкуренции на рынке практически не существует, цены на Интернет на порядок выше, чем в европейских странах.

Молодежь в основном активна в социальных сетях Фейсбук, Твиттер, В Контакте, Мой Мир. Небольшой процент смотрит телевидение онлайн.

Что касается журналистов, сегодня возможность вести свои блоги и страницы является своеобразной альтернативой традиционной журналистике, особенно для тех журналистов, которые работают в провластных изданиях. Многие журналисты очень активны в Интернете и используют новые медиа в качестве дополнительного инструмента распространения информации.

На этом фоне острой проблемой стоит вопрос блокирования сайтов. По данным фонда «Адил соз», в 2011 году на территории Казахстана официально, по решению суда, за содержание пропаганды религиозного экстремизма и терроризма были заблокированы более 150 сайтов. Некоторые сайты периодически блокируются безо всяких объяснений, причем никто не берет на себя ответственность за это. И самое тревожное, что все это делается под завесой тайны и секретности; информация о том, какие сайты и по каким причинам были заблокированы, недоступна для общества.

Законодательство о регулировании Интернета в Казахстане – это одна из самых популярных и обсуждаемых тем сегодня. Как известно, в 2009 году интернет-ресурсы были законодательно приравнены к СМИ, и это стало предметом бурного обсуждения в обществе и экспертной среде. Тот факт, что на любой интернет-источник распространяются те же меры ответственности, что и на печатное СМИ, до сих пор вызывает ожесточение в журналистской среде. Желание госорганов предохранить население от «неправильной» информации и навязывание определенного статуса всем каналам распространения информации в Интернете – это однозначно превышение допустимых пределов ограничения свободы выражения мнения.

Определенные страхи вызывают частые и регулярные попытки государства регулировать все происходящее в Интернете. Это касается, во-первых, ужесточения норм авторского права и охраны интеллектуальной собственности в Интернете. Последние изменения в Уголовном Кодексе и в Кодексе об административных правонарушениях предусматривают уголовную и административную ответственность за размещение

в Интернетe нелегального контента. И кроме того, ответственность эта распространяется не только на владельца сайта, но и на пользователей, размещающих контент в сети. Все это определено является для многих журналистов своеобразным сдерживающим фактором.

В Концепции информационной безопасности Казахстана, утвержденной Президентом в конце прошлого года, красной нитью проходит мысль о необходимости контролирования, стимулирования и внедрении оптимальной модели развития «казнета». С одной стороны, теоретически государство преследует благую цель, с другой – излишне вмешивается в деятельность рынка СМИ, предпринимая бесконечные попытки взять под контроль все, что здесь происходит.

Остается добавить, что недавно международная организация «Репортеры без границ» опубликовала ежегодный список стран, которые препятствуют свободе слова во Всемирной сети. Казахстан попал в категорию «стран, которые находятся под надзором».

Необходимо отдельно сказать о развивающейся системе государственных электронных услуг и электронном правительстве. С каждым годом появляется все больше сервисов, доступных населению в Интернетe. Это и регистрация различных документов, и электронная подпись и другие услуги. К сожалению, это не помогает полностью искоренить коррупцию, на что возлагались большие надежды, но, тем не менее, это позволяет выносить на публичное обсуждение многие важные проблемы.

В последнее время журналисты стали все чаще общаться с высокопоставленными чиновниками посредством личных блогов, к примеру, блогов министров. Не всегда это приносит результат, но дает возможность «достучаться до небес». Кроме того, некоторые проблемы, о которых пишут в блогах граждане, становятся предметом журналистских расследований и попадают в поле зрения правоохранительных органов.

Надо отметить, что государство в последнее время активно проводит политику поддержки и развития Интернет-версий печатных изданий. Так, АО «Казконтент» бесплатно разрабатывает сайты для областных и казахоязычных изданий. Для малобюджетных изданий это очень хорошая помощь и возможность интегрироваться в интернет-пространство.



Отдельная тема – это появление электронных версий печатных изданий. До сих пор этот процесс идет довольно сложно. Во-первых, владельцам сложно понять, каким образом можно зарабатывать на функционировании сайта, во-вторых, не все понимают, что сайт может быть не просто копией газеты, а самостоятельным интернет-изданием. Но, тем не менее, сайты появляются, становятся популярными, и именно там расцветает гражданская журналистика. На многих сайтах есть рубрики «народные новости», что дает возможность привлекать общество в качестве ньюсмейкеров, устанавливать качественную обратную связь и увеличить свою целевую аудиторию. Но здесь существует ряд проблем, связанных с цензурой. Владельцы СМИ обязаны самостоятельно контролировать контент форумов и комментариев, чтобы не стать ответчиками в судебном процессе. Поэтому на сайтах СМИ многое модерируется и удаляется.

Если говорить о прогнозах развития «казнета», то можно отметить несколько направлений. Во-первых, дальнейшее бурное развитие конкурентной среды, привлечение новых пользователей, увеличение числа пользователей систем электронных платежей, популяризация информационных сайтов, политических блог-платформ, социальных сетей. Немалую роль в этом процессе сыграл запуск сотовой связи третьего поколения 3G.

Во-вторых, в этом году произошло резкое увеличение числа мероприятий, связанных с Интернетом. Это «Баркемп», «Интернет Форум СА», «Казахстанская неделя Интернета», Национальная Интернет-премия «AWARD», съезд казахскоязычных блогеров, блог «Кемп Курылтай», «Жас Кемп», различные Интернет-конференции.

Однако существуют серьезные опасения относительно инвестиционной привлекательности «казнета», и это доказывает неравномерность распределения рекламных денег среди российских и казахстанских сайтов. Зачастую у нас есть хорошие идеи, но нет средств, чтобы развивать Интернет-ресурс. Большинство казахстанцев до сих пор предпочитает отечественным ресурсам российские, и это связано с общим языком, развитыми соцсетями и разницей в объеме рекламных денег.

Подводя итоги, хочется сказать, что развитие прессы и свободы слова в Казахстане в большей степени связано именно с политической ситуацией в стране и от того, какую степень самостоятельности готово предоставить

государство средствам массовой информации. К сожалению, сейчас мы видим усиление государственного вмешательства, ужесточение законодательства и желание контролировать все процессы, происходящие в СМИ. Но необходимо отметить, что на этом фоне заметно растет гражданская активность общественных деятелей, правозащитников, журналистов, и это, к счастью, становится все более привычным явлением.





# Традиционные СМИ и социальные медиа в Кыргызской Республике

Артем Горяйнов<sup>1</sup>

Наряду со стремительным развитием новых СМИ в Кыргызстане продолжают развиваться и традиционные средства массовой информации, все больше пересекаясь и переходя в конвергентную форму, где в одном продукте используют различные виды медиа. Во многом традиционные СМИ продолжают оставаться основным источником информации; особенно в сельских регионах Кыргызстана, где уровень внедрения Интернета и компьютерная грамотность населения остаются все еще на низком уровне.

В 2010 году в Кыргызстане появились общественные радио и телевидение, запущена государственная программа по переходу на цифровое вещание до 2015 года.

Одним из факторов, оказавших большое влияние на развитие как онлайн-овых, так и традиционных СМИ, стала декриминализация в 2011 году статьи «Клевета». Дополнительным стимулом для роста количества онлайн-изданий в Кыргызстане является то, что интернет-издания не попадают под закон «О средствах массовой информации» и не требуют лицензирования. Тем не менее, в кыргызском законодательстве существуют такие понятия как «оскорбление», «защита чести, достоинства и деловой репутации», а также «разжигание межнациональной розни». Они могут служить основанием для привлечения к уголовной и административной ответственности как онлайн-овых, так и традиционных изданий.

По данным организаций, занимающихся вопросами СМИ, в Кыргызской Республике сейчас насчитывается около 400 зарегистрированных СМИ, из них свыше 200 осуществляют активную деятельность. Поскольку понятие «СМИ» в кыргызском законодательстве имеет достаточно широкое определение, государственные органы заверяют, что в Кыргызстане зарегистрировано более чем 1.300 СМИ.

---

<sup>1</sup> Горяйнов - заместитель директора Общественного фонда «Гражданская инициатива по Интернет-политике».

В стране около трех десятков частных и государственных телевизионных каналов, но лишь некоторые из них вещают на весь Кыргызстан; эфиры большинства каналов распространяются на столицу и ее окрестности. В некоторых регионах есть местные телекомпании и радиоканалы, вещающие исключительно на определенный регион. Наибольшей популярностью у населения пользуются станции развлекательного характера.

В стране выходит около 140 газет, из них примерно 80 – на кыргызском языке. Традиционные газеты продолжают занимать видное место среди СМИ. Доказательством тому служат тиражи некоторых изданий. К примеру, тираж пятничного выпуска газеты «Вечерний Бишкек» доходит до 50 тысяч экземпляров, причем ежедневная посещаемость веб-сайта газеты достигает 3-4 тысяч человек. Правительственные печатные издания – русскоязычная газета «Слово Кыргызстана» и кыргызскоязычная газета «Кыргыз туусу», основанные в начале 20-х годов прошлого века – не утратили своего статуса даже после нескольких смен правительства. Они до сих пор остаются рупорами государства. Правда, тиражи этих изданий весьма скромные – от 5 до 7 тысяч экземпляров.

В последнее время становится все заметнее вытеснение с арены кыргызстанских СМИ русскоязычных медиа за счет увеличения количества изданий на кыргызском языке. Четыре года назад на долю газет, информагентств, телевидения и радио, выходивших на русском языке, приходилось свыше 50 процентов рынка СМИ. В настоящее время ситуация стремительно меняется в пользу кыргызоязычных СМИ. В большой степени это обусловлено снижением роли русского языка, уменьшением количества носителей языка и общим падением уровня журналистики в Кыргызстане. Низкий уровень зарплат в СМИ вынуждает русскоязычных журналистов, достигших определенного профессионального уровня, искать работу за рубежом.

Темпы роста количества пользователей Интернета в Кыргызской Республике являются самыми высокими в Центральной Азии. На сегодняшний день можно констатировать, что количество активных пользователей Интернета достигло более 30 процентов от общего числа жителей страны. 70 процентов интернет-пользователей – это жители столицы, остальные 30 процентов приходятся на регионы и только пять

процентов на сельские районы. Около 60 процентов пользователей Интернета – молодежь от 12 до 25 лет.

При этом нужно отметить, что именно Интернет, а точнее социальные сети и форумы, были и остаются для граждан Кыргызстана местом активного самовыражения, где можно почти без ограничений выражать свою точку зрения. Интернет активно используется оппозицией и просто активными гражданами для обозначения своих целей, критики власти и даже для призывов к активным действиям. Либеральная государственная политика в отношении регулирования Интернета является ценностью общества, что в нашей стране было дважды подтверждено во время революционных изменений.

В прошлом, в моменты политических обострений в стране, интернет-СМИ часто подвергались политическому давлению или блокированию. Например, в преддверии событий 2005 года были организованы хакерские атаки на оппозиционные веб-сайты, а в преддверии событий весны 2010 года были предприняты попытки перекрыть доступ к ряду интернет-изданий, которые критиковали тогдашнее правительство («Фергана.ру», «Белый парус», «Азаттык»); был закрыт форум «Дизель», служивший основной площадкой для политических дискуссий и обмена мнениями; отмечались репрессии в отношении журналистов. Именно эти факторы повлияли на изменение общественного сознания во время событий 2005 и 2010 годов.

По состоянию на апрель 2012 года количество зарегистрированных пользователей из Кыргызстана в социальных сетях следующее:

«Мой Мир» (Mail.ru) – более 700.000;

«Одноклассники» – 626.995;

«В Контакте» – 163.306;

«Фейсбук» – 74 660;

«Твиттер» – 9 000.

В местных социальных сетях, таких как «Намба медиа» (namba.kg) - зарегистрированы около 300.000 пользователей, в то время как в форуме

«Дизель» (diesel.elcat.kg) зарегистрированы около 70.000 человек.

Высокая популярность в Кыргызстане появившихся относительно недавно местных социальных сетей объясняется бесплатным хостингом внутри страны, в то время когда доступ к зарубежным сайтам очень дорогой.

Тем не менее, среди студентов и школьников остаются популярными сайты «Одноклассники» и «Мой Мир», на которых зарегистрированы свыше 600 тысяч человек. «Фейсбук» пользуется популярностью у более взрослого поколения и носит скорее профессиональный характер. Многие депутаты, общественные деятели и правозащитники имеют свои страницы в сети «Фейсбук».

По сути, сегодня социальные сети в Кыргызстане являются центрами выражения общественного мнения и действуют даже более оперативно, чем информагентства. В 2010 году посредством социальных сетей организовывались добровольные народные дружины и оказывалась помощь пострадавшим.

Являясь средствами оперативного получения разносторонней информации, новые медиа и социальные сети играют все большую роль в формировании общественного мнения в Кыргызстане, но вряд ли смогут заменить традиционные средства массовой информации в ближайшем будущем. Несмотря на то, что социальные сети по сравнению с традиционными СМИ предлагают людям гораздо больше интерактивности, в социальных сетях существуют и подводные камни, и самые опасные из них – отсутствие самоцензуры и ответственности за публикации. Очень «молодой» качественный состав интернет-пользователей, неспособный адекватно реагировать на ту или иную информацию в социальных сетях, часто искажает первичную информацию. Разрушительное влияние социальных медиа особо проявляется в специфических случаях (как это было во время июльских событий в Кыргызстане), когда читатель далек от знаний информационных технологий и незащищен от дезинформации.

Данная ситуация очень удачно используется традиционными СМИ для того, чтобы избежать ответственности за распространение заведомо ложной информации или же для защиты источника информации. В обоих случаях используется один и тот же метод – перепечатка статьи блогера или



же личного мнения пользователя Интернета со ссылкой на онлайн-источник. Читатель, привыкший воспринимать газету как аналитический, проверенный источник информации, воспримет на таком же уровне и материал, перепечатанный из Интернета.

Мониторинг 32 кыргызскоязычных и 13 русскоязычных газет в течение шести месяцев показал следующие результаты: из 320 статей, опубликованных в этих газетах и затрагивающих тему межнациональных отношений, 21 материал имел видимый и без лингвистической экспертизы ярко выраженный подтекст, разжигающий межнациональный конфликт между различными этническими группами. Все эти материалы являлись перепечатками из социальных сетей и онлайн-изданий.

Правительство Кыргызстана регулярно пытается инициировать различные законы для контроля содержания Интернета, в то время, когда основным распространителем информации, в том числе и ложной, зачастую являются традиционные СМИ.

Внесение онлайн-изданий в список СМИ не сможет решить этой проблемы из-за транснационального характера сети Интернет. Любое закрытое внутри страны онлайн-издание перейдет на зарубежный хостинг и приобретет еще большую аудиторию, если его заблокируют. К примеру, по данным сайта [www.socialbakers.com](http://www.socialbakers.com), после блокировки Таджикистаном социальной сети «Фейсбук», его аудитория из Таджикистана за несколько дней возросла в полтора раза.

Интересная картина, по данным сайта [alexa.com](http://alexa.com), наблюдается по динамике посещаемости онлайн-ресурса «Фергана.ру» в 2010-2012 годах. К концу 2010 года, когда накал страстей после ошских событий стал понемногу спадать, снизилась и посещаемость ресурса. Но во время работы депутатской комиссии по ошским событиям и после распоряжения заблокировать сайт «Фергана.ру» на информационном пространстве Кыргызстана возросло как количество просмотров статей, так и количество времени проводимого пользователями на сайте. То есть, можно предположить возросший интерес к ресурсу у определенной группы пользователей.

Интерес к сайту до сих пор не спадает еще и по той причине, что блокировка ресурса «Фергана.ру» создала прецедент управления

контентом в Интернете в обход законных процедур. Согласно действующему законодательству Кыргызстана, блокировка интернет-ресурсов возможна только по решению суда, тогда как приказ о блокировке был издан правительством с подачи Жогорку Кенеша.

Проблемой использования информации из социальных сетей является то, что подавляющее большинство их пользователей не являются профессиональными журналистами; социальные сети и онлайн-ресурсы, используемые ими для общения, выражения своего мнения и ведения дневника, не могут служить источниками достоверной информации без дополнительной проверки. В связи с этим возникает множество правовых казусов. Дело блогера Владимира Фарафонова является ярким примером коллизии правовых норм по распределению ответственности между традиционными СМИ и блогерами. Несмотря на несколько громких дел, возбужденных по статье 299 Уголовного кодекса КР «Возбуждение национальной, расовой, религиозной или межрегиональной вражды» – это первое дело, в котором под следствием находится конкретное лицо, обвиняемое на основании публикаций в онлайн-источниках. При том, что, согласно результатам мониторинга печатных изданий, случаев попадающих под эту статью гораздо больше. Поэтому слишком громкая огласка одного дела позволяет предполагать существование другого подтекста в этом вопросе.

Учитывая тот факт, что появление в нашем регионе социальных сетей – явление молодое, и население только учится использовать этот инструмент и знакомится с правилами и этическими нормами внутри этого сообщества, в большинстве случаев, в социальных сетях мы имеем дело со слухами и домыслами. Исключение составляют статьи, авторами которых выступают люди с хорошей в информационном плане репутацией – это чаще всего известные лица, общественные деятели и эксперты.

Одним из первых положительных опытов использования онлайн-изданий в Кыргызстане был случай, еще в начале 2000-х гг. приведший к невероятной популярности информационного агентства «АКИпресс». На сайте «АКИпресс» ко всем новостным лентам была добавлена возможность для посетителей обмениваться мнениями и даже собственными новостями. Впоследствии «АКИпресс» пришлось закрыть эту возможность, потому что откровенные высказывания пользователей привели к давлению со стороны властей, и популярность сайта резко упала. После послабления

цензуры со стороны правительства «АКИпресс» запустило платформы для блогов, которые вели журналисты агентства для получения реакции со стороны пользователей на их публикации и, конечно, была восстановлена возможность добавления комментариев. Но это уже не повысило их популярность, потому что рынок социальных сетей и онлайн-изданий уже был заполнен, и конкуренция стала гораздо выше. В последнее время большинство традиционных СМИ также запускают блог-платформы, онлайн-версии и пытаются активно внедряться в социальные сети, считая это необходимым требованием нового времени.

Многие эксперты считают, что традиционные СМИ обязаны реагировать на такое проявление как социальные сети, и считают совершенно необходимым их присутствие в социальных сетях.

Для этого нанимаются специальные редакторы, целые компании занимаются продвижением газет и журналов в социальных сетях. Но опыт показывает, что менее одного процента посетителей сайтов приходят на сайты СМИ из социальных сетей. То есть социальные сети не оправдывают надежды на то, что только через них можно раскрутить маленькие сайты. Социальные сети не в состоянии ежедневно давать тысячи и десятки тысяч переходов на один и тот же сайт.

Главное, что могут дать социальные сети сайтам СМИ – это повышение узнаваемости. Если пользователи зайдут на сайт по рекомендации социальной сети, то они запомнят его в том случае, если их заинтересует содержимое. То есть, все зависит от самого сайта СМИ: сможет ли он своим материалом удерживать внимание посетителя в дальнейшем.

Также, социальные сети могут служить площадкой для комментирования материалов СМИ. Люди, которые регулярно ведут блоги, размещают в сообществах фото и видео, активно обсуждают события дня со ссылками на сайты – так социальная сеть создает интернет-аудиторию, которая нужна СМИ. Эта аудитория может создать на сайте СМИ сообщество, которое впоследствии можно будет монетизировать с помощью платных сервисов или рекламы, как это удачно сделал в свое время в нашей стране «АКИпресс».

Игнорировать социальные сети нельзя. Их просто надо правильно использовать.

Другая проблема взаимодействия социальных сетей и СМИ заключается в том, что формат информации, который использует традиционное СМИ не всегда можно использовать в социальных сетях. То есть, информацию из СМИ нужно переупаковывать отдельно под каждую площадку, а не механически размещать анонсы. Именно данный барьер кыргызские традиционные СМИ не могут преодолеть без профессиональной подготовки. Практически все популярные кыргызские газеты имеют электронную версию, но популярность их сайтов уступает популярности распространения газеты традиционным способом.

Рассматривая влияние традиционных СМИ на развитие социальных сетей, можно предположить, что в конце «туннеля» будет слияние социальной сети со средствами массовой информации. Потому что традиционные СМИ больше подвержены влиянию и регулированию со стороны правительства или определенных заинтересованных групп, чем социальные сети. Соответственно, наступит момент, когда большинство подобных СМИ не смогут полностью удовлетворять потребности общества.

Сейчас мы наблюдаем интереснейшее явление: телевидение, радио и газеты в большинстве случаев являются инструментом или же собственностью политической элиты, по общество требует обратного. Характер социальных сетей будет влиять как на желание людей получать объективную информацию, так и на недовольство складывающейся ситуацией. И социальные сети либо возьмут на себя функции СМИ, либо произойдет их полное или частичное слияние, что позволит удовлетворить потребность в свободе слова всех пользователей сети.





# Что мешает таджикским СМИ переходить на онлайн? Сегодняшние реалии

## Зебониссо Таджибаева<sup>1</sup>

Позвольте рассказать какова сегодняшняя ситуация в Таджикистане по тем направлениям, которые мы с вами активно обсуждаем эти два дня. Так как я больше практикующий журналист, чем медиа-эксперт, я буду больше опираться на примеры, чтобы обрисовать ситуацию с трансформацией традиционных таджикских СМИ в онлайн-формат.

На сегодняшний день в Таджикистане, по последним данным представленным общественной организацией Гражданская инициатива политики Интернет, насчитывается около 2 млн. 300 тыс. интернет-пользователей. Ежедневно из них Интернетом пользуются порядка 1 млн. 300 тыс. пользователей.

То есть, в среднем уровень проникновения Интернета в стране составляет более 30 процентов. Однако эти цифры не являются показателем популярности интернет-СМИ.

Население отдает предпочтение далеко не местным интернет-ресурсам и далеко не новостным. В принципе, такая ситуация свойственна многим странам Центральной Азии.

Но если сравнивать, например, сколько пользователей из Таджикистана посещают в сутки сайты рунета и сайты таджнета (эти данные приводятся на основании статистики Liveinternet), то разница колоссальная – почти в 15 раз больше пользователей из Таджикистана посещают сайты рунета, это порядка 123 тыс., в то время как сайты таджнета в среднем посещают только 8 тыс. пользователей. Понятно, что Liveinternet не показывает полную картину по зоне TJ, так как лишь незначительное количество таджикских сайтов используют данный ресурс для подсчета собственной статистики. Тем не менее разница значительная.

<sup>1</sup> Исполнительный директор информационного агентства «Азия-Плюс»

И это зависит от двух основных причин, о которых я скажу чуть позже.

В настоящее время в Таджикистане издаются 268 зарегистрированных газет, из которых 56 - государственные, 136 - частные, 36 - общественные и 39 - отраслевые издания. Публикуются 136 журналов, из которых 12 - государственные, 49 - частные, 23 - общественные и 52 - отраслевые. Действуют 8 информационных агентств, одно из которых - государственное. В республике действуют 44 организации телерадиовещания, в том числе 16 государственных и 28 негосударственных. То есть в среднем в Таджикистане потенциально могло бы насчитываться порядка 450 веб-ресурсов именно средств массовой информации.

На деле же 29 сайтов являются новостными ресурсами - те, которые обновляются не менее одного раза в неделю, включая веб-сайты радио и ТВ, - и еще 35 информационных сайтов, которые обновляются не менее одного раза в месяц. Всего же в зоне ТД сегодня зарегистрированы 6 тыс. 251 домен. Лишь 2 тыс. 846 доменов имеют сайты; это порядка 45%.

Но ни один из местных веб-ресурсов, независимо от его направления, развлекательного или информационного, не способен привлечь в среднем более 10 тыс. таджикских пользователей в сутки. Я не буду сейчас говорить о ситуации с развлекательными сайтами; остановлюсь лишь на новостных веб-ресурсах.

Так почему же несмотря на значительное, казалось бы, количество интернет-пользователей, которые приводят общественные организации, интернет-СМИ Таджикистана не являются популярными?

Первая причина – доступность Интернет-услуг. Несмотря на то, что в Таджикистане телекоммуникационный рынок довольно развит, услуги местных Интернет-провайдеров являются довольно дорогим удовольствием. И за последние два месяца стоимость услуг возросла еще на 4-5% в связи с введением акцизного налога на Интернет-услуги.

Казалось бы, стоимость Интернета не связана напрямую с посещаемостью новостных веб-ресурсов, если бы таковые хостились в Таджикистане, так как внутренний трафик по Таджикистану не тарифицируется. Но ... новостные Интернет-порталы предпочитают более дорогой хостинг за



пределами Таджикистана вместо более дешевого внутри страны, жертвуя той частью своей аудитории, которая в силу финансовых возможностей может посещать только внутренние веб-ресурсы.

Почему же это происходит?

Это связано с тем, что не один хостер в Таджикистане не способен дать гарантии независимому новостному Интернет-порталу, что последний не будет заблокирован, либо полностью закрыт по распоряжению Службы связи при правительстве Таджикистана, которая на себя взяла в последнее время роль цензора в Интернете.

Одним словом, выбирая размещение сайта за пределами Таджикистана, мы жертвуем частью своей аудитории взамен безопасности своего веб-ресурса.

В качестве примера можно привести агентство Tojnews, которое разместило свой веб-сайт на местном хостере. Достаточно было одного письма, чтобы сайт был полностью заблокирован как для местных пользователей, так и для зарубежных. Конечно проблема разрешилась, но агентство поменяло хостер.

Чуть меньше месяца назад агентство «Азия-Плюс» также столкнулось с блокированием своего сайта на территории Таджикистана. Так как этот сайт хранится за пределами республики, он оставался доступным через прокси-серверы и для зарубежных пользователей.

Блокирование сайта агентства «Азия-Плюс» Интернет-провайдерами было осуществлено на основании письма главы Службы связи при правительстве Таджикистана: 14 Интернет-провайдеров получили данное распоряжение под грифом «секретно». Как выяснилось позже, основанием для блокирования послужил комментарий, который был оставлен одним читателем на сайте. Этот комментарий был расценен главой Службы связи как клеветнический и оскорбительный. После переговоров нам удалось добиться того, чтобы сайт был разблокирован, но сам факт остается фактом – Служба связи, которая выдает и отзывает лицензии у Интернет-провайдеров берет на себя роль цензора на Интернет-пространстве ТД. А сами провайдеры, опасаясь потери лицензии, не берутся оценивать законность распоряжений своего регулятора и выполняют его практически

незамедлительно. Причем необязательно даже письменное распоряжение, чтобы провайдеры блокировали те или иные ресурсы; достаточно просто устного распоряжения по телефону. Как это случилось с веб-сайтом Islamnews. Данный ресурс также был временно заблокирован на основании устного распоряжения из Службы связи. Причину так и не объяснили.

В марте этого года была заблокирована популярная в Таджикистане социальная сеть Facebook. Только после заявлений нескольких авторитетных организаций, в том числе ОБСЕ, социальная сеть была разблокирована.

Вместе с тем, хотелось бы отметить, что в Таджикистане отсутствует законодательный механизм блокирования тех или иных веб-сайтов. То есть, нет никакой процедуры как таковой, которая бы предшествовала принятию решения о закрытии доступа к сайту. Все осуществляется на основании письменного, либо устного распоряжения Службы связи, причем в случае сайта агентства «Азия-Плюс» мы даже не могли предъявить никаких конкретных претензий Службе связи, так как блокирование осуществлялось провайдерами.

Вторая причина – это отсутствие кадров в самих изданиях для перехода от традиционных к онлайн-СМИ; причем все это сопровождается страхом потери постоянной аудитории и, соответственно, прибыли.

На сегодняшний день наиболее популярные сайты Таджнета – это сайты информационных агентств. Среди них лидирует сайт информационного агентства «Азия-Плюс», далее следуют сайты радио «Озоди» (Радио «Свобода» на таджикском языке) и информационной службы «Авеста».

Данная категория Таджнета прочно лидирует в рейтингах посещаемости сайтов. Информационные агентства быстрее остальных поняли преимущества использования возможностей ИКТ.

И только за последний год некоторые печатные издания, в том числе газета «Азия-Плюс», решили охватить и часть Интернет-аудитории. Но делается это довольно неохотно и без особого энтузиазма.

Редактора опасаются, что потеряют часть своей аудитории, которая уйдет в Интернет и перестанет покупать газеты. Это, по их мнению, приведет к

сокращению тиража и, соответственно, к потере стабильной прибыли.

Конечно, они прекрасно понимают, что для того, чтобы сохранить читателя необходимо предоставлять разнообразный контент, и что газетный контент должен отличаться от того, который предоставляется пользователям на веб-сайте. Это позволит сохранить часть аудитории, но и веб-ресурсу для его раскрутки и дальнейшей монетизации также необходима своя аудитория, которая должна получать новый и разнообразный контент.

Но для этого необходимы кадры, редакции, которые привыкли выпускать газету раз в неделю, необходимо переучивать работать каждый день и с разным форматом – видео, фото, текст, инфографика. На веб-ресурсах должны быть и материалы гражданских журналистов, блогеров; одним словом пользователи должны получать самый разнообразный контент, а журналист должен уметь его предоставлять. Однако таджикские журналисты имеют в основном четкую специализацию, печатник не может снимать видео и монтировать его, радищик не может делать фотографии и писать заметку.

Из местных веб-сайтов пока разнообразный контент предлагает только сайт агентства «Азия-Плюс» и сайт таджикской службы радио «Свобода». Помимо этого наша редакция выпускает газету два раза в неделю. Страх, что мы потеряем аудиторию после того, как все материалы, предназначенные для печатной версии, будем выкладывать на сайте, развеялись через пару месяцев после начала эксперимента. Мы не только не потеряли аудиторию, но повысили посещаемость на нашем веб-сайте.

Но таджикским сайтам, в том числе нашему в первую очередь не хватает того контента, который строится на обратной связи со своими читателями. У нас нет блогов и нет гражданской журналистики. Это то, что в разы помогает в продвижении ресурса.

Что касается блогерства, это явление, в Таджикистане совершенно не развито. У нас есть как отдельные площадки, так и места на нашем сайте и сайте радио «Свобода», но авторами там выступают в основном либо журналисты, либо бывшие журналисты. И ведь этим направлениям – блогерство, гражданская журналистика – уделяется постоянное внимание на различных семинарах и тренингах. Но таджикский читатель, да и журналист тоже предпочитают делиться мнениями или комментариями в

социальных сетях, в том же Facebook. Сейчас пользователей этой сети в Таджикистане насчитывается более 35 тыс. человек.

Политические блогеры в Таджикистане вообще отсутствуют. По мнению экспертов, таджикостанские политики и журналисты пока не признают блоги как канал распространения информации.

Невостребованной пока остается и гражданская журналистика: практически на всех веб-сайтах Таджикистана есть возможность отправить в редакцию свою новость, фото или видео, но читатели неохотно пользуются обратной связью, отдавая предпочтение социальным сетям.

Возможно, получилась не совсем радужная картина, и многое оставляет желать лучшего, тем не менее напоследок хотелось добавить, что в Таджикистане есть потенциал как для развития социальных медиа, так и для перехода традиционных СМИ к онлайн-новым. Единственно, чего сейчас нам не хватает, это времени, которое движется быстрее, чем мы под него подстраиваемся.





## От традиционных к онлайн-медиа: передовая практика и перспективы

**Сердар Дурдыев<sup>1</sup>**

Для меня большая честь выступить перед вами в качестве представителя Министерства иностранных дел Туркменистана. Хотел бы выразить признательность организаторам нынешней конференции: Представителю ОБСЕ по вопросам свободы СМИ г-же Дунье Миятович, г-ну Послу Иво Петрову, исполняющему обязанности Главы Центра ОБСЕ в Ашхабаде, и г-ну Андрею Рихтеру, директору Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, за их большой вклад в подготовку и проведение нынешнего форума.

Тема моего доклада – опыт международного сотрудничества Туркменистана в развитии средств массовой информации. Тема эта обширна и актуальна, ибо затрагивает не только чисто профессиональные аспекты деятельности журналистского сообщества Туркменистана – редакторов, репортеров, – но и напрямую связана с общим вектором развития нашей страны, совершенствования ее политической системы, утверждения демократических институтов и гражданского общества, интеграции Туркменистана в магистральные тенденции мирового развития.

Нужно сказать, что развитию международного партнерства Туркменистана в информационной сфере за последние годы уделяется должное внимание. В сентябре 2007 года с высокой трибуны Генеральной Ассамблеи ООН уважаемый Президент Туркменистана Гурбангулы Мяликгулыевич Бердымухамедов заявил о готовности страны к широкому международному сотрудничеству по всем направлениям. По сути, это заявление, став отправной точкой общего вектора открытости Туркменистана к актуальным процессам сегодняшнего глобального развития, предопределило последующие конкретные шаги, в том числе, в области СМИ и коммуникаций. Постепенно, но последовательно удается выстраивать механизмы взаимодействия Туркменистана со специализированными международными институтами, отвечающими за развитие СМИ, в частности, с соответствующими структурами Организации по Безопасности и

---

<sup>1</sup> Дурдыев - советник Управления международной информации Министерства иностранных дел Туркменистана

Сотрудничеству в Европе. Причем делается это не фрагментарно, а на системной основе. Налаживается доброжелательный рабочий диалог, в ходе которого обсуждаются самые различные аспекты совместной деятельности. Уже не в первый раз Туркменистан посещает Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ г-жа Дунья Миятович, директор Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ г-н Андрей Рихтер, чьи профессионализм и заинтересованное участие отмечаются и высоко оцениваются в нашей стране.

Достаточно регулярно организуются специализированные семинары и тренинги с участием международных экспертов, в которых принимают участие не только журналисты, но и представители государственных учреждений Туркменистана: в частности, руководители пресс-служб и отделов по связям с общественностью различных министерств и ведомств нашей страны. Только за последний год в министерстве иностранных дел Туркменистана состоялось два таких семинара, которые дали участникам немало полезной практической информации и навыков.

Нельзя не отметить эффективную практику организации деловых поездок туркменских представителей – журналистов, парламентариев, сотрудников госучреждений, преподавателей вузов – в зарубежные страны для ознакомления с опытом наших партнеров в области развития СМИ. Хотелось бы отметить заинтересованный и эффективный подход в сотрудничестве с Туркменистаном, проявленный британской медиакорпорацией «Би-би-си» и немецкой «Дойче велле», которые организовали ряд ознакомительных визитов в Лондон и Берлин. Эти визиты были прекрасно подготовлены, насыщены разнообразными встречами, и, думаю, принесли немало обоюдной пользы. Пользуясь случаем, хотел бы выразить признательность организаторам таких поездок.

Сегодня очевидно, что само направление нашего сотрудничества, его содержание, если угодно, философия, выбраны верно. Развиваясь в соответствии с общепринятой в мире практикой, оно при этом лишено навязывания каких-то унифицированных стандартов и клише, осуществляется на принципах взаимного уважения, профессиональной этики, с учетом национальных, исторических, культурных особенностей Туркменистана. В этой работе нет и не может быть учителей и учеников, мастеров и подмастерьев, а есть равноправные ответственные партнеры, объединенные общими целями, общим мировоззрением, общим



стремлением добиться осязаемых результатов.

В этой связи хотелось бы остановиться на некоторых практических задачах нашего взаимодействия, осуществление которых, как представляется, может стать реальным вкладом в развитие средств массовой информации в Туркменистане на современном уровне. Я бы их разделил на два блока:

- первый – вопросы институционального развития;
- второй – вопросы профессионального совершенствования работы СМИ.

Хотелось бы оговориться, что как представитель информационной службы МИДа я не касаюсь еще одного важного аспекта деятельности СМИ – вопросов законодательного регулирования. Это больше относится к сфере парламентской деятельности и требует соответствующего компетентного мнения.

Итак, первый аспект. Думается, что на сегодняшний день важно поэтапное внедрение представлений и подходов к работе СМИ как важнейшего института функционирования общества и государства. У наших партнеров в ОБСЕ есть богатый, накопленный десятилетиями опыт в этом направлении. Ознакомление с ним с целью творческого осмысления и применения в условиях Туркменистана, как представляется, было бы весьма продуктивным. Речь идет о базовых принципах – роли и месте СМИ, сочетании ответственности и открытости, отношении к СМИ со стороны государства и граждан. В настоящее время для нашей страны вопросы институционального развития актуальны, в том числе, с учетом расширяющегося тематического диапазона туркменских СМИ и их количественного роста. За последнее время в стране появились новые специализированные печатные издания, в том числе и независимые, телевизионные каналы, которые освещают различные сегменты национального развития – не только общественную жизнь, политику, но и деятельность предпринимательских структур, спорт, литературу и искусство, туризм. Все это требует осмысления, четкого видения журналистами, редакторами сути и перспектив своей работы, ее общественной значимости. Думается, что здесь содействие наших международных партнеров – как методологическое, так и в смысле базовых принципов, ценностных ориентиров, – способно дать позитивный эффект.

Второй блок – вопросы профессионального мастерства, усвоения навыков современной журналистики, использования технологических возможностей, методик сбора и подачи материала и т.п. Здесь следует иметь в виду, что сегодня в профессию входит новое поколение туркменских журналистов, выросших и сформировавшихся в период независимости. Старые советские традиции журналистики, при всех их известных сильных сторонах, все – таки уже не отражают объективных общественных запросов, реалий развития государства в рыночных условиях. Нужны современные содержательные, смысловые и технологические методики и приемы, новая национальная школа журналистики, идущая в ногу с тенденциями на мировом информационном и коммуникационном пространстве. Нужно сказать, что сотрудничество в этом направлении идет, при содействии наших партнеров проводятся мастер-классы, тренинги. Полагаем, что нужно и дальше уделять этому аспекту развития СМИ в Туркменистане должное внимание.

Хотел бы в заключение остановиться еще на одном важном моменте. Как известно, в 2017 году в Туркменистане, впервые в истории нашей страны, будут проводиться Азиатские игры в закрытых помещениях и по боевым единоборствам. Уважаемый Президент Туркменистана уделяет подготовке игр особое внимание, нацеливая все задействованные структуры на проведение этих соревнований на самом высоком уровне. Конечно, огромную роль в успехе игр с точки зрения их международного резонанса призваны сыграть СМИ. В этом контексте содействие наших партнеров в подготовке туркменских журналистов в их работе по освещению игр, обучении навыкам современной спортивной журналистики, проведению эффективных пиар-компаний по стимулированию широкого международного интереса в Туркменистану как стране-хозяйке Азиатских игр было бы очень ценным. У нас есть уже определенные наработки в этом направлении, в частности, при содействии Посольства Великобритании туркменская делегация в конце мая посетила Лондон для ознакомления с британским опытом подготовки к Олимпиаде 2012 года. Думается, мы бы могли совместно с нашими партнерами подумать о конкретных аспектах сотрудничества и в этой специфической сфере.

Позвольте еще раз выразить признательность организатором нынешней конференции, нашим уважаемым партнерам по ОБСЕ за их работу в Туркменистане, за конструктивное партнерское взаимодействие.





## Социальные и новостные СМИ в Центральной Азии

**Фирдавс Абдухаликов<sup>1</sup>**

Хотел бы поблагодарить организаторов форума за предоставленную нам возможность собраться вместе и обсудить вопросы развития СМИ в Интернете. Это уже не первая наша встреча в этом году, что является наглядным подтверждением активной работы Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ и ее команды, благодаря которой мы все участвуем в процессе развития информационной сферы на международном уровне. Не могу не отметить организованные ОБСЕ в Стамбуле мастер-классы по вопросам регулирования телерадиовещания, в которых приняли участие и представители нашей Ассоциации. Отмечу высокий уровень профессионализма тренеров, которые ознакомили участников с современными тенденциями в развитии телевидения и законодательными механизмами его регулирования. Сегодня мы также активно работаем с Координатором проектов ОБСЕ в Узбекистане Дьерди Сабо. Позже я подробнее расскажу о нашей совместной работе.

В соответствии с тематикой конференции я позволю себе коротко остановиться на современных тенденциях развития информационной сферы.

Мы живем в условиях новой информационной эпохи. Огромное влияние информации на все стороны жизни общества в глобальном мире очевидно. Человечество получило возможность быть в курсе событий, происходящих в разных концах света. Все это привело к трансформации традиционных СМИ в глобальную сеть. Сначала появились электронные версии традиционных печатных изданий, затем отдельные сетевые информационные ресурсы. На качественно новый уровень вышло и развитие телерадиовещания, появилось цифровое телевидение, которое в свою очередь позволило организовать интернет-радио и интернет-вещание.

---

<sup>1</sup> Абдухаликов - Председатель Национальной Ассоциации электронных СМИ Узбекистана

Сегодня, например, интернет-вещание передает программы в режиме «реального времени» о событиях, разворачивающихся одновременно с ходом программы. Эти передачи могут дублировать вещание традиционного телевидения и быть версиями, либо представлять оригинальные интернет-программы. Во время живого вещания пользователь имеет возможность в реальном времени взаимодействовать с продюсером передачи: получать от него дополнительную информацию, задавать вопросы участникам программы, участвовать в интерактивных опросах, влиять на дальнейший ход программы.

Большой популярностью также пользуются различные видеохостинги, такие как YouTube, социальные сети Facebook, Twitter и другие. Безусловно, все эти факторы повлияли на развитие плюрализма мнений и свободы слова – главных составляющих демократии.

Будучи представителем телевизионной сферы, я хотел бы ознакомить Вас с опытом Узбекистана в ее развитии. Сегодня в стране реализуется Программа по переходу на цифровое телевидение, в котором активно задействованы негосударственные телерадиовещатели. Современное цифровое передающее оборудование установлено на радиотелевизионных станциях в девяти областях. В этом году планируется охватить еще четыре региона.

Еще одним примером эффективного развития цифрового телевидения в стране стала организация трансляций в формате «высокой четкости». В 2011 году впервые в СНГ был запущен в эксплуатацию телеканал наземного вещания в формате HDTV – «UzHD». Кроме того, в настоящее время в республике ведется трансляция четырех зарубежных каналов в формате HDTV.

Надо сказать, что в настоящее время большая роль в дальнейшем развитии медийной сферы в Узбекистане отводится Интернету. Узбекистан выбрал путь активного развития интернет-технологий. Сегодня в стране количество пользователей Интернета превышает 9 млн. человек. В республике реализуется Программа дальнейшего внедрения развития ИКТ. Практически все традиционные СМИ уже имеют свои сайты в Интернете. Помимо этого уже около 200 сайтов зарегистрированы как отдельные интернет-СМИ. В стране созданы мощные современные Центры обработки данных, позволяющие пользователям, в том числе СМИ, хранить и обрабатывать

большие объемы данных. В целом ежемесячно сайты отечественных СМИ посещают свыше 750 тысяч пользователей.

Поскольку я заговорил о тенденциях развития интернет-СМИ, разрешите вкратце ознакомить вас с медийным ландшафтом Узбекистана.

За последнее десятилетие число печатных СМИ в стране возросло в полтора раза, электронных СМИ – в семь раз. По состоянию на 1 апреля 2012 года общее количество зарегистрированных СМИ в республике составляет 1.254 наименования. При этом около 53% всех теле- и 85 % радиоканалов являются негосударственными. Хочу обратить ваше внимание на то, что еще 21 год назад, в советский период, в республике было всего четыре телеканала, из которых три осуществляли трансляцию из коммунистического центра – Москвы. Сегодня в Узбекистане только в негосударственном секторе действует более ста различных эфирных каналов.

Наша Ассоциация объединяет свыше 100 негосударственных телерадиостанций Узбекистана и ставит своей целью активизацию участия медийного сообщества в построении гражданского общества, оказание им содействия в создании качественного медиа-контента с использованием современной техники и передовых технологий.

Всего этого невозможно было бы достичь без реформ, осуществляемых в стране во всех сферах, в том числе и информационной. На сегодняшний день в Узбекистане создана достаточная законодательная база для деятельности широкого спектра СМИ. Вместе с этим само время ставит новые задачи для совершенствования медийного рынка. Программой действий, определившей приоритеты в развитии СМИ, стала «Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране», выдвинутая Исламом Каримовым. Как отмечает глава государства, «обеспечение свободы и прав граждан в информационной сфере, включающее в себя такие составляющие, как свобода и реализация прав на получение, распространение информации и собственных идей, является краеугольным камнем основ построения демократического общества в Узбекистане».

Сейчас в республике идет разработка новых законов в рамках реализации данной Концепции. Это законы «Об открытости деятельности органов

государственной власти и управления», «О телерадиовещании», «Об экономических основах деятельности СМИ» и «О гарантиях государственной деятельности СМИ». В этом мы опираемся на международный опыт. Пользуясь случаем, хотел бы поблагодарить ОБСЕ в лице Дуни Миятович и ее команду за оказываемую поддержку в подготовке законопроектов. К сегодняшнему дню в рамках этой совместной работы прошло несколько встреч с участием экспертов Узбекистана и ОБСЕ. Надеюсь, что этот диалог даст хорошие результаты, и законы, разрабатываемые в Узбекистане, будут соответствовать международным стандартам в области СМИ.

Одним из практических шагов в реализации Концепции стал Указ главы государства, который с 1 января текущего года предоставил СМИ и издательствам ряд льгот и преференций сроком на пять лет. И, пожалуй, это сегодня единственный в мире пример, когда СМИ платят только пятипроцентный налог, а дивиденды, полученные учредителями, вообще освобождены от налогов. Уже сейчас редакции почувствовали результаты этих мер. Высвобожденные финансовые средства идут на модернизацию СМИ, укрепление материально-технической базы, стимулирование труда журналистов. Большую поддержку в развитии ЭСМИ Узбекистана также оказывает Парламентская комиссия по управлению средствами общественного фонда по поддержке ННО и других институтов гражданского общества при Олий Мажлисе, которая ежегодно выделяет им гранты, субсидии и социальные заказы.

В этом году НАЭСМИ также получили право на реализацию двух грантов, предоставленных ОБСЕ, благодаря которым создан уникальный тренинг-центр для повышения профессиональной квалификации творческих и технических сотрудников негосударственных телерадиостанций. Отмечу, что занятия здесь проводятся, в том числе в on-line режиме, для представителей региональных телерадиостанций.

Говоря о социальной направленности ЭСМИ необходимо отметить, что за последние два-три года значительно возросла доля социально ориентированных и информационных программ в эфирных сетках негосударственных региональных телерадиостанций. Если в 2009 году на их создание было направлено 30-40% от общего бюджета региональных телестудий, то в прошлом году этот показатель вырос до 80%. Такая динамика свидетельствует об активизации гражданской



позиции электронных СМИ и их владельцев. Одним из важных принципов работы негосударственных телерадиовещателей стал принцип активной гражданской позиции, которая легла в основу Хартии Ассоциации и реализуется каждым из членов НАЭСМИ.

Сегодня для телеканалов, выбравших ярко выраженную социальную направленность, НАЭСМИ реализует уникальный проект. При учредительстве ассоциации и 23 региональных телекомпаний была создана единая эфирная сеть – «UzNTT». По своей организационно-правовой форме она является первой общественной телекорпорацией национального масштаба. «UzNTT» в настоящее время является одним из популярных телеканалов в республике с аудиторией более 23 млн. человек. По ее аналогу также была создана негосударственная радиосеть «NRT», которая сегодня также охватывает всю республику, аккумулируя при этом информацию из регионов.

НАЭСМИ прорабатывает вопрос организации онлайн-вещания региональных телерадиостанций. Мы создаем условия для того, чтобы каждый регион был услышан и увиден. Если в настоящее время «UzNTT» отбирает материалы из регионов, то благодаря выходу в Интернет каждая региональная телерадиостанция получит возможность расширить свою аудиторию, показать ей больше передач.

Безусловно, Узбекистану предстоит большой путь в развитии телерадиовещательной сферы. Являясь частью мирового сообщества, мы ставим целью создание медиаконтента в соответствии с международными стандартами, и, конечно, сам этот процесс подразумевает дальнейший переход СМИ в Интернет. Но хотел бы обратить Ваше внимание на еще один очень важный вопрос: новые технологии также активно используются различными деструктивными силами. В глобальной сети появляется все больше информации террористического, националистического и экстремистского характера. Никто не будет спорить с тем, что во всех громких террористических актах XXI века активно были использованы информационные технологии. И это вызвало озабоченность во многих странах мира.

К примеру, Европейская Комиссия в своих сообщениях неоднократно обращала внимание на недооценку различных угроз потребителями Интернета и аудиовизуальных масс-медиа. Также все больше официальных

лиц делают заявления по рассматриваемой проблеме. Так, глава МИД ФРГ Гвидо Вестервелле на заседании Совета Безопасности ООН по борьбе с терроризмом заявил, что Германия озабочена случаями использования Интернета для вербовки бойцов в террористические группировки. Широкое распространение получило также заявление экс-президента Франции Николя Саркози о том, что все те, кто посещает сайты, оправдывающие терроризм и пропагандирующие ненависть, понесут уголовную ответственность.

Для стран Центральной Азии эти вопросы также актуальны. Все прекрасно знают, что регион граничит с таким очагом нестабильности, как Афганистан, раздираемый внутренними конфликтами, стимулируемыми религиозным экстремизмом, наркобизнесом и разного рода внешними силами. На этом фоне различные силы пытаются дестабилизировать ситуацию в Центральной Азии.

Президент Ислам Каримов, выступая с посланием в День памяти и почестей, который традиционно отмечается в Узбекистане 9 мая, акцентировал эти проблемы. В частности, он отметил: «Продолжающиеся во многих регионах мира противостояние, вооруженные столкновения, кровавые трагедии, беспокойная вокруг нас обстановка требуют от нас постоянной бдительности. Вот уже 30 лет в соседнем Афганистане нестабильно, и ситуация не нормализуется. Это представляет большую угрозу не только для Узбекистана, его народа, но и для всех жителей нашего региона. Естественно, что это тревожит каждого человека, который переживает за будущее своей страны, семьи, детей. Сегодня, несмотря на то, что исполнилось 67 лет победе над фашизмом, к огромному сожалению, в различных странах и регионах мира такое зло как фашизм снова поднимает голову, все больше распространяется такое опаснейшее явление, как шовинизм, и, безусловно, игнорирование этого, равнодушие к этим угрозам может привести к тяжелым последствиям. Приходится повторять вновь и вновь: своевременное выявление таких опасностей, разоблачение истинных намерений их носителей – актуально как никогда».

Вследствие этого возникает закономерный вопрос: что должны предпринимать государства для решения проблемы использования интернет-технологий деструктивными силами? Конечно, большинство стран мира запретили публичное распространение информации, навязывающей насилие и религиозный экстремизм, пропаганду межнациональной розни

и тому подобное. Однако это не смогло остановить деструктивные силы в их использовании Интернета и информационных технологий. Где искать панацею в этом случае?

Здесь хотелось бы вспомнить широко известное в Узбекистане выражение «С идеей можно бороться, спорить только вооруженным идеей, с мыслью – только мыслью, с невежеством – только просвещением», которое ЭСМИ страны и реализуют на практике.

Мы делаем ставку на развитие молодежной журналистики. Всем Вам хорошо известно, что любая организация, преследующая деструктивные цели, заинтересована, прежде всего, в молодых людях, являющихся в этом плане более уязвимыми.

В Узбекистане проживает 30 млн. человек, более 60% населения составляет именно молодежь. В итоге ЭСМИ Узбекистана ориентированы на создание контента, который способствует формированию свободомыслящей и образованной молодежи, которая сможет противостоять распространению националистических, шовинистических и религиозно-экстремистских настроений.

НАЭСМИ при сотрудничестве Фонда Форума и ряда других организаций с 2008 года реализует проект «Молодежные телестудии». Таким образом, с одной стороны, через теле- и радиосюжеты мы пытаемся привлечь молодых людей к обсуждению вопросов жизни общества, чтобы они заняли в нем свое достойное место. С другой – мы придерживаемся того мнения, что продукция СМИ, ориентированная на молодежную аудиторию, должна создаваться самой молодежью, поэтому совместно с партнерами на системной основе мы проводим семинары-тренинги и практические занятия, в том числе с участием известных зарубежных тренеров.

Только за последние три года Ассоциация при представительстве ОБСЕ, Фонд имени Конрада Аденауэра и ЮНЕСКО организовали тренинги и мастер-классы с участием ведущих специалистов в области масс-медиа из Германии, России, США, Индии, Швейцария, Чехии и других стран.

За пять лет в проекте молодежных телестудий участвовали около тысячи юношей и девушек, которые со временем пополнили штат телеканала «UzNTT». Кроме того, молодые журналисты стали членами творческой

команды первого негосударственного спутникового телеканала «Форум-ТВ».

Особое внимание хочу обратить на уникальный проект, реализуемый при поддержке известного в Узбекистане Общественного Фонда «Форум культуры и искусств Узбекистана» и НАЭСМИ – спутниковый телеканал «Форум-ТВ. Это первый негосударственный спутниковый канал Узбекистана, который по инициативе Фонда и нашей Ассоциации в рамках Государственной программы «Год молодежи» в 2008 году начал свое вещание на зарубежные страны. Сейчас программы «Форум-ТВ» распространяются на территории Европы, Центральной Азии, Российской Федерации, западной и северной частей Китая, северо-западной части Индии, Арабского полуострова, Ближнего Востока и северной части Африки. Сейчас ведутся переговоры о трансляции передач с Израилем и США.

«Форум-ТВ» – это и один из первых негосударственных телеканалов, который организовал Интернет-вещание. Кроме того, «Форум-ТВ» одним из первых выпустил в свой эфир мобильные репортажи, которые снимают сами граждане Узбекистана.

Основная задача телеканала – познакомить зарубежных зрителей с богатым культурным и историческим наследием узбекского народа, национальными ценностями и традициями, сегодняшней жизнью молодежи Узбекистана, ее достижениями в различных областях, преобразованиями и новостями в образовательной сфере, развитием современных информационных технологий, а также предоставить им объективную информацию о демократических преобразованиях в стране.

Информационные технологии с годами будут все активнее развиваться – это является неоспоримым для каждого из нас. Вместе с этим, деструктивные силы будут и дальше продолжать активно использовать информационные технологии в своих целях.

В этой связи актуальным становится вопрос использования новых технологий для дальнейшего прогрессивного развития человечества, сохранения мира и стабильности. Сегодня необходимо объединить наши усилия для динамичного и поступательного движения вперед, которое основывается на принципах созидания, а не разрушения.





## Афганские СМИ: обзор ситуации на сегодняшний день

**Масума Мохаммад Джума<sup>1</sup>**

«Сирадж-уль-Ахбар» («Светильник новостей»), первая газета в современном Афганистане, увидела свет 11 января 1906 г. Ее редактором был Абд аль-Рауф. После этого первого и единственного выпуска на языке дари (персидском) ее издание было прекращено.

В 1919 г. при короле Аманулле-хане газета «Аман-и-Афган» («Афганский Мир») заменила «Сирадж-аль-Ахбар» в качестве правительственной газеты, а различные министерства стали выпускать более мелкие частные журналы. В 1925 г. начало вещание радио Кабула, что ознаменовало начало новой эры средств массовой информации в стране. Конституция Афганистана 1964 г. и закон о печати 1965 г. предусматривали свободу прессы, а также включали в себя перечень условий и ограничений. В том, что касалось редакционной политики, пресса была независима от правительства, но ей давалось указание охранять интересы государства, конституционной монархии и ислама, а также блюсти общественный порядок. Афганская журналистика в период с 1950-ых до 1970-ых достигла определенного прогресса, хотя ее возможности все же оставались ограниченными.

Когда в 1973 г. правительство короля Захир Шаха было свергнуто в ходе переворота, осуществленного кузеном короля Даудом Ханом, около 19 газет были закрыты, и в отношении СМИ были введены серьезные ограничения. Наступил конец периода относительной свободы. В 1978 г. в Афганистане появилось цветное телевидение. При Народной Демократической партии Афганистана (НДПА) в период с 1979 г. по 1992 г. СМИ оказались под советским влиянием.

После того, как в ноябре 2001 г. движение Талибан лишилось власти, в Афганистане начался бум развития СМИ. При талибах было позволено функционировать только одной правительственной радиостанции, и не существовало никаких независимых СМИ. Десять лет спустя медиапространство Афганистана стало оживленным: работают более 175 FM-радиостанций, 75 телевизионных каналов, четыре информационных

<sup>1</sup> Джума – старший советник Афганского культурного центра в Кабуле.

агентства и сотни печатных изданий, среди которых, по крайней мере, семь ежедневных газет. Главные города Афганистана насыщены СМИ: в Кабуле 30 телевизионных каналов и 42 радиостанции, в городах поменьше работают 10-25 телевизионных каналов и приблизительно 20 радиостанций. Даже в провинциальных столицах есть местное телевидение и радиостанции. Иностранные вещательные компании, такие как «Голос Америки», радио «Свободная Европа»/радио «Свобода», «Би-Би-Си», «Немецкая волна» и другие, дополняют местные СМИ. Большинство Афганцев живет в деревнях, где нет доступа к газетам, телевидению или радио.

Большинство СМИ не являются независимыми или финансово устойчивыми. Большое количество СМИ в Афганистане было создано с использованием международных ресурсов и поддержки, и эти факторы, естественно, иногда влияют на сообщения и новости. Оценки числа, типа и частоты печатных публикаций существенно варьируются. В правительстве зарегистрировано около 800 печатных изданий, хотя публикуются лишь около 300 из них, включая семь ежедневных газет. Между тем, немногим из них удастся добиться коммерческого успеха или просуществовать достаточно долго.

Средства массовой информации сталкиваются с различными трудностями. В 2010 г. по оценкам «Репортеров без границ» Афганистан занял 147-ое место среди 178 стран в рейтинге свободы прессы. Однако в Афганистане больше свободы прессы, чем в шести соседних странах, включая Пакистан. Но рейтинг 2010 г. оказался ниже, чем в предыдущие годы. Афганистан также признан одной из самых опасных стран в мире. Этот контраст объясняется тем фактом, что официальные законы защищают свободу слова, но в афганском обществе существуют другие формы ограничений, которые сильнее законов. Эти ограничения ставят свободу слова под угрозу и сдерживают ее. От правительства, религиозных лидеров и военачальников исходят главные угрозы журналистам в Афганистане.

С 2001 г. в Афганистане были убиты 22 журналиста, хотя в целом, очевидно, уровень насилия в отношении журналистов уменьшается. В исследовании, выпущенном в 2011 г., сообщается о 67 «случаях насилия» против журналистов в 2009 г., включая избиения, аресты, нанесение травм и убийство, в то время как в 2010 г. это число составило 26. Угрозы исходят не только от мятежников, военачальников и преступников, а также от правительственных сил безопасности.



Конституция, принятая в Афганистане 2004 г., гарантирует свободу прессы с определенными ограничениями. Например, запрещен любой контент, противоречащий государственной религии – исламу. С 2002 г. были приняты четыре закона о СМИ, и комитет, в состав которого входят также и журналисты, работает над новым законом о СМИ. Недавно была опубликована последняя версия, но многие ее критикуют. Журналисты полагают, что этот закон ограничит свободу СМИ в Афганистане; изменений слишком мало, а достаточной и надлежащей поддержки для журналистов не предусматривается. Во многих случаях законы не совсем четкие и определенные. Так, в тех частях страны, где верховенство права по большей части не развито, любой журналист, передающий информацию, которая бросает вызов какой-либо могущественной фигуре или любым другим заинтересованным лицам, потенциально оказывается под угрозой.

Другой проблемой для СМИ является их финансовая неустойчивость. В то время как большинство СМИ в Афганистане работают благодаря пожертвованиям и ресурсам, предоставляемым политическими партиями, правительством и иностранными государствами, они не могут выживать финансово и быть независимыми. Критикуются и усилия Запада по созданию независимых СМИ в Афганистане. Некоторые руководители афганских СМИ и НПО сетуют на нехватку долгосрочного плана развития СМИ и спорадическое ежегодное финансирование донорами. Другие жалуются, что деньги и поддержка, вкачиваемые в вновь учрежденные СМИ, создали неразумные ожидания их коммерческой жизнеспособности.

Таким образом, новые, энергичные и развивающиеся афганские СМИ сталкиваются с существенными рисками. Один из – них коммерческий риск, состоящий в том, что многие радиостанции, телекомпании и печатные СМИ не смогут существовать, если прямая и косвенная поддержка со стороны доноров иссякнет. Второй риск – продолжающиеся ограничения со стороны национального правительства на свободную прессу. Третий – физическая опасность, с которой журналисты сталкиваются каждый день. И, наконец, критики отмечают, что как только США выведут войска, Талибан может получить значительную власть и полностью пресечь или строго ограничить деятельность прессы.

У большинства журналистов, которые работают в афганских СМИ, нет никакого журналистского образования. Большинство из них учились на практике или прослушали краткосрочные курсы, которые предлагают

некоторые организации. У журналистов, закончивших университеты, также есть проблемы, потому что государственные и частные университеты, где преподается журналистика, не соответствуют современным стандартам; их учебные планы сильно устарели и нуждаются в обновлении. В 2011 г. с помощью «Интерньюс» (международной неправительственной организации, которая работает в области СМИ во всем мире) был основан стандартизированный институт медиа. Считается, что это хорошее начало, которое поможет профессиональным журналистам Афганистана начать работать в соответствии с международными стандартами. Институт медиа «Най» (ИМН) – профессиональный институт, признанный медиаиндустрией Афганистана в качестве организации, способной обеспечить высококачественное, профессиональное и отвечающее стандартам образование в области журналистики и масс-медиа. Поскольку в Афганистане быстро растет индустрия СМИ, он нуждается в большем количестве стандартных образовательных программ по журналистике для их поддержки. Существующей образовательной системе недостает качества и количества, и сейчас сильнее, чем когда бы то ни было, ощущается потребность в стандартных учебных заведениях, дающих образование в области медиа.

Помимо традиционных СМИ важную роль в Афганистане начинают играть новые СМИ, такие как онлайн-новости и социальные. Можно утверждать, что рост социальных и онлайн-новостей происходит гораздо быстрее, чем других видов СМИ. Доступом к Интернету располагает не более 4 процентов населения Афганистана, но в крупных городах можно найти интернет-кафе. У 61 процента афганцев есть сотовые телефоны, и некоторые афганцы слушают с их помощью радио. Использование сотовых телефонов также быстро расширилось. По данным Министерства телекоммуникаций и информационных технологий в стране более 3900 коммуникационных башен и более 14 миллионов афганцев (это составляет приблизительно половину населения страны численностью 29 миллионов) используют сотовые телефоны. По данным одного опроса более половины абонентов сотовых телефонов пользуются ими, чтобы слушать радио, и 10 процентов для получения новостей и информации.

Число людей, имеющих доступ к Интернету, однако, является крайне малым, но оно растет, и живут они главным образом в городских районах. В результатах одного исследования сообщалось о 20.000 афганских блогеров в 2008 г., и это число быстро увеличивается. У газет, радиостанций и

телевизионных сетей обычно есть вебсайты, которые функционируют в качестве бледных отражений их сообщений и программ. Самое важное новшество в онлайн-СМИ касается отношений между СМИ и их аудиторией и состоит в переходе от одностороннего подхода к учету интересов всех заинтересованных сторон. Эту черту онлайн-СМИ в Афганистане еще нельзя назвать полностью сформированной. Нехватка технологических знаний и доступа к Интернету – две главные проблемы, которые препятствуют развитию онлайн-СМИ. Большая часть публикуемого в них – простое копирование того, что уже напечатано в газетах. Только в социальных медиа проявляется некоторый потенциал мультимедиа.

Блогинг – еще один тип онлайн-СМИ, который, по-видимому, пребывает в стадии роста. Сегодня у тысяч афганцев есть свои собственные блоги, и они охватывают множество тем от политики и спорта до событий повседневной жизни. Для более эффективной коммуникации блогеры используют текст, фотографии, звуковые и видео файлы. Из-за отсутствия региональных провайдеров, которые обеспечивали бы возможность ведения блогов на местных языках, афганцам труднее по сравнению с жителями многих других стран мира вести блоги. Афганские блогеры предлагают видение Афганистана, которое весьма отличается от того, что показывают более традиционные СМИ. Блогеры рассказывают не только о войне, преступности и террористах-смертниках. Они пишут о повседневной жизни, искусстве, социальной деятельности и продвигают местные интересы и идеи.

Самое популярное онлайн-средство коммуникации в других частях мира – социальные сети. Среди всех социальных сетей самой популярной среди афганцев является «Facebook». Даже государственные организации и компании общаются с людьми через социальные медиа, особенно через «Facebook». Появление социальных медиа и онлайн-СМИ дало каждому человеку возможность выразить себя. Впервые люди перестали быть просто зрительской аудиторией и могут теперь свободно сообщать другим о том, что их больше всего интересует. Лучшим примером является случай, произошедший 15 апреля 2009 г., когда сотни афганских женщин собрались в Кабуле рядом с мечетью, которой управляет бескомпромиссный шиитский клерикал, чтобы выразить протест против закона, который фактически легализует изнасилование в браке. Около 200 женщин напевали лозунги и несли баннеры рядом с мечетью Хатам-аль Наби и семинарией,

находящимися под руководством Мохаммада Асифа Мохсени, клерикала, который настойчиво лоббировал это закон, который, кроме всего прочего, запрещал женщинам выходить из дома без разрешения мужа.

Как эта группа женщин скоординировала и организовывала такое собрание? Женщины, имеющие разное образование и профессии, домохозяйки и члены парламента собрались, чтобы выразить протест этому закону. Ни политические партии, ни организации гражданского общества не организовывали демонстрацию. Группа шиитских женщин начала общаться через электронную почту, обмениваться текстовыми сообщениями и звонками по телефону со своими подругами, убеждая их, что если они не выступят против данного закона, предлагаемые меры затронут и представительниц других этнических групп и вероисповеданий. К шиитским женщинам присоединилось большое количество женщин из других этнических групп и исламских течений. Накануне этого протеста ни национальные, ни международные СМИ не освещали это событие. Они были убеждены, что у афганских женщин нет претензий к такому закону, но после этого протеста словосочетание «шиитское семейное право» вошло в заголовки новостей во всем мире.

Закон, который затрагивает только шиитское меньшинство Афганистана, был без лишней огласки принят президентом Хамидом Карзаем. Когда газета «Гардиан» раскрыла подробности закона, которые американский президент Барак Обама назвал «отвратительными», это вызвало международное возмущение. «Гардиан» написала: «Сегодняшние демонстрации показывают, что по крайней мере часть афганских женщин столь же возмущена этим законом, как и ведущие международные критики, среди которых Гордон Браун, Хиллари Клинтон и генеральный секретарь НАТО Яап де Хооп Схеффер. В конце концов, в результате этого протеста президент Карзай был вынужден отправить этот закон обратно в парламент для пересмотра.

Прошедшая недавно на «Facebook» кампания в защиту числа 39 является еще одним хорошим примером социальных перемен, которые хочет видеть молодое поколение. По мнению некоторых, 39 – несчастливое число. Обычные люди не используют телефоны, автомобили или здания, если в них есть число 39. Все началось, когда СМИ сообщили, что члены джирги отказались участвовать в «комитете 39». Некоторые СМИ сообщили, что есть тысячи автомобильных номеров с числом 39, и люди отказываются

использовать их. Пользователи «Facebook» написали, что 39 – всего лишь число, и избегание этого числа не должно всерьез восприниматься обществом и правительством. Один пользователь Facebook изменил картинку в своем профиле на фотографию с числом 39. Большинство молодых афганцев, пользующихся «Facebook», также изменили картинки в своем профиле на эту фотографию. Скоро многие известные люди, включая политических деятелей и одного члена парламента, присоединились к этой кампании.

В некоторых случаях СМИ и репортеры используют социальные медиа, такие как «Twitter» в качестве средства и ресурса. 15 апреля 2012 г., когда по парламенту и некоторым посольствам были выпущены ракеты, и правительство убеждало людей оставаться на своих местах, жители не знали, что происходит в городе. Они начали отправлять друг другу СМС, сообщения через «Twitter», и «Facebook». Люди, у которых был доступ к Интернету и сотовым телефонам, узнали об инциденте быстрее, чем официальные средства массовой информации в стране.

Все это является довольно новым, но тем не менее уже есть проблемы, препятствующие большей эффективности онлайн-овых и социальных медиа. Главная проблема – низкий уровень грамотности. Каждый год число людей, у которых есть возможность получить образование, увеличивается, и уровень грамотности быстро растет, но он все еще слишком низок, а для использования онлайн-овых СМИ необходимо базовое знание технологии.

Другая проблема – ограниченный доступ к электроэнергии. Афганистан находится среди тех десяти процентов стран мира, потребляющих меньше всего электричества на душу населения, и, как уже говорилось, только у четырех процентов афганцев есть доступ к Интернету. Это связано с тем, что большая часть людей живет в деревнях, где доступ к электричеству ограничен.

В заключение следует отметить, что с каждым днем все формы СМИ становятся более доступными, популярными и надежными даже несмотря на существующие трудности и проблемы. Люди, особенно молодое поколение, благодаря использованию Интернета и участию в социальных сетях играют важную роль в развитии своего общества. Необходимо поддерживать в Афганистане и профессиональные СМИ. Уровень свободы слова и безопасности журналистов должен значительно увеличиться.

Афганистан подобно другим странам мира сможет при помощи социальных медиа и онлайн-СМИ ускоренным темпом достичь свободы слова. Следует заложить основу для подобного рода СМИ. Образование, электроэнергия и доступ к Интернету – необходимые элементы социальных медиа и онлайн-СМИ в любой стране мира.

Использованные материалы:

«Бум новостей: состояние СМИ в Афганистане», доклад Питера Кэри для Центра поддержки международных СМИ, 23 февраля 2012

<http://www.guardian.co.uk/world/2009/apr/15/afghan-women-protest>

<http://www.guardian.co.uk/world/blog/2012/apr/15/kabul-attacks-live-updates>

<http://www.nmi.edu.af/>

Обзор ситуации со СМИ в Афганистане – доклад подготовлен для «BBC Trust»



# Приложения







# Программа

**День 1, четверг, 5 июля 2012**

**09.30 – 10.00** Регистрация участников

**10.00 – 10.30** Открытие

Модератор

Андрей Рихтер, директор Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ

Приветственное слово

Посол Иво Петров, Глава Центра ОБСЕ в Ашхабаде

Рашид Мередов, Заместитель Председателя Кабинета Министров, Министр иностранных дел Туркменистана

Вступительная речь

Дунья Миятович, Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ

**10.30 – 13.00.** Первое заседание. Переход от традиционных к социальным СМИ. Международные стандарты и основные вызовы

Модератор

Андрей Рихтер, директор Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ

Международные эксперты

Кристиан Мёллер, эксперт Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ

Свобода массовой информации в социальных сетях и социальных СМИ

В докладе будут затронуты следующие темы

- Веб 2.0, контент, созданный пользователями, блоги, социальные медиа.
- Социальные медиа как инструмент для поиска, получения и распространения

информации.

- Новое понимание медиа, гражданских СМИ и гражданской журналистики.
- Обязательства ОБСЕ и свобода выражения мнения в социальных медиа.

Дуглас Гриффин, директор консалтинговой фирмы «Albany Associates»  
Регулирование Интернета и IP-телевидения

В докладе будут затронуты следующие темы

- Правовые проблемы и вопросы регулирования контента в Интернете.
- Как регулирование Интернета, интернет-телевидения и IP-телевидения вписывается в рамки международного законодательства в сфере СМИ.
- Регулирование IP-телевидения в сравнении с регулированием телерадиовещания.
- Способы регулирования IP-телевидения: передовая практика.

### **11.30 – 12.00    Перерыв на кофе**

Анна Качкаева, профессор, декан факультета медиакоммуникаций,  
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»  
(Москва)

Цифровые медиа и рынок Интернета: аудитория, мультимедийный контент,  
бизнес модели

В докладе будут затронуты следующие темы

- Интернет-рынок и цифровые СМИ.
- Тенденции в развитии цифровых СМИ.
- Философия и основные характеристики цифровых медиа.
- Социальные медиа и СМИ.

Дитер Лорейн, Управляющий директор консалтинговой фирмы «Albany Associates»

Важность саморегулирования в соблюдении свободы выражения мнения

В докладе будут затронуты следующие темы:

- Принципы саморегулирования СМИ.
- Механизмы саморегулирования в Великобритании.

- Саморегулирование онлайн-публикаций.

**13.00**                    Групповая фотография

**13.30 - 15.00**        Обед

**15.00 – 18.00**        Параллельное тематическое мероприятие (мастер-класс):  
“Вопросы регулирования онлайн- и социальных СМИ”.

Модератор – Андрей Рихтер, директор Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ

Докладчики

Дуглас Гриффин, директор консалтинговой фирмы «Albany Associates»

Дитер Лорейн, управляющий директор консалтинговой фирмы «Albany Associates»

**16.30 – 17.00**        **Перерыв на кофе**

Тематическое мероприятие будет состоять из обсуждения участниками вопросов практики регулирования, как регулирования СМИ в целом, так и Интернет регулирования в частности. Во время интерактивного занятия будут рассмотрены конкретные примеры из практики зарубежных стран и обсуждены различные модели саморегулирования и их применения к Интернет СМИ. Во время мастер-класса участники разобьются на небольшие группы для обсуждения примерных случаев из практики и их возможных решений.

**20.00**                    Прием от имени Правительства Туркменистана.

**День 2, пятница, 6 июля 2012**

**10.00 - 13.00** Второе заседание. Последние события в сфере социальных медиа и СМИ в целом в государствах Центральной Азии. Место проведения: конференц-зал отеля «Президент».

Эксперты из Центральной Азии выступят с докладами о развитии социальных медиа, трансформации традиционных СМИ в онлайн-овые, а также тенденциях развития СМИ в своих странах (текущее состояние, законодательные инициативы, существующие сложности). В докладах будет говориться о ситуации с использованием инструментов социальных медиа, а также будет обсуждаться роль социальных медиа и гражданской журналистики в государствах Центральной Азии. Будет представлен обзор существующих и возможных политико-правовых мер по отношению к социальным медиа, применяемых для регулирования содержания материалов в Интернете.

**11.30 – 12.00 Перерыв на кофе**

Модераторы

Ана Карлсрайтер, старший советник Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ

Адиля Даминова, координатор проектов Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ

**КАЗАХСТАН**

Диана Медведникова, президент общественного фонда «Северо-Казахстанский правовой медиа-центр»

**КЫРГЫЗСТАН**

Артем Горяйнов, заместитель директора ОФ «Гражданская инициатива по интернет политике»

**ТАДЖИКИСТАН**

Зебониссо Таджибаева, исполнительный директор информационного агентства «Азия Плюс»

## ТУРКМЕНИСТАН

Сердар Дурдыев, советник, Управление международной информации,  
Министерство иностранных дел Туркменистана

## УЗБЕКИСТАН

Фирдавс Абдухаликов, Председатель Национальной ассоциации  
электронных СМИ Узбекистана

## АФГАНИСТАН

Масума Мохаммад Джума, старший советник афганского культурного  
центра в Кабуле

**13.00 - 14.30**    **Обед**

**14.30 - 16.00**    Заключительное заседание. Обсуждение и принятие  
Декларации конференции.

## Модератор

Андрей Рихтер, директор Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы  
СМИ

## Заключительное слово

Дунья Миятович, Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ.

## Заседание позволит участникам

- Обсудить проект Декларации конференции.
- Получить комментарии и дополнительные рекомендации, которые будут включены в Декларацию.
- Обозначить основные идеи конференции.
- Принять Декларацию конференции.
- Обсудить возможные последующие мероприятия в регионе.
- Заполнение оценочных форм.

## Культурная программа

**20.00**            Приём от имени Представителя ОБСЕ по вопросам свободы  
СМИ.







Диана Медведникова	Президент общественного фонда «Северо-Казахстанский правовой медиа-центр»
Эдуард Полетаев	Главный редактор газеты «Известия-Казахстан»
Шавкат Сабиров	Президент Интернет-ассоциации Казахстана
Усен Сулейменов	Посол по особым поручениям, Министерство иностранных дел Республики Казахстан
Олег Хе	Издатель группы компаний «Business Resource»

## КЫРГЫЗСТАН

Гульжан Ажиматова	Журналист, главный специалист службы по связям с общественностью, мэрия города Ош
Мээрим Асанаалы кызы	Журналист, редактор радио интернет-портала Kloop.kg
Сергей Высоцкий	Журналист-блогер, интернет-портал Kloop, г. Каракол
Артем Горяйнов	Заместитель директора, ОФ «Гражданская инициатива по интернет-политике»
Абдумомун Мамараимов	Журналист, главный редактор интернет-портала «Голос свободы Центральной Азии»
Айбек Мусаев	Эксперт, Отдел информационной политики Правительства Кыргызской Республики
Эрнест Нурматов	Журналист, корреспондент «Радио Азаттык», Ош

Эльмира Токтогулова	Журналист, директор общественного фонда «Медиа Консалт»
<b>ТАДЖИКИСТАН</b>	
Асомуддин Атоев	Директор общественного фонда «Гражданская инициатива интернет-политики»
Шамсидин Зардиев	Первый секретарь Департамента информации Министерства иностранных дел Республики Таджикистан
Сирожддин Изатуллоев	Заместитель главы информационного аналитического департамента, исполнительного аппарата Президента
Нуриддин Каршибоев	Председатель Национальной ассоциации независимых СМИ Таджикистана (НАНСМИТ)
Талат Нуманов	Исполнительный директор центра информации и коммуникационных технологий
Курбонали Рахмонов	Советник Президента по вопросам науки и современной технологии
Шохин Самадов	Атташе, Министерство иностранных дел Республики Таджикистан
Урмонджон Суфиев	Главный редактор газеты «Озодагон»/ информационное агентство «Озодагон»
Зебониссо Таджибаева	Исполнительный директор информационного агентства «Азия Плюс»

Сухроб Шарипов	Депутат Парламента, член комитета Маджлиси намояндагон Маджлиси Оли Республики Таджикистан по международным делам, общественным объединениям и информации
----------------	---

## ТУРКМЕНИСТАН

Сердар Агаев	Заведующий сектора защиты и обеспечения прав человека, Туркменский национальный институт демократии и прав человека при Президенте Туркменистана
--------------	--

Агадурды Акмурадов	Начальник отдела международных культурных связей, Министерство культуры
--------------------	---

Какабай Аманмурадов	Старший преподаватель кафедры международной журналистики, Институт международных отношений МИД
---------------------	--

Мерген Аманов	Советник управления международной информации, МИД Туркменистана
---------------	---

Хемра Аразмырадов	1-й секретарь, МИД Туркменистана
-------------------	----------------------------------

Айгозель Арамедова	1-й секретарь, МИД Туркменистана
--------------------	----------------------------------

Джумаберды Артуков	Преподаватель кафедры международной журналистики, Институт международных отношений МИД
--------------------	--

Атаджан Атдаев	Журналист, Телерадиокомпания “ТРТ”, (Турция)
----------------	--

Сахра Ахмедова	Студентка 4 курса, специальность “международная журналистика”
----------------	---

Бильбиль Бабаева	Заместитель начальника Отдела международных культурных связей, Министерство культуры
Айболек Бабаниязова	Студентка 3 курса, специальность “международная журналистика”
Ораз Бабаханов	Журналист, агентство “Jihan” (Турция)
Ровшан Багиев	Советник управления международной информации, МИД Туркменистана
Гульнабад Бегенжова	Студентка 3 курса, специальность “международная журналистика”
Джемал Байрамова	Журналист, журнал “Огонёк” (Россия)
Максат Бекиев	1-й секретарь Отдела международных организаций, МИД Туркменистана
Александр Вершинин	Журналист, агентство “Ассошиэйтед пресс” (США)
Шохрат Емшиков	Журналист, телерадиокомпания “ТРТ”, (Турция)
Гопал Гараев	Редактор телеканала «Туркменистан», Государственный комитет телевидения, кинематографии и радиовещания
Владимир Губанов	Председатель комитета по науке, образованию и культуре, Меджлис Туркменистана
Джанмамед Гуламов	Журналист, агентство “Фарс” (Иран)
Марат Гурт	Журналист, агентство “Рейтер” (Великобритания)

Сердар Дурдыев	Советник управления международной информации, МИД Туркменистана
Бегенч Караев	Начальник управления международной информации, МИД Туркменистана
Равила Кадырова	Журналист, агентство “Пакистан Пресс Нетворк”
Пердемырат Курбанов	Член комитета по науке, образованию и культуре, Меджлис Туркменистана
Халил Кылыч	Журналист, телерадиокомпания “ТРТ”, (Турция)
Лу Цзин Ли	Журналист, агентство “Синьхуа” (Китай)
Эзизмухаммед Маммедов	Студент 4 курса, специальность “международная журналистика”
Сердар Мурадов	Советник Отдела международных организаций, МИД Туркменистана
Муслим Мусаев	1-й секретарь, МИД Туркменистана
Гулялек Мухаметбердиева	Заместитель главного выпускающего отдела внутренне и внешней информации, Государственная информационная служба
Джумагелды Мухаммедов	Журналист, телерадиокомпания “ТРТ”, (Турция)
Сердар Мухаммедов	Журналист, агентство “Anadolu” (Турция)
Амангелды Нурмурадов	Журналист, агентство “РИА Новости” (Россия)

Джерен Оразова	Главный редактор телеканала «Алтын асыр: Туркменистан», Государственный комитет телевидения, кинематографии и радиовещания
Айнабат Османова	Преподаватель кафедры международной журналистики, Институт международных отношений МИД
Михаил Переплеснин	Журналист, журнал «Туркменистан» (Россия)
Лачын Расулова	Студентка 4 курса, специальность «международная журналистика»
Шамил Розназаров	Журналист, газета «Заман» (Турция)
Тарик Саиди	Журналист, агентство «NCA» (США)
Вячеслав Саркисян	Журналист, интернет-газета «Turkmenistan.RU» (Россия)
Игорь Сасин	Журналист, агентство «Франс-пресс» (Франция)
Довлетмырат Сейидмаммедов	Ответственный секретарь журнала, МИД Туркменистана
Сапар Телевов	Заместитель генерального директора «Туркментелеком», Министерство связи
Александр Туманов	Журналист, агентство «ИТАР-ТАСС» (Россия)
Исмаил Уфақдемир	Журналист, телерадиокомпания «ТРТ», (Турция)
Мердан Чарыев	Журналист, агентство «Anadolu ajansy» (Турция)

Светлана Чистых	Специалист объединенного отдела внутренней и внешней информации, Государственная информационная служба
Осман Хемжаев	Преподаватель кафедры мировых языков, Институт международных отношений МИД
Сульгун Эебердыева	Преподаватель кафедры международной журналистики, Институт международных отношений МИД
Ата Эебердыев	Специалист института, Туркменский национальный институт демократии и прав человека при Президенте Туркменистана
Гулялек Юзбашыева	Студентка 3 курса, специальность “международная журналистика”

## УЗБЕКИСТАН

Абдулазиз Абдуллаев	Директор Общественного фонда поддержки и развития независимых печатных средств массовой информации и информационных агентств Узбекистана
Фирдавс Абдухаликов	Председатель Национальной ассоциации электронных СМИ Узбекистана
Равшан Джураев	Председатель совета директоров интернет-портала Uzreport.com
Салим Дониёров	Руководитель проекта, Независимый институт по мониторингу формирования гражданского общества
Олим Туракулов	Главный редактор отдела международной информации «УзА»



**ЦЕНТР ОБСЕ В АСТАНЕ**

Айдар Ботагаров	Национальный советник по политическим вопросам и вопросам СМИ, Офис по связям в Алматы
-----------------	--

**ЦЕНТР ОБСЕ В АШХАБАДЕ**

Посол Иво Петров	Глава Центра
Бегонья Пинейро Костас	Сотрудник по вопросам человеческого измерения
Светлана Остроушенко	Национальный сотрудник по связям с общественностью

**ЦЕНТР ОБСЕ В БИШКЕКЕ**

Фабио Пиана	старший советник по правам человека
Бурулкан Усманиева	Советник по вопросам свободы СМИ

**БЮРО ОБСЕ В ТАДЖИКИСТАНЕ**

Михаил Унланд	Советник по СМИ
Далер Дододжанов	Ассистент программы по СМИ

**КООРДИНАТОР ПРОЕКТОВ ОБСЕ В УЗБЕКИСТАНЕ**

Посол Дьердь Сабо	Координатор проектов
Сулхие Рузиева	Программный ассистент

## МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКСПЕРТЫ

Дуглас Гриффин	Директор консалтинговой фирмы «Albany Associates»
Анна Качкаева	Декан факультета медиакоммуникаций, научный руководитель «Высшей школы журналистики» Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Москва)
Дитер Лорейн	Управляющий директор консалтинговой фирмы «Albany Associates»

## БЮРО ПРЕДСТАВИТЕЛЯ ОБСЕ ПО ВОПРОСАМ СВОБОДЫ СМИ

Дунья Миятович	Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ
Андрей Рихтер	Директор
Ана Карлсрайтер	Старший советник
Адила Даминова	Координатор проектов
Кристиан Мёллер	Эксперт
Джоанна Джинкс	Старший исполнительный помощник
Аня Швабедадь	Старший помощник по проектам





## Пресс-релиз

### **Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ призывает правительства стран Центральной Азии обеспечить свободу Интернета**

АШХАБАД, 5 июля 2012 – Представитель ОБСЕ по вопросам свободы СМИ, Дунья Миятович, на Четырнадцатой Центральноазиатской конференции СМИ, которая началась сегодня в Ашхабаде, призвала власти стран Центральной Азии обеспечить, чтобы Интернет являлся свободным и открытым пространством, а также гарантировать свободу СМИ и выражения мнения в Интернете.

«Интернет должен быть открытым и общедоступным форумом для свободного выражения мнения без необоснованного государственного вмешательства и ограничений», – заявила Миятович.

Совместно с Рашидом Мередовым, заместителем Председателя Кабинета Министров и Министром иностранных дел Туркменистана, а также Послом Иво Петровым, Главой Центра ОБСЕ в Ашхабаде, Миятович выступила с обращением к более чем 150 журналистам, официальным лицам, представителям гражданского общества и академических кругов из Казахстана, Кыргызстана, Таджикистана, Туркменистана, Узбекистана, а также Афганистана.

«Блокирование и фильтрация не являются решением проблем. Если власти беспокоятся за безопасность своих граждан, то им следует содействовать интернет-грамотности населения и саморегулированию, а не использовать блокирование в качестве инструмента регулирования Интернета», – заявила Миятович.

«Политические предпосылки и правовые ограничения – не только в Центральной Азии, но и во всем регионе ОБСЕ – идут вразрез с основными принципами свободы СМИ», – сказала она.

По окончании конференции участники, как ожидается, примут декларацию, которая будет служить в качестве основы для последующей деятельности.

Во время своего визита в Ашхабад Представитель ОБСЕ встретила с заместителем Председателя Кабинета Министров и Министром иностранных дел Рашидом Мередовым; Председателем Меджлиса Ақджой Нурбердыевой; Председателем комитета по науке, образованию и культуре Владимиром Губановым, а также с Яздурсун Гурбанназаровой, Директором Туркменского национального института демократии и прав человека при Президенте Туркменистана, чтобы обсудить вопросы свободы СМИ и дальнейшего сотрудничества между ее Бюро и Туркменистаном.

Центральноазиатская конференция СМИ проводится ОБСЕ ежегодно и дает возможность координировать усилия, нацеленные на то, чтобы способствовать и поддерживать выполнение в странах Центральной Азии обязательств ОБСЕ в отношении свободы СМИ. В этом году конференция впервые проходит в Туркменистане и организована Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ при поддержке Центра ОБСЕ в Ашхабаде и других полевых миссий ОБСЕ в Центральной Азии. Этому мероприятию была оказана финансовая поддержка со стороны правительств Великобритании, Германии, Литвы, Норвегии, США и Франции.

В ходе конференции «Albany Associates», международная коммуникационная фирма, работающая с органами государственной власти и органами регулирования радио- и телевидения, проведет мастер-класс по регулированию онлайн- и социальных СМИ.









14-я центральноазиатская конференция СМИ прошла в Ашхабаде 4-5 июля 2012 г.  
The 14th Central Asia Media Conference took place in Ashgabat on 4-5 July.



Участницы из Туркменистана на 14-й центральноазиатской конференции СМИ в Ашхабаде,  
4-5 июля 2012 г.  
Participants from Turkmenistan at the 14th Central Asia Media Conference in Ashgabat on 4-5 July.



Глава Центра ОБСЕ в Ашхабаде Посол Иво Петров и старший советник Представителя ОБСЕ Ана Карлсрайтер на 14-й центральноазиатской конференции в Ашхабаде 4-5 июля.

Head of the OSCE Centre in Ashgabat Ambassador Ivo Petrov and RFOM Senior Adviser Ana Karlsreiter at the 14th Central Asia Media Conference in Ashgabat on 4-5 July.



Туркменские участники на 14-й центральноазиатской конференции СМИ в Ашхабаде 4-5 июля 2012 г.

Participants from Turkmenistan at the 14th Central Asia Media Conference in Ashgabat on 4-5 July.



Диана Медведникова, президент общественного фонда «Североказахстанский правовой медиацентр» и другие участники 14-й центральноазиатской конференции СМИ.

Diana Medvednikova, President of the Public Foundation "North-Kazakhstan Legal Media Centre" and other participants of the 14th Central Asia Media Conference in Ashgabat on 4-5 July.



Делегаты из Кыргызстана на 14-й центральноазиатской конференции СМИ в Ашхабаде 4-5 июля 2012 г.  
Participants from Kyrgyzstan at the 14th Central Asia Media Conference in Ashgabat on 4-5 July.



Участники из Таджикистана на 14-й центральноазиатской конференции СМИ в Ашхабаде 4-5 июля 2012 г.  
Participants from Tajikistan at the 14th Central Asia Media Conference in Ashgabat on 4-5 July.



Участники 14-й центральноазиатской конференции СМИ в Ашхабаде 4-5 июля 2012 г.  
Participants of the 14th Central Asia Media Conference in Ashgabat on 4-5 July.

