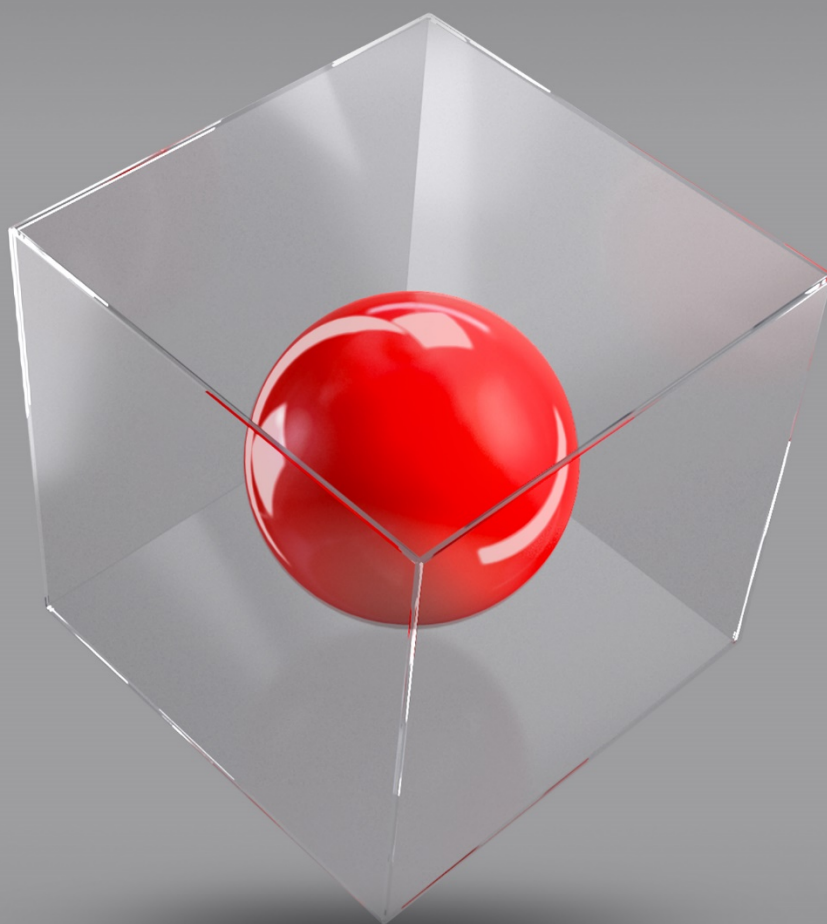




ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ПРОЗРАЧНОСТЬ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ МЕДИА В ОНЛАЙН-ПРОСТРАНСТВЕ

2021

Отчет является частью исследования «Прозрачность медиа Армении в 2021 году», проведенного нами в рамках проекта «Новая медиа-среда - новые проблемы, новые регулирования: за плюралистические, качественные и прозрачные СМИ в Армении».

Проект реализуется при финансовой поддержке Европейского фонда за демократию (EED). Содержание отчета может не отражать мнение EED и является предметом исключительной ответственности Исследовательского центра «Регион».

Методология исследования, анализ результатов: **Лаура Багдасарян**

Исследовательская команда: **Тигран Багдасарян, Шогик Степанян,
Самсон Мартиросян**

Перевод с армянского: **Анаит Хечоян**

Материалы проекта см.: **Mediametrics**,
<https://www.regioncenter.info/ru/media-metrics>



Исследовательский центр "Регион"



European Endowment for Democracy (EED)

Идентификация и прозрачность аудиовизуальных медиа в онлайн-пространстве - 2021

Статья 20 Закона РА «Об аудиовизуальных медиа»¹, принятого в 2020 г., определяет выпускные данные телерадиокомпаний и порядок их обязательного обнародования в эфире. Во время лицензирования телерадиокомпаний, они представляют полный пакет информации о себе также в соответствующий орган - Комиссию по телевидению и радио, на сайте которой можно найти данные аудиовизуальных СМИ², получивших лицензии (официальное название поставщика медиауслуг, номер лицензии, наименование учредителя, охват вещания, при наличии - адрес официального сайта).

Однако продукция телерадиокомпаний потребляется также в онлайн-пространстве - через их официальные веб-сайты и платформы в социальных сетях. Более того, есть телерадиокомпании, у которых, помимо этого, есть также свои онлайн-СМИ. Как, например, официальный сайт Общественного телевидения 1tv.am и его новостная платформа 1Lurer.am, официальный сайт Shant TV shanttv.am и его новостная платформа shantnews.am. И радиocomпания «Аврора», кроме официального сайта, имеет новостную площадку auroranews.am. А «FreeNews TV», недавно получившее лицензию на вещание, представляет свою продукцию онлайн аудитории не через отдельный веб-сайт, а через запущенное ранее онлайн-СМИ freenews.am и различные его страницы в соцсетях.

Фактически, прежние различия в онлайн-пространстве между телерадиокомпаниями и классическими онлайн-СМИ становятся все меньше также и в Армении.

Учитывая все эти реалии, мы **впервые** исследовали уровень прозрачности телерадиокомпаний в онлайн-пространстве.

¹ Закон РА «Об аудиовизуальных медиа»:
<http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=7300&lang=arm>

² См.: <http://tvradio.am/type/tv/>, <http://tvradio.am/type/radio/>

Нашей задачей было выяснить:

- Как телерадиокомпании Армении предстают перед аудиториями, потребляющими их продукцию в онлайн-пространстве?
- Какие идентификационные данные они публикуют, с какой степенью прозрачности характеризуются их официальные сайты и соцсетевые платформы?

По ходу мы составили также базу идентификационных данных аудиовизуальных СМИ, классифицированную по степени их прозрачности³.

Хотя в действующем законе нет каких-либо требований по выходным данным аудиовизуальных СМИ именно в онлайн-пространстве и по прозрачности также для онлайн-аудитории.

Представленность телерадиокомпаний в онлайн-пространстве

Исследованная нами 41 телерадиокомпания с республиканским и региональным охватом вещания в онлайн-пространстве имеет различную представленность.

78% из них (32 телерадиокомпании) предлагают свою продукцию онлайн-аудитории как минимум через 1 официальный сайт и в основном через 2-3 социальные сети. А 22% (9 телерадиокомпаний) делают это в онлайн-пространстве только через социальные сети. У этих компаний либо нет официального сайта (пока), либо их сайт не работает⁴.

См. нижеприведенный график.

³ См.: Телевидение и радио – 2021: рейтинг прозрачности, база идентификационных данных (арм), <https://www.regioncenter.info/hy/media-metrics>.

⁴ Эти и приведенные в отчете все остальные показатели о телевидении и радио мы получили из данных, зафиксированных по состоянию на сентябрь-октябрь 2021 г.



41 аудиовизуальное СМИ с брендовым наименованием фактически имеет 44 веб-сайта и 110 страниц в 8-и различных соцсетях. Самая популярная социальная сеть - это FB (здесь представлены 42 сайта из 44 - 95%). Далее, в порядке убывания, идут Youtube (27 сайтов - 61%), Instagram (17 сайтов - 39%), Twitter (13 сайтов - 30%), Telegram (4 сайта - 9%), ОК (3 сайта - 7%), VK (2 сайта - 5%), Linkedin (2 сайта - 5%).

Столь широкую представленность в онлайн-пространстве имеют не только СМИ с республиканским вещанием, но и ряд региональных аудиовизуальных СМИ. Однако такая степень представленности в онлайн не прямо пропорциональна уровню прозрачности аудиовизуальных медиа для аудитории (предоставлению полного пакета выходных данных).

Как мы измеряли целостность «идентификационных удостоверений» аудиовизуальных медиа в онлайн?

Методологическая справка

Мы изучали и определяли уровень идентификации и прозрачности телерадиокомпаний в онлайн-пространстве исключительно на основе их выходных

данных, применяя те же подходы, которыми руководствовались в ходе исследования прозрачности онлайн-медиа⁵.

Мы исследовали следующее:

- Информируют ли телерадиокомпании свою онлайн-аудиторию о том, в каком году они начали свою деятельность?
- Публикуют ли имена своего учредительного органа/лица, редактора/исполнительного директора?
- Предоставляют какую-либо контактную информацию (телефон, элпочта, физический адрес)?
- Публикуют свой кодекс этики на онлайн-платформах?
- Информируют также о своих финансовых потоках?

Таким образом, мы установили 8 критериев для изучения прозрачности телерадиокомпаний в онлайн-пространстве и определяли наличие/отсутствие этих данных не только по официальным сайтам телерадиокомпаний (наименование СМИ.am), но и по их платформам в соцсетях.

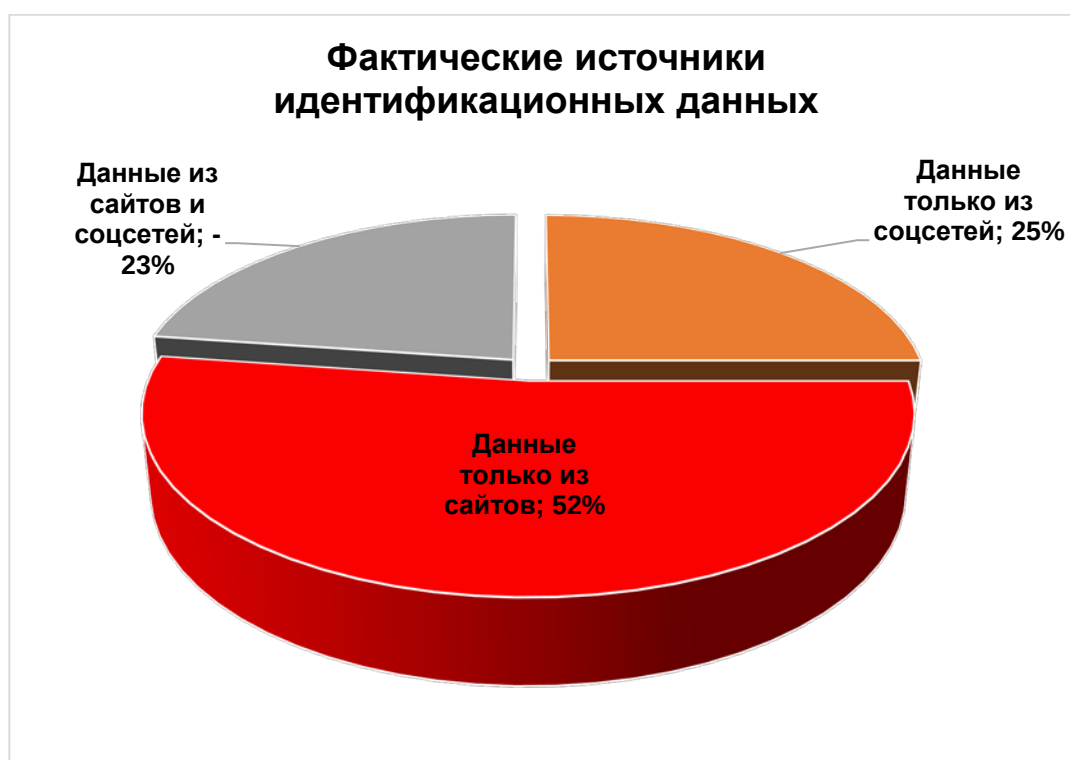
Во-первых, потому что, как было сказано выше, определенная группа СМИ не имеет официальных сайтов и использует только социальные сети.

Во-вторых, как показывали наши предварительные наблюдения, есть компании, которые часть выходных данных представляют на своих официальных сайтах, а другую - в соцсетях. Для всех этих случаев мы определяли целостность пакетов выходных данных на основе принципа взаимодополнения. Например, если компания публикует на своем веб-сайте только номер телефона редакции, а на своей соцсетевой странице также физический адрес, дату начала деятельности, то мы считали, что в итоге данное СМИ представило своим онлайн-аудиториям 3 выпускных данных.

⁵ См.: ««Идентификационные удостоверения» онлайн-СМИ Армении -2020», <https://www.regioncenter.info/hy/node/1750>, а также: «Прозрачность и идентификация онлайн-медиа-2021», <https://www.regioncenter.info/ru/media-metrics>.

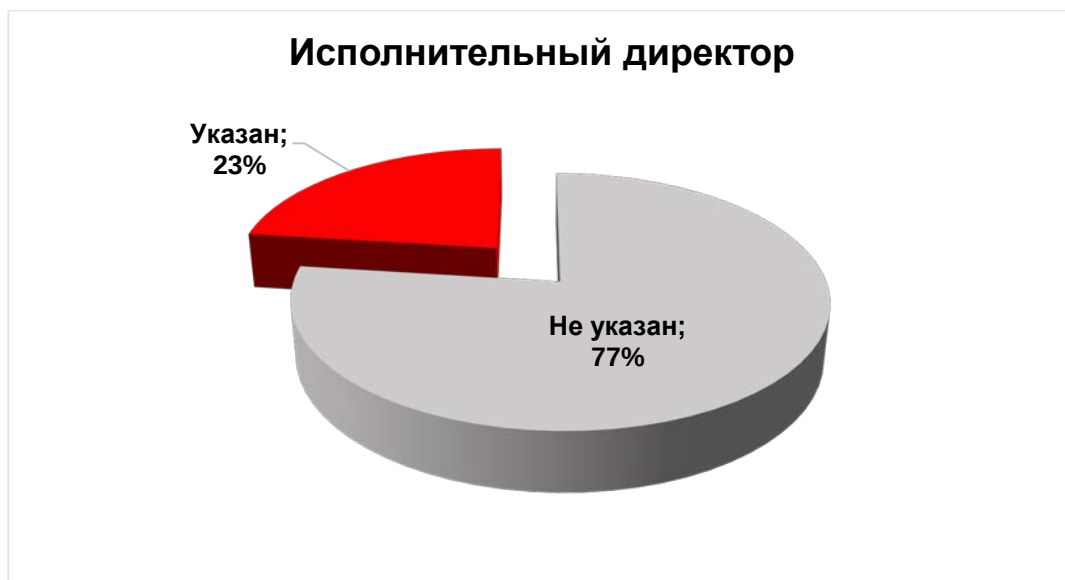
И действительно, в ходе исследования выяснилось, что источником 52% пакетов выходных данных, зафиксированных нами в онлайн, являются исключительно официальные сайты телерадиокомпаний, источником 25% пакетов являются исключительно их соцсетевые платформы. 23% - это пакеты, данные которых мы брали и из официальных сайтов, и со страниц в социальных сетях.

См. нижеприведенный график, а также таблицу в конце отчета.



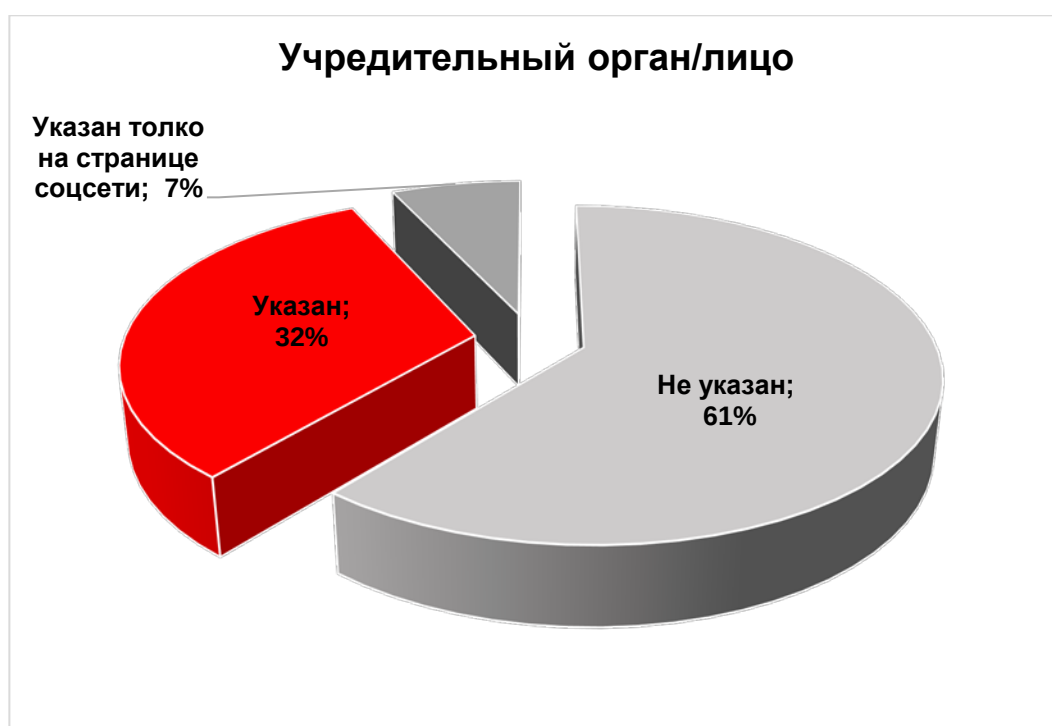
«Идентификационные удостоверения» аудиовизуальных медиа в онлайн

Наименее разглашаемыми данными являются сведения о руководящих звеньях аудиовизуальных СМИ. О том, кто является исполнительным директором/главным редактором/другим руководящим лицом данного СМИ не сообщают на своих онлайн-платформах 77% аудиовизуальных СМИ. Ни в каком варианте - ни на официальном сайте, ни на какой-либо странице в соцсетях.



На втором месте по шкале непрозрачных данных находится информация об **учредительном органе/лице**. 61% телерадиокомпаний не сообщает в онлайн-пространствах имен своих учредительных органов/лиц. Хотя информация об учредительном органе представляется в обязательных пакетах во время лицензионного конкурса, ее также можно найти на официальном сайте Комиссии по телевидению и радио.

См. нижеприведенную таблицу.

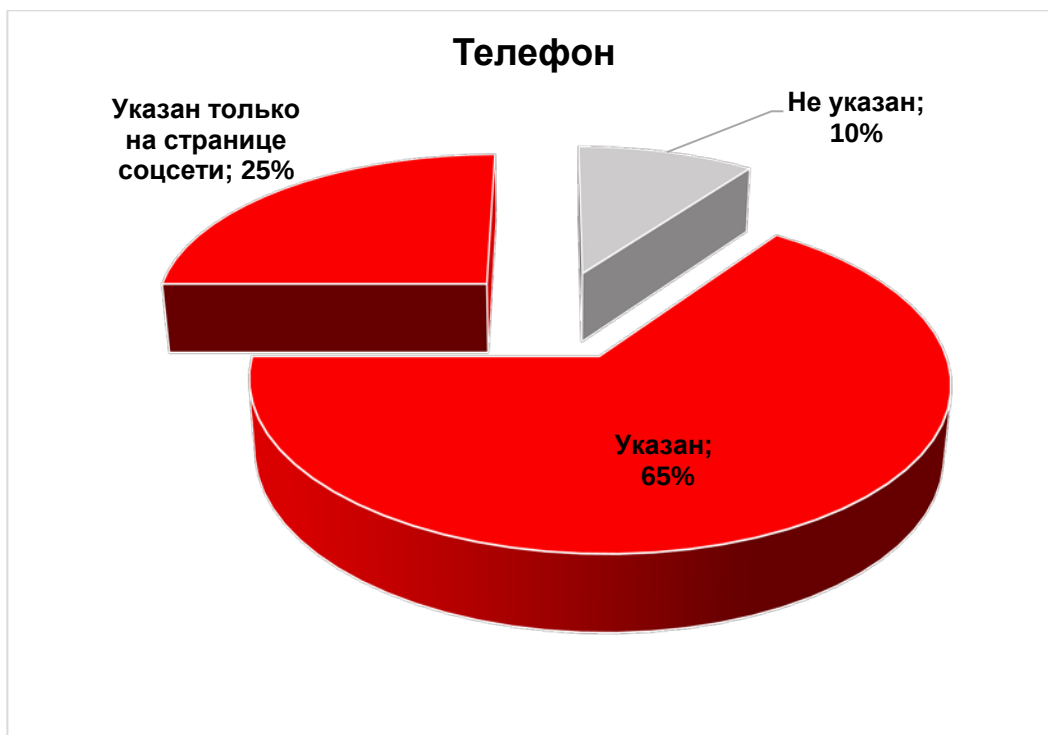


Год начала деятельности телерадиокомпаний - это те выходные данные, прозрачность которых составляет 50/50. Так, одна половина 44-х онлайн-платформ (50% официальных сайтов /страниц соцсетей) информирует аудиторию о том, когда начала свою деятельность данная теле- или радиоккомпания. А для аудитории другой половины (50%) эта информация остается недоступной. На онлайн-платформах этой группы СМ такой инфотмации нет.

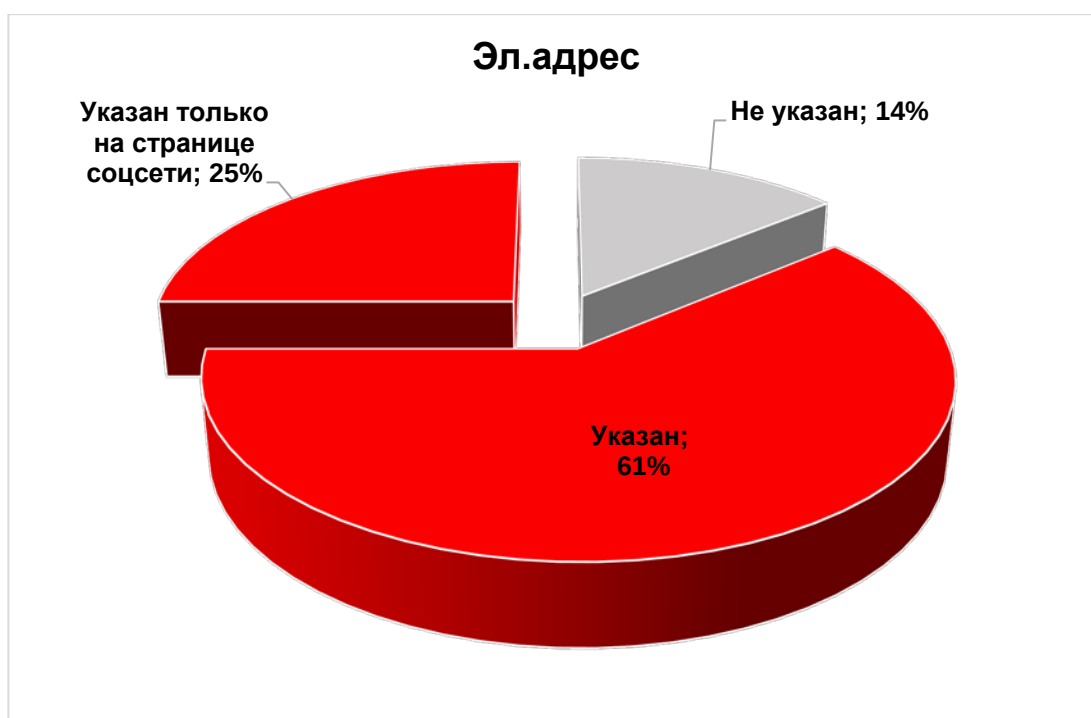


Самыми разглашаемыми данными являются номера телефонов телерадиоредакций. 90% онлайн-телерадиоплатформ публикуют телефонные номера редакций. Однако 25% из них делают это исключительно через социальные сети. И в этом ряду не только компании, представляющие свою аудиовизуальную продукцию только через соцсети, но и те, у кого есть официальные сайты (New Armenia TV, Radio Marshall-FM 103.5, shantnews.am, auroranews.am).

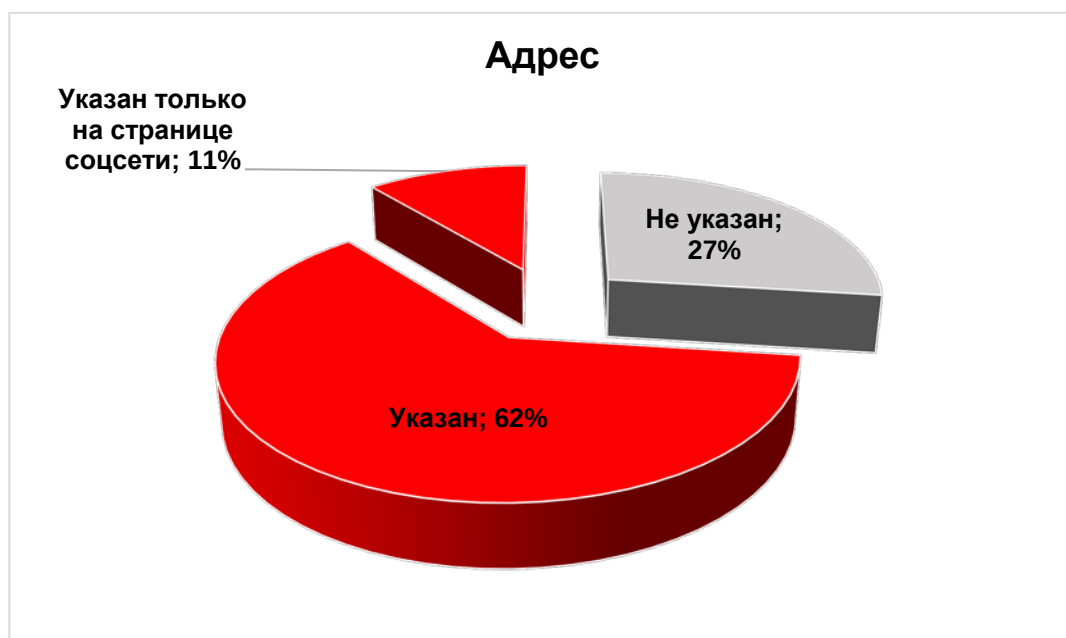
Смотри нижеприведенный график:



Адрес электронной почты аудиовизуальных СМИ занимает второе место по объему публикуемых данных. 86% телерадиокомпаний указывают адреса электронной почты на своих сайтах /страницах в соцсетях. 61% делают это через официальные сайты, 25% - только через соцсети. В числе тех, кто публикует свой адрес электронной почты в социальных сетях, находятся также Радио ВЭМ, Поп FM 89.3, Радио Ван, Радио Marshall-FM 103.5, Котайк TV, shantnews.am. Это СМИ, имеющие также официальные сайты.



Третьими по прозрачности являются данные о физическом адресе телерадиокомпаний. Одна из 73% онлайн-платформ (официальный сайт или страница в соцсети) информирует аудиторию о местонахождении своей редакции, публикуя физический адрес.



По сравнению с другими, наименьшей прозрачностью характеризуются данные по финансовым потокам и кодексам этики аудиовизуальных СМИ.

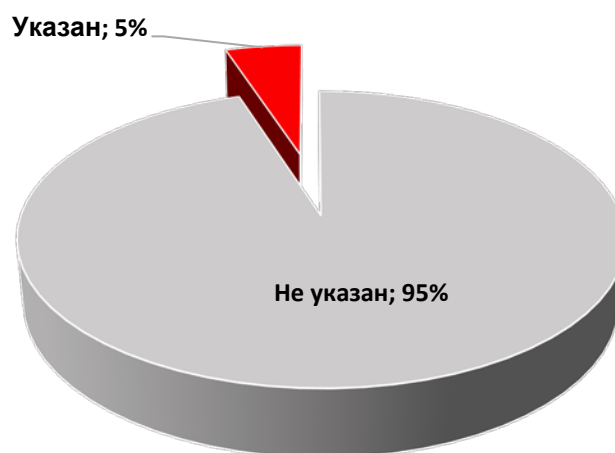
Так, отчеты о финансовых потоках опубликованы на 12-и (27%) аудиовизуальных медиа-платформах из 44, и только на 2-х (5%, Телекомпания «Шогакат» и телекомпания «Кявар») можно найти кодексы этики редакций.

См. нижеприведенные графики.

Финансовый отчет на сайте



Кодекс этики на сайте



Рейтинг прозрачности аудиовизуальных медиа в онлайн-пространстве

На основе этих 8 видов выходных данных, мы составили базу данных 44 аудиовизуальных медиаплатформ и рейтинг их прозрачности в онлайн-пространстве⁶.

Здесь, как и в случае с онлайн-медиа, сформировались три группы СМИ с разной степенью прозрачности.

Прозрачные теле- и радиокomпании - это СМИ, на платформах которых представлены 6-8 выходных данных. Это группа из 9 телерадиоплатформ (20%), проявивших 66,6%–100% прозрачности.

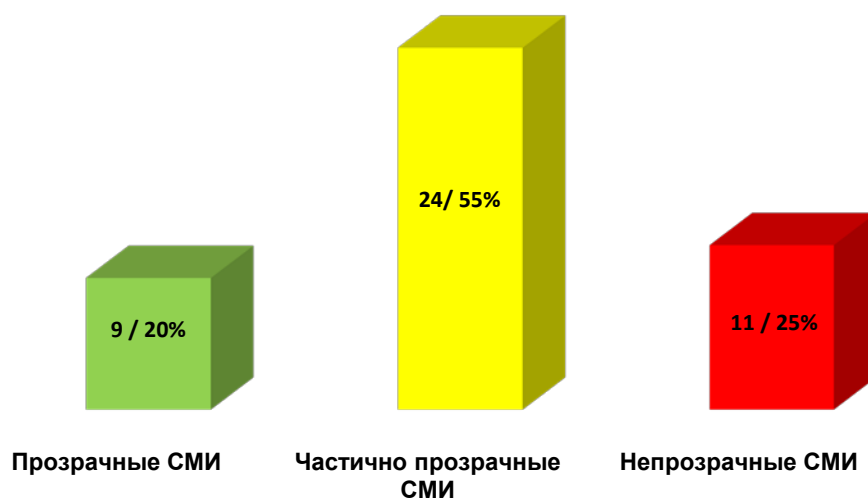
Частично прозрачные теле- и радиокomпании - это СМИ, на платформах которых представлены 3-5 выходных данных. Это группа из 24 аудиовизуальных телерадиоплатформ (55%) с прозрачностью 33,3%–66,5%.

Непрозрачные теле- и радиокomпании - это СМИ, на платформах которых представлены 0-2 выходных данных. Это группа из 11 аудиовизуальных телерадиоплатформ (25%) с прозрачностью 0%-33,2% .

См. нижеприведенный график и таблицу, в которой представлена фактическая степень прозрачности каждой из исследованных нами теле- и радиокomпаний в онлайн пространстве состоянию на 2021 год.

⁶ См: Телевидение и радио 2021: рейтинг прозрачности, база идентификационных данных, <https://www.regioncenter.info/hy/media-metrics>.

Прозрачность телерадиокомпаний на онлайн-платформах



Шкала прозрачности аудиовизуальных медиа в онлайн-пространстве

Фактические источники выходных данных ТК/РК	Количество фактически опубликованных из 8-и выходных данных	Диапазон рейтингов прозрачности 0%-33.3% - Непрозрачные СМИ 33.3%-66.6% - Частично прозрачные СМИ 66.6%-100% - Прозрачные СМИ
Телекомпания «Шогакат» shoghakat.am	8	100%
Общественная телекомпания 1tv.am	7	87.5%
Телекомпания А-TV atv.am	7	87.5%
Телекомпания «Кявар» kyavartv.am	7	87.5%
Телекомпания «Армнюз» armnewstv.am	6	75%
Радио «FM-105.5» 1055.am	6	75%

Радио «Аврора» radioaurora.am	6	75%
Радио «VEM» vem.am +соцсети	6	75%
«Радио джан» FM 90.7 radiojan.am	6	75%
Телекомпания «Еркир медиа» yerkirmedia.am +соцсети	5	62.5%
Телекомпания «Армения» armeniatv.am	5	62.5%
Телекомпания «Шант» shanttv.com	5	62.5%
5-ый канал 5tv.am +соцсети	5	62.5%
Телекомпания «Фортуна» fortunatv.am	5	62.5%
Телерадиокомпания «Цайг» tsayg.am	5	62.5%
Радио «ВАН» radiovan.fm +соцсети	5	62.5%
«РАДИО ЕРЕВАН» arradio.am	5	62.5%
Общественная телекомпания «Вести» 1Lurer.am	4	50%
Телекомпания «Кентрон» kentron.tv	4	50%
Телекомпания «Дельта» deltatv.am	4	50%
Телекомпания «ЗАНГЕЗУР» zangezur.tv + unggwulgt.n	4	50%
Общественное радио Армении armradio.am	4	50%
«РАДИО МАРШАЛ» -FM 103.5 radiomarshall.am +соцсети	4	50%
Радио «ИМПУЛЬС» impuls.am	4	50%
«РАДИО АЙ» FM 104.1 radiohay.am	4	50%
Лратвакан радио FM 106.5 lratvakan.am	4	50%
Телекомпания «Шант» shantnews.am +соцсети	4	50%
Телекомпания 21 Социальные сети	3	37.5%
Телекомпания «Нор Айастан» norhayastan.com +соцсети	3	37.5%
Телекомпания «Гегам» Социальные сети	3	37.5%
«КИСС FM» Армения kissfm.am	3	37.5%

Радио «ПОП FM» Социальные сети	3	37.5%
«АВТОРАДИО» autoradio.am	3	37.5%
Вторая армянская телекомпания Социальные сети	2	25%
Телекомпания «АРМА» Социальные сети	2	25%
Телекомпания «КОТАЙК» kotayktv.am +соцсети	2	25%
Телекомпания «ТАВУШ» Социальные сети	2	25%
«Радио ШАНТ» FM 104.1 Социальные сети	2	25%
«РАДИО ШАНСОН» FM 90.1 www.chanson.am	2	25%
«АРМНЮЗ FM» armnews.fm	1	12.5%
Телекомпания «Нур» Социальные сети	1	12.5%
Радио «МИГ» FM 105.7 Социальные сети	1	12.5%
Радио «Аврора» auroranews.am +соцсети	1	12.5%
Телекомпания «Фри Ньюз» Социальные сети	0	0%