

МОНИТОРИНГ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ - 2008

Результаты, выводы и рекомендации

Комитет по защите свободы слова в рамках проекта “Защита общественных интересов посредством усиления деятельности региональных СМИ и журналистских организаций” с января по сентябрь 2008 в 6 областях Армении (Армавирской, Гегаркуникской, Лорийской, Сюникской, Тавушской, Ширакской) осуществил мониторинг местных медиа.

Предметом исследования стали основные информационные программы телекомпаний “АЛТ” (Армавир), “Кявар” (Гавар), “STV1” (Севан), “Лори” (Ванадзор), “Анкюн+3” (Алаверди), “Цайг” и “ГАЛА” (Гюмри), “Ласт” (Горис), “Соси” (Капан), “Камут” (Ноемберян), а также публикации газет “Севан” (Севан), “Лору марз” (Ванадзор), “Кумайри” (Гюмри), “Зангезур” (Горис), “Сюняц еркир” (Капан), за исключением объявлений, рекламы, программ телепередач, прогноза погоды, гороскопов, кроссвордов и других развлекательных/занимательных материалов.

В Армавирскую, Гегаркуникскую и Тавушскую области мониторинговая группа направлялась по 2 раза, а в Лорийскую, Сюникскую и Ширакскую - по 1 разу, поскольку в последних трех регионах были проведены аналогичные работы в предыдущем году, и теперь здесь предстояло лишь актуализировать исследование в соответствии с задачами данного этапа.

Периоды мониторинга по регионам:

Лори - с 6 по 12 января 2008;
Армавир - с 14 по 20 февраля 2008, с 16 по 22 июня 2008;
Ширак - с 21 по 27 марта 2008;
Гегаркуник - с 12 по 18 апреля 2008, с 21 по 27 августа 2008;
Тавуш - с 4 по 10 мая 2008, с 6 по 12 сентября 2008;
Сюник - с 19 по 25 июля 2008.

Основными параметрами мониторинга стали:

- **адекватность освещения**, то есть все ли важные события исследуемого периода нашли отражение в публикациях газет и телематериалах;
- **оперативность** (своевременно или с опозданием сообщена информация);
- **достоверность** (соответствуют ли действительности приведенные в публикациях/телематериалах сведения);
- **объективность/беспристрастность** (использованы ли в комментирующих публикациях/телематериалах мнения и сведения из различных доступных источников, владеющих информацией; разграничены ли факты и комментарии);
- **качество подачи публикаций/телематериалов** (их привлекательность для аудитории; в газетах - оформление полос и отдельных материалов, стиль, язык публикаций, в телепрограммах - журналистская, операторская и режиссерская

работа, качество звука и изображения, продолжительность материалов и их очередность/классификация);

- **тематическое разнообразие** (какие темы освещены в газетных публикациях и в выпусках телепрограмм).

В процессе мониторинга в качестве материала (публикации) рассматривалась тематически, композиционно и по оформлению выделенная единица газетного текста (статья, заметка и т. д.) или телеэфира (репортаж, сюжет информационного выпуска и т. д.).

Объемы исследования

СМИ	Периоды мониторинга/ даты выпусков газет	Общая продолжительность исследованных телематериалов	Число исследованных материалов	
			Всего	В том числе местных
Телекомпания "Анжун + 3" (Алаверди)	06-12.01.2008	67 мин. 03 сек.	31	21
Телекомпания "Лори TV" (Ванадзор)	06-12.01.2008	76 мин. 42 сек.	17	17
Телекомпания "АЛТ" (Армавир)	14-20.02.2008	97 мин. 40 сек.	58	18
	16-22.06.2008	102 мин. 21 сек.	69	16
Телекомпания "ГАПА" (Гюмри)	21-27.03.2008	169 мин. 37 сек.	93	26
Телекомпания "Цайг" (Гюмри)	21-27.03.2008	186 мин. 40 сек.	141	39
Телекомпания "Кявар" (Гавар)	12-18.04.2008	29 мин. 23 сек.	11	11
	21-27.08.2008	26 мин. 47 сек.	12	12
Телекомпания "STV1" (Севан)	12-18.04.2008	34 мин. 04 сек.	10	10
	21-27.08.2008	31 мин. 31 сек.	16	16
Телекомпания "Камут" (Ноемберян)	04-10.05.2008	17 мин. 58 сек.	5	5
	06-12.09.2008	52 мин. 30 сек.	6	6
Телекомпания "Ласт" (Горис)	19-25.07.2008	17 мин. 09 сек.	3	3
Телекомпания "Соси" (Капан)	19-25.07.2008	55 мин. 38 сек.	23	23
Газета "Лору марз" (Ванадзор)	09.01.2008		14	13
	12.01.2008		9	6
Газета "Кумайри" (Гюмри)	27.03.2008		18	13
Газета "Севан" (Севан)	16.04.2008		17	16
Газета "Сюняц еркир" (Капан)	24.07.2008		24	19
Газета "Зангезур" (Горис)	25.07.2008		8	6

В выводах и оценках по предыдущему исследованию мониторинговая группа в качестве общей проблемы отмечала, что в региональных СМИ мало местных материалов. Хотя на нынешнем этапе, в целом, наблюдается улучшение ситуации по этому показателю, тем не менее в трех телекомпаниях - "АЛТ" (Армавир), "Цайг" и "ГАЛА" (Гюмри) - все еще преобладают сюжеты и репортажи, не имеющие отношения к тематике данных областей (марзов). В указанных телеканалах местные материалы составляют лишь 27-28 процентов.

АДЕКВАТНОСТЬ ОСВЕЩЕНИЯ

В ходе каждой командировки мониторинговая группа совместно с партнерами в регионах составляла перечень важнейших событий, произошедших на территории охвата (распространения) исследуемых СМИ, который затем по соответствующим дням сопоставлялся с содержанием информационных телепрограмм и газет. Если какое-либо из этих событий не находило отражения в основном выпуске новостей телекомпании/на страницах печатных медиа, то освещение считалось неадекватным.

По данному, а также по приводимым ниже другим параметрам результаты мониторинга представлялись в промежуточных отчетах, в которых отмечались конкретные случаи неадекватного или неоперативного, или необъективного освещения событий. Эти отчеты предоставлялись руководителям исследованных медиа - с тем, чтобы в дальнейшей работе недостатки были устранены.

ОПЕРАТИВНОСТЬ

В региональных телекомпаниях события, в основном, освещаются оперативно. В печатных же медиа большинство материалов не являются событийными. Это обусловлено также периодичностью изданий. Большинство газет выходит ежемесячно или раз в две недели, и вопрос оперативности отодвигается на задний план. Тем не менее, нередко мемуарные, описательные и разного рода художественные публикации необоснованно преобладают над событийными материалами.

ДОСТОВЕРНОСТЬ

При оценке работы региональных медиа по этому параметру учитывалось не только соответствие передаваемой информации действительности в целом, но и точность географических названий, имен и фамилий людей, их должностей и других фактов. Анализ достоверности материалов областных СМИ мониторинговая группа осуществляла совместно с местными партнерами - с тем, чтобы более четко оценить правильность сведений и фактов.

Согласно промежуточным отчетам, отклонения по этому параметру были незначительными и касались, в основном, взятых из зарубежных СМИ материалов, перевода, письменного и/или устного воспроизводства содержащихся в них имен, топонимов, названий организаций и т. д.

ОБЪЕКТИВНОСТЬ/БЕСПРИСТРАСТНОСТЬ

По параметру объективности/беспристрастности оценивались те материалы региональных СМИ, в которых освещалась местная тематика и содержание которых предполагало наличие других мнений или сведений из разных осведомленных источников. Если такие материалы основывались на информации из одного источника или в них представлялось только одно мнение, то они оценивались как необъективные. К таковым относились также публикации, в которых содержались элементы коммерческой или политической рекламы.

Из этических соображений мониторинговая группа решила не публиковать количественные данные необъективного и неоперативного освещения событий, а предоставила каждому СМИ касающиеся его результаты исследования.

КАЧЕСТВО ПОДАЧИ МАТЕРИАЛОВ

При анализе качества подачи материалов мониторинговая группа учитывала творческие и технические составляющие: в газетах - язык и стиль публикаций, оформление полос, привлекательность заголовков, рубрик, снимков; в телекомпаниях - журналистская, операторская, режиссерская работа, качество звука и изображения, продолжительность материалов, их распределение по блокам новостей.

Региональные **телекомпании** имеют разные технические и творческие возможности, поэтому мониторинговая группа применила дифференцированный подход и подготовила заключения по деятельности каждой из них (как уже отмечалось, эти документы предоставлялись руководителям вовлеченных в мониторинг СМИ). Однако можно говорить и об общих проблемах, существующих в журналистской и редакционной (в том числе в операторской и режиссерской) работе.

Так, в выпусках информационных телепрограмм нередко встречаются неоправданно затянутые (5 минут и более) сюжеты и репортажи. Новости, за некоторым исключением, должным образом не классифицируются и не распределяются по блокам, не учитываются актуальность и оперативность информации, степень интереса к ней. Иногда переходы ведущих программ от одной темы к другой слишком замысловаты и запутанны, порой даже непонятны для зрителя.

Мониторинговая группа зафиксировала многочисленные случаи подачи новостей без видеоматериалов, только посредством озвучивания текстов. В частности, в телекомпаниях «АЛТ» такие материалы составили 60% от общего объема, в «ГАЛА» - 33%, в «Анжун+3» - 39%. А в «Цайг», например, по сравнению с предыдущим исследованием число таких материалов сократилось с 27% до 17%.

Зафиксированы также случаи, когда общенациональная и международная информация сообщалась без ссылки на источник. В некоторых телекомпаниях авторы сюжетов не представляются зрителю - посредством титров или устно.

В репортажах и сюжетах часто встречаются слишком хвалебные, явно преувеличенные эпитеты, касающиеся разных людей и организаций (“Кявар”, “STV1”, “Камут”). Брак в журналистской работе (стилистически неграмотные предложения, использование непонятных аббревиатур, уклонение от указания даты события и др.) и нередко встречающиеся операторские недостатки (темные кадры, неудачные ракурсы, срывы звука и проч.) все еще остаются нерешенными проблемами. Зафиксированы также случаи завуалированной коммерческой и политической рекламы в материалах информационных программ.

При анализе региональных газет, как и в случае с телекомпаниями, мониторинговая группа применила дифференцированный подход - прежде всего, исходя из различных технических возможностей изданий, их периодичности и объемов.

По сравнению с предыдущим исследованием улучшилось оформление газет, больше используется снимков (“Сюняц еркир”, “Лору марз”), однако на эту проблему рекомендуется обратить внимание тем изданиям (“Зангезур”, “Кумайри”), в которых все еще встречаются “слепые” полосы. Большинству редакций необходимо продолжать работу над улучшением дизайна своих газет. Общей для исследованных изданий проблемой остается низкое качество публикуемых снимков.

Что же касается содержания газет, то мониторинговая группа зафиксировала факты игнорирования актуальных для местной аудитории тем. Вместо них на страницах газет нередко появляются мемуарные, художественные, развлекательные и другие объемные публикации, которые неоправданно преобладают над событийными материалами. В целом, наблюдается общая тенденция уклонения от актуальной тематики.

ТЕМАТИКА ПУБЛИКАЦИЙ

Темы, освещенные в региональных СМИ в период мониторинга, представим в обобщенной таблице (10 тем, удостоенных наибольшего внимания медиа).

Темы	Места	Количество публикаций/телесюжетов в период мониторинга СМИ
Международная жизнь	1	114
Вопросы образования и культуры в регионах	2	88
Внутриполитическая жизнь страны в целом	3	50
Деятельность органов местного самоуправления и проблемы общин	4	40
Здравоохранение и соцобеспечение в регионах	5	35
Деятельность правительства и премьер-министра РА	6	28
Происшествия и деятельность полиции в регионах	7	24
Сельское хозяйство и экология в регионах	8	19
Внутриполитическая жизнь регионов	9	14
Деятельность Армянской апостольской церкви	10	11

Хотя далеко не все региональные СМИ отводят место зарубежной информации и даже республиканским (общенациональным) новостям, тем не менее международная тематика оказалась на первом месте. И это в том случае, когда, согласно результатам проведенного в рамках того же проекта социологического опроса, аудитория местных медиа отдает предпочтение таким темам, как здравоохранение и соцобеспечение в регионах, права человека, деятельность органов местного самоуправления и проблемы общин. (Результаты опроса в каждом из регионов предоставлены руководителям местных СМИ.)

Мониторинговая группа рассматривала также наличие/отсутствие политического плюрализма в основных информационных программах региональных телекомпаний. Причем не только в контексте состоявшихся в 2008 выборов - президентских, а также в органы местного самоуправления, но и вне избирательных компаний.

Телекомпании, особенно вне выборов, в основном, воздерживались от освещения деятельности различных политических сил или представления их мнений относительно актуальных проблем, волнующих общество. Это приводит к тому, что в эфире практически отсутствует политическое многообразие. Лишь в информационных программах “Цайг”, “ГАЛА” (Гюмри), “Анкюн+3” (Алаверди) зафиксированы проявления плюрализма.

ОБЪЕКТИВНЫЕ И СУБЪЕКТИВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Законодательство

В то время как журналистское сообщество страны призывает совершенствовать правовое регулирование СМИ и, прежде всего, кардинально улучшить Закон РА “О телевидении и радио”, власти, осуществляющие тотальный контроль над вещательной сферой, стремятся максимально продлить сложившуюся ситуацию. На это, в частности, было направлено внесенное 10 сентября 2008 в упомянутый закон дополнение, согласно которому до 20 июля 2010 не будут объявлены конкурсы по лицензированию телерадиовещания.

Давление на СМИ и цензура

По наблюдениям мониторинговой группы, на усиление контроля над региональными вещателями был нацелен и предпринятый на государственном уровне поход против гюмрийской телекомпании “ГАЛА”, в котором участвовали аппарат президента РА, Национальная комиссия по телевидению и радио, налоговая служба, суды и органы принудительного исполнения судебных актов, а также мэрия Гюмри. Беспрецедентное давление, начавшееся в 2007 и продолжавшееся в 2008, стало еще одним печальным уроком для остальных вещателей.

Если в предыдущие годы в отношении СМИ применялись различные методы скрытой цензуры, то в 2008, в период действия чрезвычайного положения,

введенного в Ереване после событий 1 марта, медиа вполне открыто подвергались предварительной цензуре. КЗСС констатирует, что это непосредственно коснулось и региональных СМИ. Так, в областях страны представители властей “не рекомендовали” СМИ при освещении политических событий выходить за рамки официальной информации. В результате этого многие телекомпании с 1 по 20 марта 2008 вообще отказались от выпуска информационных программ или освещали только события, не имеющие прямого отношения к политике. Оказываемое давление нарушало не только закон, но и сам указ президента РА, который распространялся только на столицу и, к тому же, не предусматривал введение цензуры.

Кадры и профессионализм

В региональных СМИ ощущается острая нехватка профессиональных кадров. Руководители ряда медиа, говоря об этом, отмечают, что многие специалисты, достигнув определенного уровня, переезжают в столицу и устраиваются на работу в общенациональных СМИ. А пополнение местных редакций новыми кадрами является серьезной проблемой.

Технические проблемы

Техническая оснащенность исследованных СМИ разная по уровню. Возможности далеко не всех медиа позволяют выпускать качественную продукцию. Из-за технических, финансовых и творческих проблем в эфире телекомпаний нередко появляются материалы без видеоряда или без титров, или с темными кадрами и срывами звука.

Теми же причинами обусловлено и низкое качество печати некоторых региональных газет. В большинстве областей остается нерешенной проблема создания современных типографий.

РЕКОМЕНДАЦИИ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Мониторинговая группа признает, что для решения объективных проблем необходимо объединение усилий всего журналистского сообщества страны, но, вместе с тем, считает, что многие недостатки, существующие в региональных медиа, можно преодолеть уже на данном этапе.

Изучив работу 10 телекомпаний и 5 газет в Армавирской, Гегаркуникской, Лорийской, Сюникской, Тавушской, Ширакской областях Армении, мониторинговая группа представляет следующие рекомендации и предложения по каждому параметру исследования.

Адекватность освещения событий

Учитывая, что в ходе мониторинга зафиксированы случаи неадекватного освещения жизни регионов, то есть некоторые важные местные события по той или иной причине не находили отражения в исследуемых СМИ, экспертная группа рекомендует:

- установить более тесные контакты с государственными структурами и органами местного самоуправления, общественными организациями, региональными подразделениями политических партий и др. - для своевременного получения сведений об их деятельности. Необходимо искать новые источники информации и поддерживать с ними постоянную связь. При этом СМИ должны сами проявлять инициативу и заинтересованность в получении нужных сведений. Один из возможных вариантов: руководитель СМИ поручает каждому сотруднику работу с конкретными организациями, считая при этом серьезным недостатком, если какая-либо актуальная информация упускается из виду.

- Выявить информационные запросы своей аудитории и привести работу редакции в соответствие с ними. Мониторинговая группа изучила эту проблему, проведя социологический опрос в 6 областях страны, результаты которого предоставлены руководителям исследованных медиа - с тем, чтобы они скорректировали работу с учетом предпочтений зрителей. Так, например, в охваченных мониторингом региональных СМИ, в целом, больше всего места отведено международной жизни, в то время как аудитория более заинтересована в получении информации относительно проблем социальной сферы и здравоохранения в своем регионе, прав человека и т. д.

Оперативность

- Ввиду того, что из 10 исследованных телекомпаний 4 (“STV1”, “Кявар”, “Ласт”, “Камут”) не имеют ежедневных информационных выпусков (их периодичность составляет 2-3 раза в неделю), мониторинговая группа рекомендует этим студиям внедрить у себя практику подготовки и трансляции таких передач именно в ежедневном режиме.

- Телекомпаниям необходимо следовать принципу “события дня освещаются в тот же день”. Для этого нужно внимательно следить за событиями, вести их учет и четко распределять обязанности персонала. Недопустимо, когда в сюжетах или репортажах не указываются даты событий, или когда авторы используют неопределенное “на днях”.

- Печатные издания должны стремиться освещать события, которые произошли в период между предыдущим и предстоящим номерами. Это может быть информационный блок, представляющий события определенного периода одним предложением, или более подробное освещение некоторых, наиболее важных и актуальных, из них. Пресса также должна воздерживаться от публикаций с неопределенным указанием даты события - “на днях”.

- Если по той или иной объективной причине не удастся осветить событие в ближайшей информационной телепередаче или номере газеты, то в следующем выпуске непременно нужно указывать дату этого события, актуализируя его с помощью различных журналистских приемов и избегая неопределенного “на днях”.

Достоверность

С учетом того, что отклонения по достоверности передаваемой информации касались, в основном, взятых из зарубежных СМИ материалов, перевода,

письменного и/или устного воспроизводства содержащихся в них имен, топонимов, названий организаций и т. д., мониторинговая группа рекомендует редакциям пользоваться услугами квалифицированных переводчиков, которые, помимо иностранного языка, в совершенстве владели бы и армянским. Обязательным условием подготовки блоков международной информации должна стать обработка переведенных текстов профессиональным редактором.

Объективность/беспристрастность/плюрализм

- Необходимо отказаться от практики включения в выпуски информационных телепрограмм материалов, содержащих коммерческую или политическую рекламу, или ее элементы. То же самое требование - четкое разграничение рекламы от остальных публикаций - касается и газет.
- При анализе любой актуальной проблемы использовать несколько источников информации и представлять разные мнения и позиции, превратив это в принцип редакционной работы.
- Предоставлять политическим силам, представителям гражданского общества равные возможности для выражения их мнений и позиций по различным актуальным проблемам, не отдавать преимущества какой-либо партии, группе или организации, и делать это по собственной инициативе, не дожидаясь предложений от тех или иных организаций и групп.

Улучшение качества подачи материалов

Несомненно, региональные СМИ имеют свои особенности, а каждое из них в отдельности, помимо общих, еще и специфические проблемы. Тем не менее мониторинговая группа предлагает некоторые меры, которые могут способствовать преодолению недостатков и повышению привлекательности медиа для своей аудитории. В частности:

- Как телекомпании, так и газеты могут восполнить информационный вакуум, образующийся нередко из-за небогатой на события жизни в регионах, освещением общенациональных проблем на местном уровне. В период мониторинга экспертная группа зафиксировала такие возможности. Недостаток информации можно восполнить также посредством последовательного освещения тем, которые, по данным проведенного КЗСС социологического опроса, представляют наибольший интерес для аудитории данного региона.

- Для информационных передач телекомпаний актуальной остается проблема классификации и распределения новостей по тематическим рубрикам/блокам. Чтобы решить эту проблему, необходимо совершенствовать работу редакторов информационных программ (тем телекомпаниям, где нет такой или аналогичной должности, рекомендуем создать ее и найти соответствующего специалиста). Потоки местной, общенациональной и зарубежной информации должны быть сгруппированы и представлены с учетом актуальности, оперативности, степени интереса, географической близости и других общепринятых критериев. Особое внимание нужно уделять выбору первой новости информационного выпуска, исходя из указанных критериев.

- Относительно продолжительности сюжетов информационных телепередач мониторинговая группа отмечает, что большинство телекомпаний должно активно работать в этом направлении, и рекомендует представлять новости по возможности лаконично (предпочтительная продолжительность сюжетов и репортажей - от 1,5 до 3 минут) и динамично.
- Для преодоления практики представления в информационных телепрограммах новостей без соответствующего видеоряда или фотоизображения необходимо создать архив видеоматериалов и фотоснимков и постепенно пополнять, обогащать его. Для этого можно наладить и развить связи со столичными и общенациональными вещателями, фото- и информационными агентствами.
- Мониторинговая группа призывает также региональные телекомпании особенно внимательно относиться к качеству собственных видеоматериалов, улучшению операторской и режиссерской работы.
- Для улучшения восприятия информационных телепрограмм предлагается в журналистских и дикторских текстах избегать длинных, искусственно растянутых предложений, неизвестных широкой аудитории и/или вызывающих разное толкование аббревиатур, замысловатых и порой даже вводящих зрителя в заблуждение лидов и переходов ведущих от одной темы к другой.
- Как вещательным, так и печатным медиа мониторинговая группа рекомендует строго следовать известному правилу: не публиковать материалы из других СМИ без ссылки на источник.
- Для повышения привлекательности газет предлагается, помимо решения указанных выше задач, особое внимание уделять оформлению страниц, использованию снимков, улучшению их качества, избегать слишком объемных, нередко занимающих целые полосы, публикаций.

Тематика публикаций

Мониторинговая группа считает, что результаты осуществленного в рамках данного проекта социологического опроса могут стать хорошей основой для исследованных региональных СМИ - с тем, чтобы они скорректировали свою деятельность и отдали предпочтение темам, которые представляют наибольший интерес для местной аудитории.

Подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров

Проблему острого дефицита профессиональных кадров подняли в ходе исследования многие руководители областных СМИ. Ее зафиксировала и мониторинговая группа, которая в связи с этим предлагает региональным медиа предпринять следующие шаги:

- установить тесные контакты с факультетами/отделениями журналистики столичных и местных (Гюмри, Ванадзор) вузов, организовать у себя производственную практику студентов, отбирать среди них наиболее способных и, при возможности, на договорной основе компенсировать (полностью или частично) плату за учебу - с условием, что после окончания вуза молодой специалист несколько лет будет работать в данном СМИ;

- инициировать собственные краткосрочные курсы подготовки журналистских кадров, приглашая при необходимости специалистов из столицы, в том числе экспертов журналистских организаций, имеющих опыт такой работы;
- углубить деловые отношения с ереванскими/общенациональными СМИ, организовав у них стажировку своих кадров.

Мониторинговая группа отмечает также необходимость создания в стране постоянно действующей системы переподготовки и повышения квалификации журналистских кадров или, как минимум, восстановления проводимых в 90-х годах журналистскими объединениями учебных курсов для представителей СМИ. Эксперты исследовательской группы хотели бы также обратить внимание донорских организаций на эту проблему.

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ОТНОСИТЕЛЬНО ОБЩИХ ПРОБЛЕМ

Для формирования в стране благоприятных условий деятельности СМИ, в целом, мониторинговая группа считает необходимым осуществление следующих мер:

Законодательство

- Незамедлительно отменить принятый 10 сентября 2008 Закон “О внесении дополнения в Закон РА “О телевидении и радио”” и проведение конкурсов по лицензированию вещания не увязывать с процессом внедрения в эту сферу цифровой технологии.
- Разработать новый или кардинально изменить действующий закон, регулирующий вещательную сферу, - с тем, чтобы порядок формирования Национальной комиссии по телевидению и радио обеспечивал максимальное участие общества, а также изменился бы порядок проведения конкурсов по лицензированию радиочастот, который гарантировал бы прозрачность этой процедуры и четко определял критерии выявления победителей.

Комитет по защите свободы слова совместно с партнерскими организациями будет продолжать работу в этом направлении (в том числе посредством подготовки пакетов предложений по совершенствованию законодательства в области СМИ и их лоббирования в парламенте) и рассчитывает также на активную поддержку коллег из регионов страны.

Скрытая цензура

- В рамках расследования событий 1-2 марта 2008 провести также следственные мероприятия для выявления всех обстоятельств введения с 1 по 20 марта ограничений на распространяемую СМИ информацию в регионах страны и применения незаконной цензуры и привлечь к ответственности тех, кто санкционировал и исполнял эти действия.
- Совершенствование законодательных положений, касающихся цензуры, должно быть направлено не просто на формальное провозглашение свободы СМИ, а на

максимальное исключение любых незаконных форм, в том числе скрытых, вмешательств и ограничений в деятельности медиа.

- Активизировать работы по укреплению и развитию системы саморегулирования СМИ как средства защиты от атак на свободу медиа.

- Придать общественное звучание любым проявлениям давления или скрытой цензуры в отношении медиа и совместными усилиями противостоять им. Одной из форм противодействия может быть отправка журналистского “десанта” в СМИ, которое подверглось (или подвергается) давлению.

- Если становится невозможно противостоять давлению, нацеленному на отказ от освещения какой-либо темы, то найти другие возможности предания ее гласности - например, посредством партнерских СМИ, журналистских и других общественных организаций, проведения совместных теледискуссий и/или пресс-конференций.