

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ В РФ

Анотація

Здійснено компаративний аналіз показників рівня розвитку ЗМІ в регіонах РФ, ступеню їх критичності по відношенню до влади та окремих даних результатів виборів до Державної Думи. Сформульовано висновки щодо впливу регіональних ЗМІ на внутрішню політику РФ.

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ В РФ

Загальний огляд галузі ЗМІ в РФ. Основні російські ЗМІ (телебачення, радіомовлення, друковані та Інтернет ресурси) протягом останніх років перебувають в кризовому становищі. Так, майже усі галузеві доповіді Федерального агентства з друку і масових комунікацій РФ (далі – Росдрук) оприлюднені у 2016 р., виявили негативні тенденції розвитку російських ЗМІ.

• **Друковані ЗМІ.** У 2015 р. кризова ситуація на російському ринку друкованих ЗМІ загострилась. На думку галузевих експертів з числа керівників провідних видавничих будинків і медійних організацій РФ, проблеми в цій сфері, в першу чергу, викликані загальною економічною та валютно-фінансовою кризою в країні. Дворазове знецінення рубля за неповних півтора року, що викликало різке подорожчання виробництва друкованої продукції через зростання цін на папір (з листопада 2015 р. по березень 2016 р. зріс в ціні на 40%), типографські пластини, фарби та інші поліграфічні матеріали, помітне скорочення реальних доходів і купівельної спроможності населення, негативно впливають на розвиток газетно-журнального бізнесу в Росії і його економічні показники. Позначається і недостатність заходів державної підтримки цього бізнесу, включаючи обтяжливість податків, практично повсюдне скорочення в суб'єктах РФ кількості спеціалізованих точок роздрібного продажу періодичної друкованої

та книжкової продукції (за останні три роки їх число скоротилося з 42 тис. до 27,9 тис.), зростання поштових підписних тарифів¹.

Радіомовлення. Найважливішим чинником, що визначив розвиток галузі в 2015р., стала загальна економічна ситуація в країні. Втім, величина аудиторії радіо в Росії продовжує залишатися значимою. В середньому хоча б раз на добу до радіо зверталися 64% населення, а хоча б раз в тиждень – 89%².

Телебачення. Падіння рекламних доходів, різке збільшення вартості імпортного телевізійного обладнання, скорочення штатів медіакомпаній стали тими умовами, в яких телебачення існувало в 2015 р. Незважаючи на перераховані складності, результати соціологічних досліджень продемонстрували збільшення інтересу російських глядачів до телебачення: зріс обсяг часу телеперегляду, а також число телеканалів і екранів, на які ці канали приймаються³.

Інтернет. У дослідженні «Економіка Рунета 2014 - 2015» були презентовані 4 сценарії розвитку Рунета, серед яких, у тому числі, був і кризовий сценарій. Порівнюючи прогнози з поточними результатами, експерти вказують, що сьогодні необхідно провести переоцінку сценаріїв розвитку Рунета, а ринок на поточний момент розвивається за кризовим сценарієм, що, тим не менше, означає його зростання в 8-10% на рік. Половина опитаних в рамках дослідження Російської асоціації електронних комунікацій експертів оцінює вплив кризи на інтернет-ринки як помірно високий. При цьому більшість експертів говорять про початок кризи в 2014 р., а третина – не може відповісти, коли відбудеться перелом кризових тенденцій⁴.

¹ Российская периодическая печать Состояние, тенденции и перспективы развития [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016/pechat.html>

² Радиовещание в России в 2015 году Состояние, тенденции и перспективы развития [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016/radio.html>

³ Телевидение в России в 2015 году. Состояние, тенденции и перспективы развития [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016/television-in-russia.html>

⁴ Интернет в России 2015: состояние, тенденции и перспективы развития [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016/inet.html>

Про суттєве економічне падіння галузі ЗМІ РФ говорять два індикатори: скорочення рекламних надходжень та фактична відсутність індексації бюджетних видатків. Так, під час медіа-форуму незалежних регіональних та місцевих ЗМІ «Правда та справедливість» ОНФ керівник Росдруку М. Сеславінський, серед іншого, зазначив, що рекламні доходи друкованих ЗМІ за 2015 р. впали на 29 %, ТВ-реклами – на 14%, радіо – на 16 %⁵. Водночас, показники виконання федерального бюджету Росдруком за останні роки майже не зазнали змін. У 2012 р. вони склали – 75,5 млрд руб., а в 2015 р. – 78,7 млрд руб., що в умовах знецінення національної валюти вказує на фактичне падіння видатків на розвиток ЗМІ в РФ⁶.

Цілком ймовірно, що скорочення реальних обсягів фінансування галузі пов'язане зі змінами в сприйнятті ЗМІ російським суспільством. Так, опитування «Левада-центр» щодо ставлення населення РФ до традиційних ЗМІ та інформації, отриманої з Інтернету, виявило, що росіяни стали менше довіряти телебаченню та більше – Інтернету. Телебаченню у жовтні 2016 р. довіряли 56 % респондентів, тоді як в липні – 61 %. Не довіряють телебаченню 41 % опитаних, в той час як в липні таких було 35 % респондентів. Разом з тим, більш ніж у третини опитаних «дуже часто» і «досить часто» складається враження, що телебачення, радіо і газети обманюють (35 %), не дають повної інформації про те, що відбувається (47 %), фокусують увагу на другорядних сюжетах (44 %).

Довіра до інформації з Інтернету серед росіян, навпаки, зростає. Сьогодні їй довіряють 37 % росіян, у той час як влітку 2016 р. – 34 %. Одночасно з ростом довіри до Інтернету знизилося число прихильників Інтернет-цензури – з 68 % до 60 % за останні чотири роки⁷.

⁵ На медіафорумі ОНФ обговорили способи підтримки незалежних регіональних і місцевих СМІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://onf.ru/2016/04/05/na-mediaforume-onf-obsudili-sposoby-podderzhki-nezavisimyh-regionalnyh-i-mestnyh-smi/>

⁶ Исполнение федерального бюджета Роспечати [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/budzhel.html>

⁷ Доверие к СМИ и цензура [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.levada.ru/2016/11/18/doverie-smi-i-tsenzura/>

Експерти пояснюють зниження рівня довіри до традиційних ЗМІ, у тому числі, тим, що більшість з таких ЗМІ належать державі, для них не є характерним висвітлення тих чи інших подій з різних боків⁸. Загалом, рівень довіри до ЗМІ повертається до показників, які існували до сплеску довіри до російських інститутів влади і російських ЗМІ в 2014 р.

Загальноросійські федеральні ЗМІ, в основному, створюються централізовано та виконують функцію не інформування, а пропаганди. Водночас, ЗМІ в суб'єктах РФ вирізняються наявністю багатьох джерел фінансування, іноді критичним ставленням до влади та, в цілому, більшою об'єктивністю. Рівень їх розвитку є важливим показником стійкості політичної системи в РФ в цілому.

Наприкінці 2015 р. Фонд «Медиастандарт» оприлюднив результати розвідки «Індекс розвитку медіасфери в регіонах Росії», щодо стану інституту масової інформації в усіх 85 суб'єктах РФ⁹. Фахівцями був проведений комплексний аналіз, що включав: стан інфраструктури; вплив влади, бізнесу та громадських організацій на роботу ЗМІ; рівень доступу до каналів споживання, реальне споживання і запити на інформацію; стан самих ЗМІ та медіаконтенту тощо.

За результатами дослідження всі регіони були розподілені на чотири групи (Детальніше див. Додаток №1):

- Рівень «А» (позитивний) – як правило, у регіонах розвинена інфраструктура, влада і бізнес активні у взаємодії з суспільством через ЗМІ. В регіоні є великий запит на якісну інформацію. До групи увійшли 8 суб'єктів РФ, лідери: м. Москва та м. Санкт-Петербург.

- Рівень «В» (задовільний) – в основному, регіони володіють необхідною інфраструктурою, бізнес і влада в різному ступені активні у взаємодії з суспільством через ЗМІ. У аудиторії знижений попит на якісну інформацію, а

⁸ Граждан затыгивает Сеть [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rbc.ru/newspaper/2016/11/18/582dc27f9a794723c3f3a270>

⁹ Рейтинг. Индекс развития медиасферы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://komitetgi.ru/projects/2020/>

незалежні ЗМІ відчувають обмеження. Рейтинг «В» присвоєно 31 регіону; лідери групи – Московська, Тюменська, Челябінська області.

- Рівень «С» (незадовільний) – як правило, регіони мають слабку інфраструктуру, бізнес і влада неактивні у взаємодії з суспільством через ЗМІ. В регіоні існує низький попит на якісну інформацію. Незалежні ЗМІ функціонують погано або придушуються. Рейтинг «С» присвоєно 37 регіонам; Республіка Крим та м. Севастополь виявилися в групі «С», але виведені за рамки загального рейтингу через нестачу порівнянної статистичної інформації (запити аудиторії в м. Севастополі на рівні «А», в Криму – на рівні «D»).

- Рівень «D» (критичний) – в основному, регіони володіють інфраструктурою для функціонування інституту ЗМІ. Організації пасивні у взаємодії з суспільством через ЗМІ. Незалежні ЗМІ придушуються. У регіоні не зафіксовано запит від аудиторії на якісну інформацію. Рейтинг «D» присвоєно 9 регіонам, а саме республікам: Чечня, Тива, Калмикія, Інгушетія, Бурятія, Адигея, Карачаєво-Черкесія, Кабардіно-Балкарія та Брянській області.

Дослідження показало, що тільки в 39 регіонах спостерігається достатній рівень для повноцінного функціонування інституту масової інформації, у більшості ж регіонів в кращому випадку розвинені його окремі аспекти, а в деяких стан медіасфери є критичним.

Слід зазначити, що, як правило, вищий рівень розвитку ЗМІ означає менший ступінь впливу на об'єктивність інформації та зниження можливостей для її фальсифікації. За цих умов змінюється роль оціночних суджень. Зростання числа гравців в інформаційному просторі призводить до того, що практично з будь-якого питання можна знайти протилежні думки.

Аналіз також виявив дві основні диспропорції в медіасфері регіонів. Перша – між рівнем підтримки з бюджетів регіональних медіа та якістю контенту. Так, Ямало-Ненецький автономний округ опинився в лідерах за видатками бюджету на підтримку ЗМІ – 4500 руб. на кожного мешканця, або

2,46 млрд. руб. (дані на 2014 р.). Ці витрати можна порівняти з бюджетним фінансуванням Агентства ТАСС, але за оцінками якості контенту ЗМІ виявилися на незадовільному рівні. Водночас, бюджет Пермського краю підтримує медіа з розрахунку 15 руб. на людину, при цьому медіаконтент відрізняється високою якістю. Це може свідчити про те, що регіональні адміністрації витрачають медійні бюджети не на розвиток медіасфери, а на комфортне інформаційне супроводження власної роботи.

Друга диспропорція – між якістю контенту і запитом аудиторії. Вона спостерігається як у відносно успішних регіонах (наприклад, Московська обл. та респ. Карелія), так і в суб'єктах з незадовільним рейтингом (Смоленська, Володимирська, Іванівська обл., респ. Північна Осетія). Запит аудиторії вимірювався, в основному, за допомогою масового опитування, в якому взяло участь 34 000 респондентів. Виявилось, що в будь-якому регіоні більшість населення в цілому довіряють регіональним і місцевим ЗМІ: від 76 % в респ. Чечня до приблизно 60 % в м. Москві та м. Санкт-Петербург. Найменший рівень довіри в Інгушетії (52 %) та Дагестані (58 %). З іншого боку, більше третини жителів практично в кожному регіоні регулярно стикаються з обманом, нав'язуванням однієї точки зору в медіа. Найбільше таких людей у м. Санкт-Петербург (48 % респондентів), м. Москва (46 %) і Калінінградській обл. (44 %). І це регіони з рейтингом «А», тобто з відносно комфортними умовами для роботи, реальною конкуренцією між редакціями¹⁰.

Інше дослідження Фонду «Медиастандарт»¹¹ дослідило рівень критичності регіональних медіа по відношенню до влади. По кожному суб'єкту федерації було сформовано вибірку найбільш цитованих ЗМІ станом на кінець 2015 р., а потім члени групи читали і оцінювали їх публікації, присвячені роботі глав регіонів. Експертний аналіз цих матеріалів дозволив визначити, що для лояльних і нейтральних по відношенню до влади

¹⁰ Ландшафт медиасферы [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journalist-virt.ru/content/landshaft-mediasredu>

¹¹ Эксперты КГИ изучили критичность региональных медиа по отношению к власти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://komitetgi.ru/analytics/2809/>

текстів характерною є мінімальна журналістська робота. Експертні оцінки або відсутні, або взяті з офіційних джерел, наприклад, прес-релізів. Різні точки зору в них представлені вкрай рідко, а ексклюзиви майже відсутні. У критичних же матеріалах робота журналіста найчастіше зводиться до висловлення власної точки зору – критика виходить від автора матеріалу без спроби підкріпити свою позицію цифрами, незалежною експертною думкою, посиланнями на досвід інших регіонів або країн. Зустрічаються критичні матеріали в іронічній формі, з великою кількістю риторичних запитань.

В деяких виданнях критика глави регіону відсутня, але є критика федеральної влади. Причому, як правило, відносно уряду і його чиновників, але не президента. Часто автори матеріалів не називають об'єкт критики на ім'я, звертаючись в цілому до «влади».

Загалом експерти констатують, що дуже багато регіональних ЗМІ не відокремлюють факти від думок, а також спотворюють або зовсім перестають виконувати одну зі своїх найбільш важливих функцій – представлення картини дня.

Аналіз масиву регіональних видань з критичною позицією виявив, що одні належать політичним опонентам чинної влади, наприклад, партійним структурам, інші – висловлюють інтереси впливових в регіоні бізнесменів. Таких прикладів тим більше, чим гіршою є якість всієї медіасфери в регіоні.

Регіони, що увійшли в Індексі розвитку медіасфери до групи «А», демонструють більш якісну роботу журналістів: в матеріалах представлені кілька точок зору, думки про те, що відбувається, висловлюють не автори, а компетентні в тому чи іншому питанні експерти, редакція в цілому послідовно відображає цілісну картину суспільного, політичного і економічного життя регіону.

У регіонах групи «С» або «D» контент менш якісний. Якщо критичні ЗМІ присутні, то вони більш радикальні в своїх позиціях, а іронія авторів найчастіше являє собою маргінальний погляд на дійсність¹².

Отже, результати дослідження показали, що регіонів з майже відсутньою критикою виявилось 28 (серед них м. Москва і Підмосков'я, респ. Татарстан, Тюменська обл.), а в 15 з них (наприклад, в Сахалінській, Калузькій та Челябінській обл.) критики влади в ЗМІ немає взагалі. Низький рівень критичності зафіксований в 27 регіонах (у тому числі в респ. Чечня, Крим, Башкортостан, Псковській та Кіровській обл.), помірний – у 23 (включаючи респ. Дагестан, Пензенську та Ленінградську обл., м. Санкт-Петербург). Високим рівнем критики зафіксований у 7 регіонах на чолі з Карелією (Див. Додаток №1).

На підставі цих та деяких інших показників (рейтинг рівня життя в регіоні, рейтинг ефективності глав суб'єктів РФ, рейтинг протестної активності в регіонах) можна зробити припущення про чинники, які впливають на кількість критичних видань в регіоні. Це:

- Чинник рівня розвитку інституту ЗМІ в регіоні. Якщо регіон знаходиться в останній групі цього індексу «D», а стиль керівництва його глави – авторитарний, то рівень критичності в ньому нульовий або близький до нуля. Прикладами можуть служити Кабардино-Балкарська та Чеченська республіки, Кемеровська область.

- Чинник бюджетних витрат на регіональні ЗМІ. Аналіз показав, що великі витрати влади на регіональні ЗМІ ще не гарантують відсутність критики, але там, де витрати на ЗМІ вище середнього, рівень критичності, як правило, близький до нуля. Проте, говорити про сильний зв'язок між витратами бюджету і тематикою матеріалів не можна. Такий висновок підтверджує і кореляція між витратами бюджету і критичністю, порахована

¹² Критике не хватает веса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journalist-virt.ru/content/kritike-ne-hvataet-vesa>

по всіх регіонах. Вона становить мінус 0,2, що свідчить про відсутність істотного зв'язку.

- Чинники впливовості глави регіону та рівня добробуту його населення. Впевнені позиції глави регіону разом з високим рівнем добробуту жителів дають низький, але не нульовий рівень критичності. Найбільш яскраві приклади, де регіональні критичні ЗМІ існують, але їх досить мало, – м. Москва з Московською областю (низький рівень критичності ЗМІ в Москві і області пояснюється тим, що дослідження враховувало тільки регіональні видання), респ. Татарстан і Краснодарський край. Глави цих регіонів займають високі місця в рейтингу ефективності губернаторів за версією Фонду розвитку громадянського суспільства¹³, а самі регіони входять в топ-5 за рівнем життя рейтингу РІА¹⁴. У регіонах, лідери яких мають слабкі позиції в даних рейтингах (наприклад, респ. Карелія та Забайкальський край), критичність ЗМІ вище. (Див. Додаток №2)

- Чинник внутрішньо-елітних протистоянь. Наприклад: а) в тимчасово окупованому РФ м. Севастополі ЗМІ досить критичні, що пояснювалось передусім боротьбою між мером і тепер уже колишнім головою міської думи О. Чалим; б) конфлікт між системоутворюючим підприємством і губернатором в Липецькій області; в) конфлікт між мером і губернатором в Новосибірську.

- Високий рівень протестної активності. За даними рейтингу соціально-економічної і політичної напруженості¹⁵, значний рівень протестної активності в регіонах з гарною якістю інституту масової інформації характеризується істотним рівнем критичності – між 0,25 і 0,5. Така ситуація спостерігається в м. Санкт-Петербург, Красноярському краї, Ленінградській, Калінінградській і Свердловській областях.

¹³ Рейтинг эффективности губернаторов. Четырнадцатый выпуск [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://civilfund.ru/mat/101>

¹⁴ Рейтинг российских регионов по качеству жизни – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ria.ru/infografika/20160225/1379773088.html>

¹⁵ Оценка социально-экономической и политической напряженности в регионах России на начало 2016 года [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://komitetgi.ru/analytics/2864/>

Наведені узагальнення окреслюють існуючі тенденції в медіа просторі РФ. Водночас, необхідно враховувати те, що у кожного регіону РФ є своя специфіка і своя історія відносин ЗМІ та влади. Існують, наприклад, випадки, коли ЗМІ намагаються шантажувати губернаторів критичними матеріалами до тих пір, поки їм не заплатять. В таких випадках критика скоріше говорить про те, що губернатор не може вибудувати систему під себе, та взаємодіяти зі ЗМІ ефективно. Крім того, на критичність ЗМІ впливають ресурсні можливості регіонів, які дозволяють створювати керований медійний простір та формувати потрібні думки про главу регіону. Також критика ЗМІ часто густо відсутня там, де є або авторитарний глава регіону, або наступність від одного губернатора до іншого, або губернатор при владі довго¹⁶.

Результати виборів до Державної Думи у 2016 р. дозволили також провести дослідження впливу рівня розвитку медіасфери в суб'єктах РФ на фальсифікацію явки виборців¹⁷. Цей показник був обраний тому, що, на думку окремих експертів, явка була відкоригованою за допомогою адміністративного ресурсу на користь влади (дозволило її збільшити з експертних 36,6% до офіційних 47,8%)¹⁸.

Аналіз показав, що, в цілому, чим вищий рівень розвитку медіасфери в суб'єкті РФ, тим менше випадків втручання адмінресурсу у виборчий процес, і навпаки, чим він слабший, тим показники явки в регіоні демонструють більш неприродні результати. Так, синтез даних, розміщених в Таблиці №2 виявив, що середній рівень явки в суб'єктах РФ із позитивним показником стану розвитку ЗМІ (група «А») склав – 42,91%, а в регіонах віднесених до критичного рівня «D» він дорівнював 72,99%. При чому, в обох групах зафіксовано по одному нетиповому випадку (респ. Татарстан в групі «А» із явкою – 78,79% та респ. Бурятія в групі «D» із – 40,52%). Виключення цих двох регіонів з підрахунку демонструє більше ніж двократну перевагу явки

¹⁶ Губернаторам критика не нужна <http://www.msindex.ru/news/2016-05-09/gubernatoram-kritika-ne-nuzhna/>

¹⁷ Дані ЦВК РФ щодо явки на виборах до Держруми – 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://2016.kartaitogov.org/p/99>

¹⁸ «Реально "Единую Россию" поддержали 15% избирателей» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2016/09/20/69897-realno-edinuyu-rossiyu-podderzhali-15-izbirateley>

виборців в суб'єктах РФ, що характеризуються критичним рівнем розвитку ЗМІ.

Оскільки, за окремими даними, сьогодні проводиться робота з розробки нових критеріїв оцінки діяльності губернаторів, які будуть ґрунтуватися, у тому числі, на економічних показниках регіону та електоральних рейтингах глави суб'єкта РФ, показники явки та результату «Єдиної Росії» можуть вплинути на рішення щодо зміни керівника регіону¹⁹. Оцінка рівня розвитку ЗМІ в регіоні та рівня їх критичності до влади, ймовірно, також буде врахованою, як критерій роботи глави суб'єкта РФ.

Висновки

В РФ протягом останніх двох років спостерігається суттєве економічне падіння галузі ЗМІ, про що свідчать скорочення рекламних надходжень та фактична відсутність індексації бюджетних видатків. Зменшення державних та приватних фінансових видатків на діяльність ЗМІ негативно впливає на їх розвиток та знижує довіру громадян як один до одного, так і до самої влади, що позначається на якості рішень держави і бізнесу.

Рівень довіри населення до традиційних ЗМІ знижується, а до Інтернету збільшується й, в цілому, повертається до показників, які існували до сплеску довіри до російських інститутів влади і російських ЗМІ в 2014 р. (анексія Криму).

Дослідження показало, що тільки в 39 регіонах спостерігається достатній рівень для повноцінного функціонування інституту масової інформації, у більшості ж регіонів, в кращому випадку, розвинені його окремі аспекти, а в деяких стан медіасфери перебуває в кризі. Водночас, суб'єктів РФ з майже відсутньою критикою влади в ЗМІ виявилось 28, а в 15 з них такої критики немає взагалі. Помірний рівень критичності зафіксований в 27 регіонах, низький – у 23, високий – у 7.

¹⁹ Кириенко изменил принятую при Володине структуру управления регионами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rbc.ru/politics/02/12/2016/58413ca89a79478f86bc097a>

Аналіз рівня розвитку ЗМІ в регіонах, а також низки загально-федеральних рейтингів дозволив виділити чинники, які впливають на кількість критичних видань в регіоні. Так, суттєвий рівень критичності до влади зафіксований в регіонах де існують внутрішньо-елітні протистояння; спостерігається значний рівень протестної активності та високий рівень розвитку інституту масової інформації. Відсутній, або низький рівень критичності виявлений в регіонах з: слабким рівнем розвитку інституту ЗМІ у поєднанні із авторитарним стилем керівництва; великими фінансовими витратами влади на регіональні ЗМІ; впевненими позиціями глави регіону та високим рівнем добробуту його жителів.

На прикладі оцінки окремих результатів виборів до Держдуми у 2016 р. стає зрозуміло, що чим вищий рівень розвитку медіасфери в суб'єкті РФ, тим менше там фіксується випадків фальсифікацій.

У зв'язку з цим для суб'єктів політики, які ставлять за мету демократизацію політичного режиму в РФ, можна сформулювати такі **рекомендації**:

- Звернути увагу на суб'єкти РФ із високим рівнем розвитку ЗМІ в поєднанні з низьким рейтингом ефективності глав суб'єктів РФ та відсутністю аномалій явки на виборах до Державної Думи-2016 (Калінінградська, Новосибірська, Нижегородська області, Красноярський край тощо). В таких регіонах є значно вищою імовірність поширення ліберальних ідей та зростання критичного ставлення до влади.

- Сформулювати звернення до міжнародних організацій, які займаються моніторингом виборів, щодо необхідності врахування регіональної специфіки РФ під час спостереження за виборами президента у 2018 р. Так, збільшені групи спостерігачів доцільно спрямовувати до регіонів, які одночасно характеризуються високим рівнем розвитку медіасфери та відкоригованими показниками явки на виборах до Держдуми - 2016 на користь влади, наприклад, до республіки Татарстан. Високий рівень

інститутів ЗМІ в таких регіонах дозволить наглядом місіям більш ефективно виконувати свою роботу.

- Спрямувати інформаційний продукт, що носить сприятливий для української держави характер, на регіони з високим рівнем запиту аудиторії та значним відсотком розселення етнічних українців.

Національний інститут стратегічних досліджень,

грудень 2016 р.

Зведена таблиця рівня розвитку медіасфери в суб'єктах РФ та критичності її інститутів по відношенню до влади.

Група	Суб'єкт Федерації	Інфраструктура	Стейкхолдери	Аудиторія	Медіа суб'єкти	Медіа контент	Рівень критичності до влади**
A	м. Москва	a	a	a	a	a	0 (0,036)
A	м. Санкт-Петербург	a	a	a	a	a	2 (0,430)
A	Калінінградська обл.	a	a	c	a	a	2 (0,387)
A	Красноярський край	в	a	в	a	a	2 (0,333)
A	Новосибірська обл.	a	a	c	a	a	3 (0,524)
A	Респ. Татарстан	a	a	a	a	в	0 (0,082)
A	Свердловська обл.	в	a	в	a	a	2 (0,444)
A	Ханти-мансійський АО	a	a	в	a	в	0 (0,069)
B+	Московська обл.	a	a	в	a	с	0 (0,036)
B+	Тюменська обл.	в	a	с	a	a	0 (0,010)
B+	Челябінська обл.	в	в	в	a	a	0 (0,000)
B	Архангельська обл.	с	в	в	с	в	1 (0,225)
B	Вологодська обл.	в	в	в	в	в	2 (0,445)
B	Воронезька обл.	в	a	с	в	a	1 (0,160)
B	Калужька обл.	в	в	в	с	с	0 (0,000)
B	Камчатський край	в	с	a	с	с	1 (0,111)
B	Краснодарський край	в	a	с	a	в	0 (0,050)
B	Ленінградська обл.	в	в	в	a	с	2 (0,430)
B	Ліпецька обл.	с	в	с	в	a	3 (0,510)
B	Мурманська обл.	с	в	a	с	в	0 (0,000)
B	Ненецький АО	a	с	с	с	в	1 (0,200)
B	Нижегородська обл.	в	в	в	в	в	2 (0,358)
B	Омська обл.	с	в	с	в	в	2 (0,496)
B	Оренбурзька обл.	в	с	в	с	в	1 (0,118)
B	Пермський край	с	в	в	в	a	1 (0,207)
B	Приморський край	в	a	с	в	a	1 (0,210)
B	Респ. Башкортостан	в	в	с	a	в	1 (0,165)
B	Респ. Карелія	в	с	a	с	с	3 (0,810)
B	Респ. Коми	в	с	a	в	с	1 (0,250)
B	Респ. Саха	в	в	с	в	с	2 (0,289)
B	Самарська обл.	в	a	в	в	в	1 (0,188)
B	Саратовська обл.	в	в	в	в	с	3 (0,513)

В	Сахалінська обл.	а	в	в	в	в	0 (0,000)
В	Томська обл.	в	в	с	в	а	0 (0,098)
В	Тульська обл.	с	с	в	в	в	0 (0,000)
В	Удмуртська респ.	с	в	в	в	в	1 (0,237)
В	Хабаровський край	в	в	в	в	в	1 (0,162)
В	Ямало-Ненецький АО	а	в	а	в	с	0 (0,043)
В	Ярославська обл.	в	в	в	в	а	2 (0,305)
С+	Ростовська обл.	с	в	с	в	с	1 (0,183)
С+	Рязанська обл.	в	в	с	с	с	0 (0,088)
С+	м. Севастополь*	в	с	а	д	с	-
С+	Смоленська обл.	с	с	а	с	с	1 (0,195)
С+	Ставропольський край	д	в	с	в	в	2 (0,496)
С+	Ульяновська обл.	с	в	с	с	в	0 (0,081)
С	Алтайський край	д	с	д	в	с	0 (0,069)
С	Амурська обл.	с	с	с	с	в	0 (0,000)
С	Астраханська обл.	с	с	с	с	с	0 (0,049)
С	Белгородська обл.	с	с	с	с	в	1 (0,143)
С	Володимирська обл.	с	с	в	с	с	2 (0,336)
С	Волгоградська обл.	с	с	с	с	с	1 (0,178)
С	Єврейська авт. обл.	д	д	в	д	с	2 (0,500)
С	Забайкальський край	д	с	д	с	с	3 (0,632)
С	Івановська обл.	с	д	а	с	с	3 (0,700)
С	Іркутська обл.	с	с	с	в	в	2 (0,470)
С	Кемеровська обл.	д	д	с	в	д	0 (0,040)
С	Кіровська обл.	д	в	с	с	в	1 (0,200)
С	Костромська обл.	с	с	с	с	с	2 (0,444)
С	Курганська обл.	д	с	с	с	с	0 (0,000)
С	Курська обл.	д	с	с	д	с	1 (0,200)
С	Магаданська обл.	в	д	в	с	с	0 (0,000)
С	Новгородська обл.	с	в	с	с	с	2 (0,262)
С	Орловська обл.	с	с	д	с	с	1 (0,250)
С	Пензенська обл.	с	с	с	с	в	2 (0,369)
С	Псковська обл.	с	с	с	с	с	1 (0,161)
С	Респ. Алтай	с	с	д	д	с	2 (0,333)
С	Респ. Дагестан	д	с	д	с	с	2 (0,417)
С	Респ. Крим*	в	в	д	д	с	1 (0,164)
С	Респ. Марій Ел	в	с	с	с	с	0 (0,000)
С	Респ. Мордовія	с	с	с	с	в	0 (0,000)
С	Респ. Північна Осетія - Аланія	с	д	в	д	д	1 (0,250)
С	Респ. Хакасія	с	д	с	д	с	1 (0,250)
С	Тамбовська обл.	с	с	с	с	в	0 (0,000)
С	Тверська обл.	с	с	с	с	в	1 (0,200)
С	Чуваська респ.	с	с	с	с	с	1 (0,111)

С	Чукотський АО	а	d	в	с	с	0 (0,000)
D	Брянська обл.	d	d	с	с	d	2 (0,274)
D	Кабардино-Балкарська респ.	d	d	с	d	d	0 (0,000)
D	Карачаєво-Черкеська респ.	d	d	d	d	d	2 (0,333)
D	Респ. Адигея	d	d	с	d	d	2 (0,500)
D	Респ. Бурятія	d	d	d	с	с	3 (0,556)
D	Респ. Інгушетія	d	d	d	d	d	0 (0,000)
D	Респ. Калмикія	d	d	с	d	d	0 (0,000)
D	Респ. Тива	d	d	d	d	d	2 (0,375)
D	Чеченська респ.	d	с	d	с	d	1 (0,111)

Примітка: всередині груп регіони відсортовані в алфавітному порядку, в групи "B +" і "C +" входять регіони яким до переходу в наступну групу (відповідно "A" і "B") не вистачає одного ступеня в одному приватному індексі. Група "A +" складається з регіонів, у яких всі приватні індекси перебувають на рівні "a".

*Тимчасово окуповані території м. Севастополь та Республіка Крим були оцінені з врахуванням неповних даних.

**Рівень критичності ЗМІ до влади, де «0» означає відсутність критики, або її вкрай низький рівень, «1» - низький рівень, «2» - середній, «3» - високий.

Більш детально див:

- *рівень розвитку медіасфери в суб'єктах РФ: <https://komitetgi.ru/projects/2020/>;*
- *рівень критичності ЗМІ до влади: <https://komitetgi.ru/analytics/2809/>*

Зведена таблиця рівня критичності ЗМІ до влади, рівня життя в регіоні, рейтингу ефективності глав суб'єктів РФ та явки на виборах до Держдуми у 2016 р. по суб'єктах РФ

Група	Суб'єкт Федерації	Рівень критичності ЗМІ до влади	Рівень життя в регіоні	Рейтинг ефективності глав суб'єктів РФ	Явка
A	м. Москва	0 (0,036)	1	8	35,35
A	м. Санкт-Петербург	2 (0,430)	2	18-19	32,7
A	Калінінградська обл.	2 (0,387)	16	76-79	44,1
A	Красноярський край	2 (0,333)	43	72-75	36,67
A	Новосибірська обл.	3 (0,524)	22	65-69	34,88
A	Респ. Татарстан	0 (0,082)	4	4	78,79
A	Свердловська обл.	2 (0,444)	10	63-64	41,5
A	Ханти-мансійський АО	0 (0,069)	7	41-43	39,3
B+	Московська обл.	0 (0,036)	3	25	38,23
B+	Тюменська обл.	0 (0,010)	11	1	81,14
B+	Челябінська обл.	0 (0,000)	15	24	44,39
B	Архангельська обл.	1 (0,225)	74	65-69	36,59
B	Вологодська обл.	2 (0,445)	64	60-62	40,86
B	Воронезька обл.	1 (0,160)	8	22	53,76
B	Калужька обл.	0 (0,000)	20	3	43,13
B	Камчатський край	1 (0,111)	32	11-12	39,55
B	Краснодарський край	0 (0,050)	5	10	51,19
B	Ленінградська обл.	2 (0,430)	14	20-21	44,14
B	Ліпецька обл.	3 (0,510)	9	44-45	52,59
B	Мурманська обл.	0 (0,000)	49	41-43	39,73
B	Ненецький АО	1 (0,200)	69	32	44,81
B	Нижегородська обл.	2 (0,358)	12	57-59	44,49
B	Омська обл.	2 (0,496)	37	81-83	38,74
B	Оренбурзька обл.	1 (0,118)	35	30	41,67
B	Пермський край	1 (0,207)	41	84	35,17
B	Приморський край	1 (0,210)	55	31	37,43
B	Респ. Башкортостан	1 (0,165)	21	14	69,78
B	Респ. Карелія	3 (0,810)	70	85	39,65
B	Респ. Коми	1 (0,250)	60	63-64	40,78
B	Респ. Саха	2 (0,289)	72	36	48,11
B	Самарська обл.	1 (0,188)	13	38	52,87
B	Саратовська обл.	3 (0,513)	30	27	64,5
B	Сахалінська обл.	0 (0,000)	50	20-21	37,09
B	Томська обл.	0 (0,098)	45	46-49	33,86
B	Тульська обл.	0 (0,000)	25	26	45,59
B	Удмуртська респ.	1 (0,237)	36	76-79	44,48
B	Хабаровський край	1 (0,162)	38	13	36,93
B	Ямало-Ненецький АО	0 (0,043)	24	2	74,41
B	Ярославська обл.	2 (0,305)	26	81-83	37,8

C+	Ростовська обл.	1 (0,183)	18	15	48,24
C+	Рязанська обл.	0 (0,088)	27	65-69	43,32
C+	м. Севастополь*	-	71	57-59	47,01
C+	Смоленська обл.	1 (0,195)	34	60-62	40,4
C+	Ставропольський край	2 (0,496)	19	39-40	42,05
C+	Ульяновська обл.	0 (0,081)	29	80	52,36
C	Алтайський край	0 (0,069)	61	72-75	40,77
C	Амурська обл.	0 (0,000)	63	50	42,47
C	Астраханська обл.	0 (0,049)	47	76-79	36,96
C	Белгородська обл.	1 (0,143)	6	7	62,17
C	Володимирська обл.	2 (0,336)	39	9	38,37
C	Волгоградська обл.	1 (0,178)	31	16-17	42,16
C	Єврейська авт. обл.	2 (0,500)	78	44-45	39,62
C	Забайкальський край	3 (0,632)	81	54-56	38,89
C	Івановська обл.	3 (0,700)	42	39-40	38,51
C	Іркутська обл.	2 (0,470)	67	76-79	34,66
C	Кемеровська обл.	0 (0,040)	51	5-6	86,8
C	Кіровська обл.	1 (0,200)	56	70-71	41,89
C	Костромська обл.	2 (0,444)	53	46-49	39,38
C	Курганська обл.	0 (0,000)	77	72-75	41,82
C	Курська обл.	1 (0,200)	17	65-69	47,02
C	Магаданська обл.	0 (0,000)	46	16-17	40,57
C	Новгородська обл.	2 (0,262)	54	51	39,9
C	Орловська обл.	1 (0,250)	44	70-71	53,56
C	Пензенська обл.	2 (0,369)	23	46-49	60,63
C	Псковська обл.	1 (0,161)	62	37	42,14
C	Респ. Алтай	2 (0,333)	80	57-59	45,1
C	Респ. Дагестан	2 (0,417)	68	18-19	88,1
C	Респ. Крим*	1 (0,164)	76	28	49,15
C	Респ. Марій Ел	0 (0,000)	57	72-75	53,38
C	Респ. Мордовія	0 (0,000)	48	54-56	83,02
C	Респ. Північна Осетія - Аланія	1 (0,250)	59	81-83	85,64
C	Респ. Хакасія	1 (0,250)	65	52	39,43
C	Тамбовська обл.	0 (0,000)	28	54-56	49,32
C	Тверська обл.	1 (0,200)	58	46-49	41,62
C	Чуваська респ.	1 (0,111)	40	33-35	59,37
C	Чукотський АО	0 (0,000)	79	11-12	64,49
D	Брянська обл.	2 (0,274)	52	33-35	55,15
D	Кабардино-Балкарська респ.	0 (0,000)	66	65-69	90,11
D	Карачаєво-Черкеська респ.	2 (0,333)	83	23	93,32
D	Респ. Адигея	2 (0,500)	33	53	53,91
D	Респ. Бурятія	3 (0,556)	75	60-62	40,52
D	Респ. Інгушетія	0 (0,000)	84	29	81,42

D	Респ. Калмикія	0 (0,000)	82	41-43	57,51
D	Респ. Тива	2 (0,375)	85	33-35	90,13
D	Чеченська респ.	1 (0,111)	73	5-6	94,92

Більш детально див:

- *рівень критичності ЗМІ до влади: <https://komitetgi.ru/analytics/2809/>;*
- *рейтинг рівня життя в регіоні :
<https://ria.ru/infografika/20160225/1379773088.html>;*
- *рейтинг ефективності глав суб'єктів РФ: <http://civilfund.ru/mat/101>;*
- *Дані ЦВК РФ щодо явки на виборах до Держруми – 2016:
<http://2016.kartaitogov.org/p/99>*