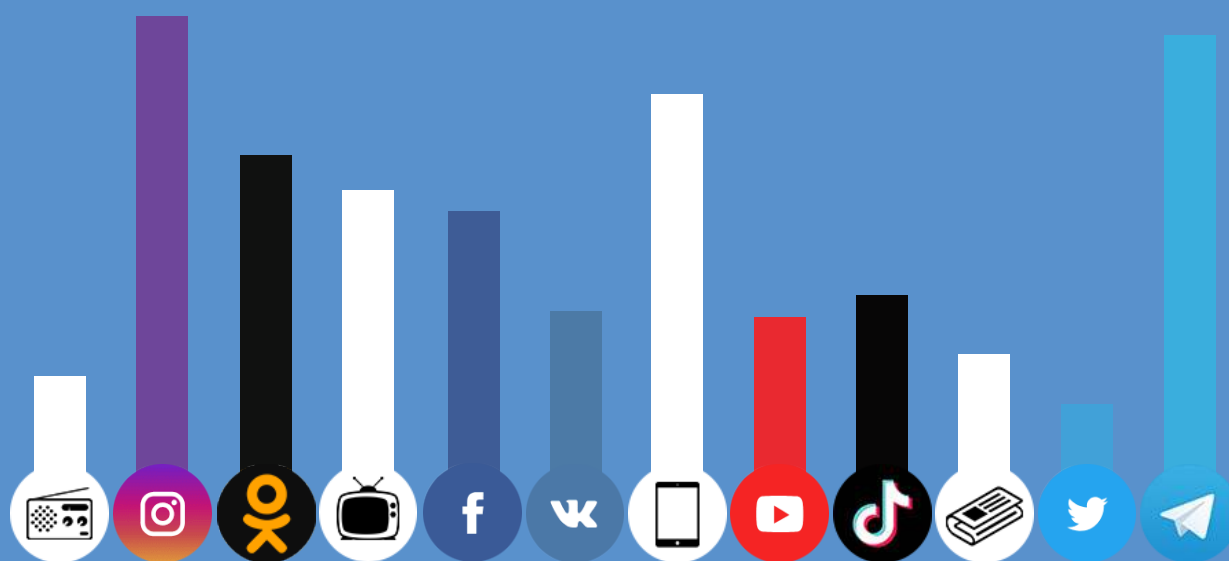

Социально-экономические последствия COVID-19 и медиапотребление среди уязвимых сообществ в Центральной Азии

Сэмюэл Довери Вестербай
Шаирбек Джураев
Андреас Маразис



Internews
Local voices. Global change.

ENC ● ●
ENCouncil.org
European Neighbourhood Council



Социально-экономические последствия COVID-19 и медиапотребление среди уязвимых сообществ в Центральной Азии



Авторы:

Сэмюэл Довери Вестербай

Шаирбек Джураев

Андреас Маразис

Данная публикация является частью проекта "Усиление устойчивости к радикализации и дезинформации в Центральной Азии с помощью независимых СМИ (Фаза II)" и была подготовлена при финансовой поддержке Европейского Союза и реализована "Интерньюс". За его содержание несут ответственность исключительно Европейский совет добрососедства и Интерньюс. Данная публикация не обязательно отражает точку зрения Европейского Союза.

© 2020 Европейский совет добрососедства (ENC). Все права защищены.

Все права защищены. Никакая часть данной публикации не может быть воспроизведена электронными или механическими средствами (фотокопии, скачивание, архивирование и т.д.) без разрешения Европейского совета добрососедства, Интерньюс и Европейского Союза.

| Содержание |

● Краткое содержание	стр. 1
● Введение	стр. 4
● Глава 1: Медиапотребление и уязвимые группы населения в Центральной Азии: результаты аналитического обзора	стр. 8
● Глава 2: Социально-экономические последствия COVID-19 в Центральной Азии	стр. 20
● Глава 3: Тенденции и модели медиапотребления в Центральной Азии	стр. 28
● Глава 4: Влияние COVID-19 на медиапотребление	стр. 38
● Заключение	стр. 48
● Рекомендации	стр. 49

Европейский совет добрососедства при финансировании¹ Европейского Союза (ЕС) провел оперативный анализ динамичных информационных экосистем и потребностей среди целевых сообществ (трудовые мигранты, беженцы и лица без гражданства, этнические меньшинства). Это исследование было основано на изучении количественных данных среди приблизительно 2000 респондентов из уязвимых сообществ Кыргызстана, Таджикистана, Узбекистана и Казахстана. Во второй части исследования рассматриваются 500 качественных полуструктурированных углубленных интервью с представителями всех трех уязвимых сообществ и 120 интервью с производителями контента (например, журналисты и блогеры) по всей Центральной Азии.

Исследование позволяет составить карту СМИ и медиапотребления каждого уязвимого сообщества (трудовые мигранты, беженцы и лица без гражданства, этнические меньшинства) во время пандемии COVID-19, и в то же время выявить их уязвимость и риск социальной изоляции.

На основе количественных и качественных исследований Европейский совет добрососедства сделал следующие выводы:

“ на 20% больше женщин сообщили о безработице по сравнению с мужчинами ”

ВЫВОД: СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

- Представители всех уязвимых сообществ Центральной Азии сообщили как о домашнем насилии, так и о гендерном неравенстве. В целом, на 20% больше женщин сообщили о безработице по сравнению с мужчинами, в частности, количество женщин-трудоустроенных с неопределенным трудовым статусом увеличилось на 12% во время COVID-19. В Таджикистане только 25% женщин-трудоустроенных сообщили о наличии у них работы.
- Экономическое воздействие COVID-19 наиболее остро ощущалось трудовыми мигрантами (безработица и закрытие границ), а также этническими меньшинствами, которые столкнулись с чрезвычайно высоким уровнем трудовой неопределенности. Социально-экономические корни протестов в Кыргызстане были четко определены в данных Европейского совета добрососедства, так как сообщения трудовых мигрантов и этнических меньшинств из этой страны указывают на самый высокий уровень трудовой неопределенности во всем регионе. В Узбекистане, Казахстане

¹ Проект "Усиление устойчивости к радикализации и дезинформации в Центральной Азии с помощью независимых СМИ", финансируемый ЕС.

и Таджикистане также сообщается о высоких показателях, что, вероятно, приведет к дальнейшим беспорядкам, росту преступности, уязвимости и фундаментальным социально-экономическим изменениям или отчуждению.

- Беженцы и лица без гражданства остаются самыми бедными, наименее образованными и наиболее уязвимыми, поскольку 63% сообщают, что имеют низкий доход, и только 1% – что получают университетское образование.

“ Беженцы и лица без гражданства остаются самыми бедными, наименее образованными и наиболее уязвимыми ”

“ Среди уязвимых сообществ отмечается высокий уровень ограничений на доступ к информации через интернет ”

ВЫВОД: МЕДИЙНЫЕ ТРЕНДЫ

- Социальные сети (Instagram, Facebook, Telegram и Twitter) являются крупнейшими информационными каналами в целом, но особенно для молодежи, предпочитающей визуальный контент (короткие видео, ролики, картинки с цитатами, небольшой текст). Например, в Казахстане и Кыргызстане от 50% до 63% трудовых мигрантов и представителей этнических меньшинств сообщают об Instagram как о предпочтительном источнике информации.
- Во время COVID-19 во всех СМИ Центральной Азии трудовые мигранты были наиболее освещаемым уязвимым сообществом из трех целевых групп. Сообщается, что только местные СМИ время от времени поднимали темы о беженцах и лицах без гражданства, а также об этнических или других группах меньшинств.
- Среди уязвимых сообществ отмечается высокий уровень ограничений на доступ к информации через интернет. Иногда это коррелирует с доступом к интернету, в зависимости от скорости соединения. Во многих других случаях, однако, речь идет о заблокированных веб-сайтах и цензуре, непосредственно установленной правительствами. Об ограничениях в интернете сообщило 36% беженцев и лиц без гражданства, в то время как для этнических меньшинств в Таджикистане этот показатель составляет 50%, а в Казахстане – 56%.

ВЫВОД: ВЛИЯНИЕ COVID-19 НА МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ И БОРЬБА С ДЕЗИНФОРМАЦИЕЙ

- Общий рост потребления новостей по всей Центральной Азии, за которым следует чувство отстраненности и психологический стресс.
- Среди медиапотребителей наблюдается сильная тенденция рассматривать онлайн-СМИ в качестве источника фейковых новостей. Данные опроса, а также глубинные интервью показывают, что доверие к традиционным СМИ, таким как телевидение и радио, коррелирует с недоверием к онлайн-

СМИ. С другой стороны, очевидно, что столь же большая группа респондентов не доверяет телевидению и радио, в первую очередь, потому что эти два типа СМИ ассоциируются с государственным контролем.

- Международные СМИ цитируются как более надежные и точные в отношении новостей о COVID-19, по сравнению с местными новостями, поскольку не хватает надежных, независимых и финансово устойчивых местных СМИ, особенно ориентированных на уязвимые сообщества.
- Разоблачение дезинформации стало приоритетом, поскольку журналисты и редакторы консолидировали свои источники и еженедельно разоблачали фейковые новости на своих веб-сайтах/социальных сетях.
- Журналисты обращались к экспертам и специалистам в различных областях с целью просвещения аудитории, позволяя им задавать вопросы и отвечать на них в прямом эфире и обеспечивая более тесное взаимодействие в различных социальных сетях.
- Существует общая осведомленность о фейковых новостях, однако остаются серьезные разногласия относительно того, "что такое фейковые новости". Нет достаточного консенсуса в определении понятия "фейковые новости" (например, многие высказывают скептицизм по отношению к статистике COVID-19, в то время как другие считают пандемию "фейковой").

“ сразу стало ясно, что ухудшение экономической ситуации сказалось на одних сильнее, чем на других ”

Пандемия COVID-19 застала всех врасплох. Она посеяла хаос во всех частях мира: и в богатых, и в бедных, и в демократических, и в авторитарных странах. Однако глобальный характер кризиса не обошел стороной сообщества, уже известные своей социальной, экономической или политической уязвимостью, оказав на них непропорциональное воздействие. Некоторые страны и сообщества не имели специальных финансовых резервов, выживая за счет мобилизации граждан в группы самопомощи и скудной внешней помощи. Другие страны могли позволить себе крупномасштабные пакеты мер для поддержки отдельных лиц и предприятий. Иными словами, сразу стало ясно, что ухудшение экономической ситуации сказалось на одних сильнее, чем на других, в зависимости от характера и устойчивости экономики как на уровне домохозяйств, так и на национальном уровне. Все еще развивающаяся динамика пандемии свидетельствует о растущем объеме знаний о том, как COVID-19 влияет на наиболее уязвимые сообщества во всем мире.

В этом отчете рассматривается проблема нехватки исследований с особым акцентом на то, как COVID-19 влияет на наиболее уязвимые сообщества и их информационные экосистемы. В нем представлены результаты полугодового исследования, посвященного влиянию глобальной пандемии на медиапотребление среди отдельных уязвимых сообществ в Центральной Азии. Существует, по крайней мере, два способа, с помощью которых это исследование вносит свой вклад в глобальную базу знаний о COVID-19. Во-первых, хотя в контексте пандемии вопросы, связанные со здравоохранением и экономикой, по праву занимают центральное место, нынешний кризис также оказал значительное воздействие на информационные потоки и медиапотребление. Однако в настоящее время имеются ограниченные знания о том, как COVID-19 и соответствующие правительственные меры влияют на социально-экономическое положение уязвимых сообществ и как это, в свою очередь, влияет на тенденции в СМИ, потребление информации и доверие. Во-вторых, в последнее время Центральная Азия часто попадает в заголовки мировых СМИ в качестве поставщика иностранных боевиков в Сирию и привлекает помощь, связанную с борьбой с насильственным экстремизмом и радикализмом. Регион также продолжает страдать зачастую ввиду отсутствия свободы слова и сложной социально-экономической обстановки. Медиапотребление имеет решающее значение для таких процессов и, вероятно, на ней скажутся последствия пандемии.

Центральный вопрос, который рассматривается в исследовании – "Каково влияние COVID-19 на медиапотребление уязвимыми

сообществами Центральной Азии". Посредством сочетания количественных и качественных исследований в рамках проекта была разработана комплексная оценка а) социально-экономических проблем, с которыми эти группы столкнулись в контексте пандемии, б) ключевых моделей медиапотребления этими группами, и с) критических последствий COVID-19 для доступа, доверия и оценки информации. На основе собранных и проанализированных данных разработан ряд рекомендаций по наиболее необходимым мерам для устойчивого решения выявленных проблем.

“ В силу исключительных обстоятельств пандемии COVID-19, в исследовании применялась специально разработанная методология оперативного онлайн-анализа ”

Первым шагом в исследовании было определение более широких тем, представляющих интерес, включая гипотезы и открытые дискуссии о том, как COVID-19 может повлиять на социально-экономические потребности и занятость. Это также включало информационные потоки, доступ, модели потребления и другие области, такие как местное восприятие, доверие, медицинская поддержка и язык. Дальнейшие исследовательские дискуссии также поддержали выбор ключевых целевых общин, а именно уязвимых общин, таких как этнические меньшинства, трудовые мигранты и беженцы и лица без гражданства. В ходе таких методологических обсуждений были учтены многочисленные факторы отбора, в частности социальная уязвимость и экономическая деятельность (см. главу 1).

Методологически в этом исследовании использовался подход, основанный на смешанных методах. В силу исключительных обстоятельств пандемии COVID-19, в исследовании применялась специально разработанная методология оперативного онлайн-анализа с использованием мнений экспертов, углубленных интервью и количественных методов. Определение обоснованного вопроса и цели исследования было осуществлено на основе обширного обзора литературы и серии внутренних и внешних консультаций с партнерами, местными экспертами, а также широким кругом ученых.

“ Исследование с применением итеративных смешанных методов было использовано для разработки статистически сопоставимых выводов на региональном и национальном уровнях ”

Таким образом, этот новый подход объединяет онлайн исследования, которые заключаются в сборе оперативных данных во время пандемии COVID-19 среди наиболее "недоступных" и уязвимых сообществ с помощью качественных и количественных данных, а также углубленных интервью с такими производителями контента, как журналисты, эксперты и блогеры. Исследование с применением итеративных смешанных методов было использовано для разработки статистически сопоставимых выводов на региональном и национальном уровнях, а также для предоставления подтверждающих данных для проверки количественных результатов в сравнении с более подробными качественными интервью. Этот метод использует крупномасштабные эмпирические результаты, позволяя при этом проводить качественную проверку результатов посредством глубинных ответов, полученных в ходе интервью от представителей уязвимых сообществ и производителей

“ Особое внимание было также уделено гендерному аспекту, конкретным возрастным группам, различным уровням дохода и респондентам в городах и сельской местности ”

контента. В основном этот подход помог проверить, дополнить и сопоставить количественные результаты с качественной информацией, полученной в ходе углубленных интервью, и наоборот.

Количественный опрос и качественные интервью были проведены в период с 15 мая по 21 августа 2020 года на нескольких языках, включая русский, и на каждом государственном языке в Центральной Азии (например, на казахском, кыргызском, таджикском, узбекском), а также наиболее часто используемых языках беженцев и лиц без гражданства во всем регионе (например, пушту, дари, урду и английский).

Рандомизированное исследование данных (например, вопросник с ответом "да" или "нет") было проведено в каждой центральноазиатской стране, за исключением Туркменистана¹. Опросник включал выборку из 2000 респондентов, по 500 респондентов на каждую страну. Этот метод позволил выработать статистически значимые и репрезентативные выводы на нескольких социально-географических уровнях, включая выводы вокруг социально-экономически уязвимых сообществ (например, "этнические меньшинства", "трудовые мигранты" и "беженцы и лица без гражданства") как совокупная группа, так и конкретно внутри каждого сообщества на региональном и национальном уровнях. Особое внимание было также уделено гендерному аспекту, конкретным возрастным группам, различным уровням дохода и респондентам в городах и сельской местности.

Кроме того, были проведены нерандомизированные полуструктурированные глубинные интервью с 500 респондентами, представителями целевого сообщества на основе методов "снежного кома" и "кластера". Интервью были равномерно распределены на каждую центральноазиатскую страну, за исключением Туркменистана. Аналогичным образом, нерандомизированные полуструктурированные "элитные" интервью были проведены со 120 производителями контента, включая журналистов, блогеров, продюсеров и медиа-экспертов. Эти интервью также основывались на методах "снежного кома" и "кластера". Интервью с производителями контента были распределены на каждую центральноазиатскую страну (по 30 интервью на страну), за исключением Туркменистана, чтобы дать более подробную экспертную оценку, включая контекстуальную информацию о медийных трендах и моделях потребления, связанных с пандемией COVID-19 в Центральной Азии.

Отчёт состоит из четырех глав и заключения с целенаправленными рекомендациями. В первой главе представлен обзор литературы,

¹ Туркменистан был исключен из исследования в связи со строгими ограничениями, которые были введены властями страны в отношении исследователей и ученых, желающих проводить исследования внутри страны

касающейся медиапотребления и уязвимых групп населения в Центральной Азии, включая аналитический обзор и справочную информацию по данному вопросу. Во второй главе представлены основные выводы относительно социально-экономических последствий пандемии COVID-19 в Центральной Азии. Третья глава посвящена информационным моделям и содержит ключевые выводы о тенденциях и медиапотреблении в Центральной Азии. Четвертая глава представляет основные выводы о специфическом воздействии COVID-19 на медиапотребление и медийные тренды, связанные с пандемией в Центральной Азии. Главы 2-4 состоят из четырех подразделов. В первых трех подразделах обсуждаются результаты опроса, проведенного в рамках исследования, и интервью с уязвимыми общинами и производителями контента. В последнем подразделе обсуждаются результаты, полученные с помощью смешанных методов, и делаются предварительные и сравнительные выводы по каждой главе. В заключении обсуждаются ключевые результаты, а также содержится раздел, посвященный целенаправленным рекомендациям для неправительственных организаций, правительств, международного донорского сообщества и производителей контента.



“ Многие исследования о медиапотреблении показывают, что традиционные формы СМИ, такие как телевидение, радио или пресса, по-прежнему имеют определенные преимущества по сравнению с распространением информации онлайн ”

“ все больше убедительных фактов свидетельствуют о том, что потребление онлайн-СМИ в Центральной Азии существенно возрастает ”

| Глава 1 |

Медиапотребление и уязвимые группы в Центральной Азии: результаты аналитического обзора

Модели медиапотребления в Центральной Азии отличаются друг от друга, часто в зависимости от месторасположения, возрастных групп и разделения на городские и сельские районы. Поскольку регион сталкивается с беспрецедентным кризисом в области здравоохранения, в результате модели потребления информации могут измениться и иметь пагубные последствия. В настоящей главе рассматриваются существующие знания по вышеуказанным темам. На основе опубликованных научных и имеющих непосредственное отношение к разработке политики исследований, в ней дается оценка имеющихся знаний о моделях медиапотребления среди уязвимых сообществ и выявляются пробелы, которые необходимо устранить. Краткий обзор комплексной медийной среды региона поможет читателю понять социально-экономические трудности, с которыми сталкиваются уязвимые сообщества. Эти трудности усугубляются воздействием COVID-19 и приводят к информационной изоляции, распространению дезинформации с помощью СМИ или эксплуатации.

Центральноазиатский медиаландшафт

Многие исследования о медиапотреблении показывают, что традиционные формы СМИ, такие как телевидение, радио или пресса, по-прежнему имеют определенные преимущества по сравнению с распространением информации онлайн. Это хорошо видно на примере Казахстана, Таджикистана и Узбекистана, где телевидение остается наиболее популярным и широко распространенным источником информации¹. Это также подкрепляется тем фактом, что телевидение является СМИ, которое неизменно присутствует во всех странах Центральной Азии, так 94,4% домохозяйств в Казахстане, 97,6% домохозяйств в Узбекистане и 96,6% домохозяйств в Таджикистане владеют телевизором.

Тем не менее, все больше убедительных фактов свидетельствуют о том, что потребление онлайн-СМИ в Центральной Азии существенно возрастает. Исследование, проведенное в 2019 году Представительством Института по освещению войны и мира в Центральной Азии (IWPR CA), посвященное потреблению новостных материалов в интернете в Центральной Азии, показало, что растет использование социальных сетей (например, Facebook, Вконтакте,

¹ Согласно последним исследованиям, проведенным "Интерньюс" в 2019 году. Резюме исследования по каждой стране доступно на русском языке: <http://metric.tilda.ws/mediaresearchkz> (Казахстан), <http://metric.tilda.ws/mediaresearchtj> (Таджикистан) и <http://metric.tilda.ws/mediaresearchuz> (Узбекистан)

Instagram) и мессенджеров (например, Telegram, WhatsApp, Viber).²

Растущее использование онлайн-СМИ непосредственно влияет на модели потребления новостей в регионе. Несмотря на проблемы с подключением к интернету и слежки со стороны государства, исследование IWPR CA показывает, что "местные новостные издания постепенно адаптируются к быстро меняющимся тенденциям новых СМИ".³

В результате "общение и обмен новостями стали более приватными по мере того, как мессенджеры улучшают удобство в использовании и алгоритмы". Facebook (в Таджикистане и Узбекистане) и Instagram (в Казахстане и Кыргызстане) являются основными каналами обмена новостями. Что касается мессенджеров, то Telegram, согласно сообщениям, является одним из популярных каналов связи во всех четырех странах, за ним следуют Viber и WhatsApp.⁴

“ Растущее использование онлайн-СМИ непосредственно влияет на модели потребления новостей в регионе ”

Это тесно связано с неуклонным ростом использования интернета для получения информации и общения⁵, особенно среди молодого поколения и групп среднего возраста⁶. Как правило, популярность интернета снижается по мере увеличения возраста пользователей в Казахстане, Таджикистане и Узбекистане, согласно данным, собранным "Интерньюс" в 2019 году. Это важное исследование медиа-среды региона включает в себя анализ предпочтений и ожиданий медиапотребителей в трех странах Центральной Азии. Этот вывод также косвенно поддерживается исследованием IWPR CA, так как для опроса выборка была сужена до молодежи, ведь 57% населения моложе 38 лет.

“ популярность интернета снижается по мере увеличения возраста пользователей ”

СМИ и заслуживающие доверия источники

Распространение онлайн-источников информации связано с глобальным вопросом доверия к СМИ. Различные уровни доверия, которое могут испытывать медиапотребители в Центральной Азии к различным источникам информации, были рассмотрены в вышеуказанных исследованиях лишь поверхностно. В той или иной степени они также уделяют особое внимание на взаимосвязь между

² "Общее число респондентов онлайн-опроса составило 4130 человек. Доля респондентов из Кыргызстана составила 31,5%, Казахстана – 24,3%, Узбекистана – 23,5%, Таджикистана – 20,7%. Большинство респондентов (57%) были молодые люди в возрасте от 19 до 32 лет. Самой маленькой группой были респонденты в возрасте 43 лет и старше"

³ IWPR CA (2019) Online News Consumption in Central Asia. Доступно на: <https://school.cabar.asia/en/books/research-online-news-consumption-in-central-asia/>

⁴ Там же.

⁵ "Проникновение интернета в Казахстане достаточно высокое: 89,4% респондентов пользуются интернетом, а 69,9% ежедневно пользуются интернетом с любого устройства, в основном с мобильных телефонов. В Узбекистане и Таджикистане уровень проникновения интернета значительно ниже (57,7% и 62,5% пользуются интернетом соответственно). Уровень активного ежедневного пользования интернетом в Узбекистане и Таджикистане также ниже". (Интерньюс, 2019).

⁶ Friedrich Ebert Foundation Kazakhstan (2019) Youth in Central Asia: Kazakhstan. Доступно на: <https://library.fes.de/pdf-files/bueeros/kasachstan/13343.pdf>; Kazakhstan 2.0 (2017). The Youth of Central Asia Stay True to the Traditions. Доступно на: kz.expert/en/news/analitika/725_the_youth_of_central_asia_stay_true_to_the_traditions

молодежью, медиапотреблением и потенциальной радикализацией⁷.

“ Прослеживается взаимосвязь в отношении использования онлайн-платформ молодежью, в том числе в вопросах, связанных с повышенной уязвимостью к радикальным дискурсам онлайн ”

Прослеживается взаимосвязь в отношении использования онлайн-платформ молодежью, в том числе в вопросах, связанных с повышенной уязвимостью к радикальным дискурсам онлайн. Примечательно, что в Кыргызстане эксперты утверждают, что доступность интернета возросла, порой позволяя молодежи получить более свободный доступ к различным видам контента. Несмотря на положительный эффект, отмечается также, что это может подвергнуть их риску "стать получателями контента, распространяемого террористическими организациями". В исследовании, проведенном НПО "Search for Common Ground", отмечается, что эти организации, например, создают специальные видеоматериалы и сообщения на различных языках (узбекский, русский, таджикский) для целей распространения в интернете. Такие радикальные группы часто выбирают в качестве основного канала коммуникации наиболее популярные социальные сети, такие как YouTube, Facebook, Одноклассники и Вконтакте, тем самым ориентируясь на более молодую возрастную аудиторию.

“ Несколько исследований показывают, что люди доверяют или не доверяют информации в зависимости от того, получена ли она из традиционного или онлайн-СМИ ”

Поэтому доверие имеет важное значение, поскольку во всем регионе существует явный пробел в отношении информации, доверия и медиапотребления среди уязвимых общин (например, этнических меньшинств, беженцев и лиц без гражданства, трудовых мигрантов), особенно в периоды кризиса.

Несколько исследований показывают, что люди доверяют или не доверяют информации в зависимости от того, получена ли она из традиционного или онлайн-СМИ. Тем не менее, это также варьируется в зависимости от косвенных критериев, включая возраст⁸. В целом, эксперты отмечают, что официальные веб-сайты и авторитетные информационные агентства являются самыми надежными в регионе, в то время как социальные сети, такие как Twitter и Facebook, считаются менее надежными источниками информации⁹.

“ молодежь легче доверяет онлайн источникам, чем представители старших возрастных групп ”

Тем не менее, это отношение к доверию раскрывает другую возрастную модель: молодежь легче доверяет онлайн источникам, чем представители старших возрастных групп. Что касается традиционных СМИ, то большинство опрошенных (Казахстан – 45,9%, Узбекистан – 63,9%, Таджикистан – 55,1%) в исследовании "Интервью" в 2019 году считают телевидение самым надежным источником информации.

7 Research Institute for Islamic Studies (2019) Vulnerability and Resilience of Young People in Kyrgyzstan to Radicalization, Violence and Extremism: Analysis across Five Domains. Доступно на: <https://centralasiaprogram.org/wp-content/uploads/2019/02/CAP-paper-213-Emil-Nasritdinov.pdf>; Search for Common Ground (2017) Messages, images and media channels promoting youth radicalization in Kyrgyzstan. Доступно на: [sfcg.org/wp-content/uploads/2017/05/Kyrgyzstan-radicalization-social-media-report-ENG.pdf](https://www.sfcg.org/wp-content/uploads/2017/05/Kyrgyzstan-radicalization-social-media-report-ENG.pdf);

8 См: IWPR CA (2019); Internews (2018, 2019)

9 Там же.

“ Дезинформация часто создает риск радикализации для уязвимых общин ”

Что касается языка, то информация на русском языке получает гораздо большее распространение по сравнению с информацией на местных языках по всей Центральной Азии. Это связано с тем, что большинство СМИ, включая их штаб-квартиры, находятся в столицах, где новости, как правило, массово выпускаются на русском языке, что приводит к потенциальному исключению общин, представители которых не владеют русским или предпочитают получать информацию на местных языках.

СМИ и дезинформация

Дезинформация часто создает риск радикализации для уязвимых общин, особенно среди молодого поколения; это явление может усугубляться кризисом и социальной изоляцией. Поскольку Центральная Азия пострадала от недавней волны насильственного экстремизма, несколько экспертов отмечают, что недостаточный уровень медиаграмотности и сужение общественного пространства для свободы слова может способствовать появлению радикальных нарративов¹⁰, как в онлайн-режиме, так и офлайн¹¹.

Это еще раз указывает на необходимость проведения дополнительных исследований по языковой диверсификации СМИ, а также нашего понимания информационного доверия и потребления различной медиапродукции уязвимыми сообществами.

Эта связь между медиапотреблением, дезинформацией и радикализацией была рассмотрена в другом исследовании "Интерньюс" в 2018 году под названием "Информационные потоки и радикализация, ведущие к насильственному экстремизму в Центральной Азии"¹². Оно пришло к выводу, что контролируемое государством освещение в СМИ продолжает ненадлежащим образом освещать такие распространенные социальные проблемы, как дискриминация, неравенство или бедность. В свою очередь, такой недостаточный уровень освещения, скорее всего, будет препятствовать нормализации общественной дискуссии вокруг этих проблем и может привести к ощущению остракизма среди уязвимых лиц.

Что касается элемента доверия, то регулярно отмечалось, что может наблюдаться определенный уровень скептицизма по отношению к медиа-контенту, контролируемому государством, особенно в интернете, поскольку более молодые потребители

10 Furstenberg, S. (2019) The state of Islamic threat in Central Asia: assessing the threat of terrorism from Central Asia. The Foreign Policy Centre. Доступно на: <https://fpc.org.uk/the-state-of-islamic-threat-in-central-asia-assessing-the-threat-of-terrorism-from-central-asia/>; Dialogue of Civilizations Research Institute (2019) Religious radicalism in Central Asia roundtable. Доступно на: [doc-research.org/2019/11/religious-radicalism-central-asia/](https://www.doci-research.org/2019/11/religious-radicalism-central-asia/)

11 International Crisis Group (2015) Syria Calling: Radicalisation in Central Asia (BRIEFING 72) Доступно на: <https://www.crisisgroup.org/europe-central-asia/central-asia/syria-calling-radicalisation-central-asia>

12 Internews (2018) Information flows and Radicalization leading to violent extremism in Central Asia. Доступно на: https://internews.org/sites/default/files/2019-07/Info_flows_radicalization_CentralAsia_Eng.pdf

знают об ограничениях доступа к информации¹³. Похоже, что это происходит, несмотря на врожденную распространенность государственных СМИ и "одобренной правительством информации" во многих центральноазиатских странах¹⁴.

Тем не менее, молодое поколение, как правило, легче доверяет онлайн-источникам. Более того, половина участников опроса "Интервью" в 2020 году игнорирует любую форму собственности СМИ, будь то частную или государственную, как меру надежности или доверия, в то время как треть респондентов считают, что собственность имеет значение.

“ эксперты рекомендуют, чтобы информация была как можно более разнообразной, чтобы эффективно достигать максимального числа граждан ”

Медиапотребление и уязвимые сообщества

Медиабезграмотность остается одной из основных проблем в Центральной Азии, и исследования о факторах, способствующих радикализации¹⁵, рекомендуют правительствам содействовать распространению образовательного контента на всех платформах, используемых экстремистскими группами. Например, эксперты рекомендуют, чтобы информация была как можно более разнообразной, чтобы эффективно достигать максимального числа граждан.

В Кыргызстане 78,4% из 1200 респондентов не знают, что новости в социальных сетях и интернете подбираются алгоритмически в соответствии с интересами личности¹⁶. Этот показатель несколько выше среди респондентов старше 52 лет (86,8%) и от 25 до 33 лет (78,3%)¹⁷. Такой высокий процент свидетельствует об общей неосведомленности о функционировании онлайн-платформ среди большинства возрастных групп.

Что касается качества распространяемой информации, то, поскольку она все чаще связана с онлайн-распространением, в исследовании также отмечается рост числа случаев дезинформации в социальных сетях и мессенджерах, что отчасти объясняется также генерируемым пользователями контентом.

В том же исследовании также сообщалось, что мужчины обычно имеют более широкий доступ к большинству источников

13 "Это несоответствие можно объяснить тем, что люди осознают необходимость критического восприятия информации и что предвзятая информация есть везде, но они не всегда могут следить за этим осознанием, отчасти из-за отсутствия навыков критического мышления, отчасти из-за отсутствия выбора, и отчасти из-за того, что они уже усвоили определенные правительственные послания" (Internews, 2018).

14 Там же.

15 Там же.

16 Algorithm Watch (2020) Are Algorithms a Threat to Democracy? The Rise of Intermediaries: A Challenge for Public Discourse. Доступно на: <https://algorithmwatch.org/wp-content/uploads/2020/05/Governing-Platforms-communications-study-Stark-May-2020-AlgorithmWatch.pdf>

17 См. Отчет по итогам исследования уровня медиаграмотности в Кыргызской Республике (Воробьева Анна, Ешеналиева Айнура, Рахимов Руслан, Усенова Бегаим): <https://soros.kg/wp-content/uploads/2018/03/Otchet-po-itogam-issledovaniya-mediagramotnosti-v-KR.pdf>

“ Этот важный пробел в исследовании явно указывает на то, что уязвимые группы, находящиеся в неблагоприятном социально-экономическом положении (например, этнические меньшинства, трудовые мигранты, беженцы и лица без гражданства), в настоящее время не изучаются должным образом ”

“ Медиапотребление в Центральной Азии остается темой, заслуживающей дальнейшего изучения и сбора данных ”

информации, что также свидетельствует о характерных уровнях исключения женщин. Например, исследование IWPR CA ссылается на "гендерное неравенство онлайн" в Центральной Азии. Так как мало других комплексных исследований на эту тему, эксперты ссылаются на косвенные показатели, демонстрирующие различное использование интернета мужчинами и женщинами, такие как преобладание рекламы на Facebook, ориентированной на мужчин, и низкий уровень финансовой грамотности/доступа к операциям онлайн-банкинга (например, транзакции, онлайн-платежи). Исследование IWPR CA также демонстрирует гендерное неравенство в том, что только 38% респондентов – женщины.

Кроме того, IWPR CA отмечает, что исследование может и не дать точное представление о регионе, поскольку оно сосредоточено на городских центрах из-за более низкого уровня доступа к интернету в сельской местности. Также отмечается его ограничения в отношении сложности доступа к группам, которые меньше представлены в онлайн-пространстве, включая "лиц с низким уровнем доходов или ограниченным доступом к формальному образованию".

Этот важный пробел в исследовании явно указывает на то, что уязвимые группы, находящиеся в неблагоприятном социально-экономическом положении (например, этнические меньшинства, трудовые мигранты, беженцы и лица без гражданства), в настоящее время не изучаются должным образом. В то же время они потенциально сталкиваются с несбалансированным доступом к информации во время кризиса в сфере здравоохранения или любого другого кризиса. Кроме того, требуется тщательное изучение уязвимых общин, уделяя при этом дополнительное внимание самым обездоленным в социально-экономическом плане представителям этой группы.

Медиапотребление в Центральной Азии остается темой, заслуживающей дальнейшего изучения и сбора данных. Это особенно актуально в контексте попыток понять потребности и проблемы, связанные с изменением условий занятости и охраны здоровья наиболее уязвимых групп населения. Результаты исследования "Интервью", проведенного в 2019 году, предоставили совершенно новую информацию по этим темам. Однако, несмотря на то, что данное исследование содержит обширные данные о моделях медиапотребления, в нем не рассматриваются две важные и динамичные переменные: потенциальные изменения в медиапотреблении во время вспышки пандемии, такой как COVID-19, и его потенциальная связь с социальным отчуждением и радикализацией. Аналогичным образом, хотя исследование охватывает обширную демографию респондентов, пробел в исследовании проявляется среди наиболее уязвимых групп во всем регионе, а именно: трудовых мигрантов,

“ Неспособность найти правовую защиту делает лиц без гражданства одной из наиболее уязвимых групп в Центральной Азии ”

этнических меньшинств, беженцев¹⁸ и лиц без гражданства. Все они считаются более уязвимыми и более подверженными риску группами в силу своих социально-экономических условий.

По данным Управления Верховного комиссара ООН по делам беженцев (УВКБ ООН), в Центральной Азии продолжает оставаться одно из крупнейших в мире сообществ лиц без гражданства. С момента распада Советского Союза тысячи людей остались без гражданства. Несмотря на то, что страны Центральной Азии выдавали паспорта многим лицам без гражданства за последние десятилетия¹⁹, по оценкам УВКБ, в 2020 году в регионе в общей сложности 116 629 человек живет без гражданства. В настоящее время в Узбекистане проживают 97 346 лиц без гражданства, в Казахстане – 8 386, в Таджикистане – 7 151, в Туркменистане – 3 686 и в Кыргызстане – 58²⁰.

Неспособность найти правовую защиту делает лиц без гражданства одной из наиболее уязвимых групп в Центральной Азии.²¹ По данным Организации по безопасности и сотрудничеству в Европе (ОБСЕ) и УВКБ ООН, лица без гражданства сталкиваются с "ограниченным доступом или отсутствием доступа к образованию и здравоохранению", "повышенным риском эксплуатации, торговли людьми, сексуального и гендерного насилия", а также "трудностями при заключении договоров, получении лицензий на ведение бизнеса или открытии банковских счетов".²² В связи с ограничительным миграционным законодательством, официальное сообщество беженцев может быть обнаружено только в небольшом количестве в трех странах (Казахстане, Кыргызстане и Таджикистане). Сообщается, что их социально-экономические и правовые ограничения аналогичны ограничениям для лиц без гражданства. Кроме того, это уязвимое сообщество также сталкивается с языковыми трудностями. Большинство беженцев в странах Центральной Азии прибывают из Афганистана или Сирии, разговаривая на арабском или пушту в качестве родного языка. Это регулярно воспринимается как дополнительное препятствие, которое может сделать их более отчужденными и в то же время затруднить их доступ к информации.

21-я Центральноазиатская конференция по СМИ, организованная ОБСЕ в июле 2019 года, пришла к выводу, что настоятельно

18 Последние данные, представленные УВКБ, начиная с апреля 2020 года, касаются 3708 беженцев (588 в Казахстане; 333 в Кыргызстане; 2357 в Таджикистане). В связи с ограничительной пограничной политикой, в Туркменистане и Узбекистане нет ни одного беженца, признанного государством. Доступно на: reporting.unhcr.org/node/3412; twitter.com/UNHCR_Cent_Asia/status/1260869954632548353/photo/1

19 UNHCR (2020) Uzbekistan to end statelessness for 50,000 people. Доступно на: <https://www.unhcr.org/news/press/2020/3/5e70b9474/uzbekistan-end-statelessness-50000-people.html>

20 UNHCR (2020) Infographic on ending statelessness in Central Asia. Доступно на: https://www.unhcr.org/centralasia/wp-content/uploads/sites/75/2020/05/UNHCR-Statelessness_Infographic-2020-ENG-screen.pdf

21 UNHCR (2011) Statelessness in Central Asia. Доступно на: <https://www.unhcr.org/4dfb592e9.pdf>

22 OSCE & UNHCR (2017) Handbook on Statelessness in the OSCE Area International Standards and Good Practices. Доступно на: <https://www.osce.org/handbook/statelessness-in-the-OSCE-area?download=true>

“ неясно, поощряют ли СМИ, принадлежащие этническим меньшинствам, сохранение этнических ценностей или же они поощряют интеграцию этнических меньшинств в окружающее их доминирующее общество, продвигая общие гражданские ценности ”

необходимо разнообразие и плюрализм СМИ, чтобы развивать "контролируемые на местном уровне" СМИ меньшинств, которые реагируют на потребности различных сообществ.²³ Центральная Азия представляет собой мозаику из различных этнических меньшинств, которые слабо представлены в традиционных СМИ и, как правило, ограничены местным медиа-контекстом, финансируемым этническими ассоциациями и небольшими частными СМИ.

В некоторых источниках по этому вопросу действительно отмечается, что "неясно, поощряют ли СМИ, принадлежащие этническим меньшинствам, сохранение этнических ценностей или же они поощряют интеграцию этнических меньшинств в окружающее их доминирующее общество, продвигая общие гражданские ценности".²⁴

Тем не менее, как подчеркивает ОБСЕ, эксперты считают, что основным ограничением СМИ меньшинств является "общественная сфера с высоким уровнем различий", которая "не способствует развитию общих пространств и ценностей" из-за языкового барьера. Следовательно, меньшинствам легче попасть в изоляцию, о которой упоминалось ранее.

Таблица 1: Этнический состав четырех центральноазиатских стран²⁵

Казахстан	Казахи 65.5%	Русские 21,5%	Узбеки 3.0%	Украинцы 1.8%	Уйгуры 1.5%	Татары 1.1%
Узбекистан	Узбеки 83.8%	Таджики 4.8%	Казахи 2.5%	Русские 2.3%	Каракалпаки 2.2%	Татары 1.5%
Таджикистан	Таджики 84.3% (в т.ч. памирцы и янобцы)	Узбеки 13.9%	Другие 2% включая кыргызов, русских, туркмен, татаров, арабов			
Кыргызстан	Кыргызы 73.5%	Узбеки 14.7%	Русские 5.5%	Дунгане 1.1%	Другие 5.5% в том числе турки, таджики, уйгуры, казахи среди прочих меньшинств.	

Существует обширная литература о напряженности в отношениях между центральноазиатскими меньшинствами²⁶, в частности, из-за хорошо задокументированных столкновений в регионе, одним из примеров которых являются южные регионы Кыргызстана в июле 2010 года.²⁷

Некоторые исследования на эту тему показывают, что этнические

23 OSCE (2019) Recommendations of the 21st regional Central Asia media conference "Media freedom and pluralism in times of digital transformation. Доступно на: <https://www.osce.org/event/21st-central-asian-media-conference>

24 Fernando, O. (2011) "Ethnic Minorities and the Media in Central Asia" in After the Czars and Commissars Journalism in Authoritarian Post-Soviet Central Asia. Freedman. E. & Shafer. R. (eds), pp. 161-183.

25 Согласно World FactBook, разработанному Центральным разведывательным управлением США, последний раз обновлялся по состоянию на 2019 год, а также Национальным статистическим комитетом Кыргызской Республики.

26 Fumagalli, M. (2007) Framing ethnic minority mobilisation in Central Asia: The cases of Uzbeks in Kyrgyzstan and Tajikistan. Europe Asia Studies 59(4). pp.567-590

27 OHCHR (2018) Kyrgyzstan: Ethnic minorities need equal treatment, says senior UN official; salutes Central Asian rights defenders. Доступно на: <https://www.ohchr.org/en/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=23109&LangID=E>

“ эксперты отмечают, что в политической повестке дня по-прежнему игнорируются потребности различных групп ”

узбеки, являющиеся гражданами Кыргызской Республики, иногда становятся чужими как в Узбекистане, так и на своей родине из-за степени отчуждения.²⁸ В этом контексте четко прослеживается уязвимость, с которой этнические меньшинства могут столкнуться в результате дискриминации и отсутствия чувства принадлежности. Случай Таджикистана показывает, что язык также является актуальным компонентом проблемы. Межэтническая напряженность отчасти остается в Таджикистане чувствительным вопросом со времен гражданской войны. Хотя правительство продвигало законодательство по обеспечению прав меньшинств, эксперты отмечают, что в политической повестке дня по-прежнему игнорируются потребности различных групп. Самое многочисленное меньшинство, говорящее на узбекском языке, в значительной степени недостаточно представлено в государственных учреждениях, что также характерно для других меньшинств. Все эти группы сталкиваются с трудностями из-за недостаточно свободного владения таджикским языком, также не имеют доступа к официальной информации и образованию на своем родном языке, что усиливает их уязвимость в таджикском обществе.

COVID-19, социальное отчуждение и новые риски

С начала вспышки COVID-19 правозащитная организация "Human Rights Watch" (HRW) сообщала, что все правительства ограничили доступ к информации о распространении вируса, одновременно вводя произвольные ограничения, направленные против журналистов, медицинских работников и активистов. Таджикские власти, например, предотвращали распространение информации о COVID-19, вводя цензуру и препятствуя освещению пандемии в некоторых СМИ в стране. Почти во всех странах Центральной Азии сообщают об арестах граждан и медицинских работников за распространение "ложной информации" о низком качестве медицинских средств индивидуальной защиты. Правительство также обвинялось в закрытии аккаунтов в социальных сетях, которые размещали или сообщали о пандемии. В Туркменистане репрессии, связанные с распространением информации о COVID-19, были особенно карательными, так как правительство предотвратило публикацию любых материалов о пандемии в государственных и частных СМИ. Хотя власти провели кампанию по повышению осведомленности общественности о профилактических мерах в больницах и школах, HRW сообщает о случаях принуждения медицинских работников к заключению соглашений о неразглашении информации, об угрозах увольнения и об уголовных обвинениях.

“ По мере постепенного сдерживания пандемии, регион стал более восприимчив к распространению ложной информации ”

По мере постепенного сдерживания пандемии, регион стал более восприимчив к распространению ложной информации. Вероятнее

²⁸ Гражданская инициатива интернет-политики (2019) Сегментирование целевой аудитории для определения мер превенции к онлайн-пропаганде насильственного экстремизма в Кыргызстане. Доступно на: [Internetpolicy.kg/wp-content/uploads/2019/06/Ru_SegmentationExerciseReport_FinalDraft_May2019.pdf](https://internetpolicy.kg/wp-content/uploads/2019/06/Ru_SegmentationExerciseReport_FinalDraft_May2019.pdf)

“ Многие считают, что приблизительно 10-миллионное сообщество центральноазиатских трудовых мигрантов стало более фрагментированным и уязвимым ”

всего, это касается наиболее уязвимых групп населения, включая их доступ к качественной и надежной информации о здоровье. Как следствие, по-прежнему отсутствуют данные о воздействии кризиса на различные уязвимые группы и о более конкретном использовании ими информации, связанной со здоровьем.

Агентства ООН и другие международные организации определяют беженцев, лиц без гражданства и этнические меньшинства как наиболее уязвимые группы в случае возникновения пандемии. Кроме того, проблематичный контекст для трудовых мигрантов в Центральной Азии не является исключением из этого правила, так как это сообщество сталкивается с беспрецедентными экономическими и социальными трудностями в связи с предполагаемым воздействием пандемии на миграцию и занятость из-за закрытия границ и периодов карантина.

Многие считают, что приблизительно 10-миллионное сообщество центральноазиатских трудовых мигрантов стало более фрагментированным и уязвимым из-за вызванной пандемией внезапной потери доходов. Семьи многочисленных рабочих, которые сезонно мигрируют в Россию, зависят от частых денежных переводов, которые поступают благодаря благоприятным возможностям трудоустройства в России. Из-за вспышки COVID-19 значительная часть временных работников из Центральной Азии была вынуждена покинуть Россию и вернуться домой. По мере постепенного введения ограничений, эти сообщества сталкиваются со значительной неопределенностью, которая усугубляется ложной информацией, полученной из ненадежных источников. Последние новости привлекли внимание к российским СМИ, регулярно изображающих трудовых мигрантов, которым не удалось вернуться в свои страны в связи с COVID-19, как преступников. Это, в свою очередь, способствовало распространению необоснованной "ксенофобской риторики" и дальнейшей стигматизации трудовых мигрантов.

Это может иметь долговременный негативный эффект для трудовых мигрантов, учитывая сохраняющиеся ограничения на работу. Как отметили несколько экспертов, денежные переводы мигрантов представляют собой очень важный источник стабильного дохода для стран Центральной Азии. Перерыв в экономической деятельности делает и без того неустойчивые сообщества еще более уязвимыми и они становятся легкой мишенью для вербовки и кампаний по дезинформации, которые проводятся радикальными религиозными организациями, такими как Исламское государство (ИГ).²⁹ Несколько исследований показали, что эти группы особенно подвержены влиянию экстремистских и насильственных

²⁹ Royal United Services Institute (2018) Understanding the Factors Contributing to Radicalisation Among Central Asian Labour Migrants in Russia. RUSI Occasional Paper. Доступно на: <https://www.sfcg.org/violent-extremism-central-asian-migrant-workers-russia/>; Heathershaw, J. & Lemon E. (2017) How can we explain radicalisation among Central Asia's migrants? Доступно на: <https://www.opendemocracy.net/en/odr/can-we-explain-radicalisation-among-central-asia-s-migrants/>.

“ Отчасти это объясняется их неблагоприятным экономическим положением в сочетании с социальной изоляцией и скудными человеческими связями в принимающих их сообществах по всей России и Центральной Азии ”

нарративов. Отчасти это объясняется их неблагоприятным экономическим положением в сочетании с социальной изоляцией и скудными человеческими связями в принимающих их сообществах по всей России и Центральной Азии. В свою очередь, многие трудовые мигранты, как сообщается, становятся жертвами вербовщиков, которые пользуются этими слабостями и неприязнью по отношению к "основной части общества" в целом.³⁰

Внутрирегиональная трудовая миграция в Центральной Азии чаще происходит из соседних стран в Казахстан и в Южную Корею.³¹ Это часто происходит при нелегальных обстоятельствах, что способствует развитию правового вакуума, в котором трудовые мигранты становятся более уязвимыми. Трудовых мигрантов часто изображают "преступниками, нарушителями законности и порядка или более благосклонными представлениями о них, как о необразованных, неквалифицированных, не знающих своих прав, готовых работать любой ценой в условиях рабства".³² Наибольшая доля трудовых мигрантов из Узбекистана приходится на Южно-Казахстанскую область. Россия является излюбленным направлением для 1 млн кыргызских и 1,15 млн таджикских трудовых мигрантов.³³ Многие из этих трудовых мигрантов являются выходцами из Ошской области, согласно свидетельствам, приведенным в документальном проекте Радио Свободная Европа/Радио Свобода (RFE/RL) "Не от нашего имени". По данным Международной организации по миграции (МОМ), большинство мигрантов являются выходцами из Хатлонской области (Курган-Теппа) Таджикистана.³⁴ Лица, проживающие в районах республиканского подчинения (РРП), также широко представлены в трудовой миграции.

Вышеуказанные допущения вытекают из обширного обзора литературы. В нем предполагается, что контекст кризиса здравоохранения 2020 года окажет несоразмерно большое влияние на уязвимые сообщества, включая трудовых мигрантов. Также предполагается, что они могут столкнуться с информационным

30 "Среднеазиатские мигранты, которые поддерживают или заинтересованы в ИГИЛ, по всей видимости, в основном являются молодыми трудящимися-мигрантами, которые не имеют или почти не имеют никакого отношения к исламу как к религии, но принимают ислам как идентичность, которая предлагает солидарность, чувство принадлежности и объясняет экономические трудности и дискриминацию, с которой они сталкиваются". Tucker, N. (2015) 'Islamic State Messaging to Central Asian Migrant Workers in Russia', CERIA Brief No. 6, George Washington University. Доступно на: <https://app.box.com/s/bwoq8p80wfbn7b rg2wyczzusx2p8ljhn>

31 Eurasianet (2019) From Samarkand to Seoul: Central Asian migrants in South Korea. Доступно на: <https://eurasianet.org/from-samarkand-to-seoul-central-asian-migrants-in-south-korea>

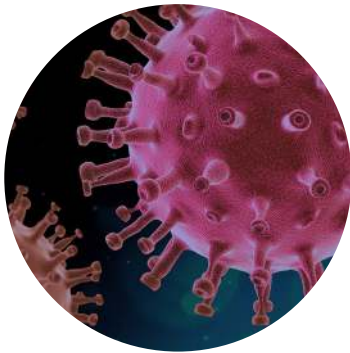
32 Davé, B. (2014) Keeping labour mobility informal: the lack of legality of Central Asian migrants in Kazakhstan. Central Asian Survey. 33(3). pp.346-359.

33 IOM (2020) https://publications.iom.int/system/files/pdf/tajik_migrants_report_15jan.pdf https://www.ucealasia.org/Content/Downloads/UCA-IPPA-WP-39%20International%20Labour%20Migration_ENG.pdf

34 Также есть сельские районы, из которых большинство мужского населения выезжает на работу за границу. Это Исфаринский, Канибадамский, Аштский, Айнинский, Пенджикентский и Шахристанский районы Согдийской области, граничащие с Узбекистаном; Бохтарский, Вахшский и в меньшей степени Фархорский районы Хатлонской области, а также Ленинский, Кофарнихонский и Варзобский районы республиканского подчинения.

вакуумом, так как более восприимчивы к вводящим в заблуждение источникам информации, и уязвимы перед социально-экономическими последствиями. Он указывает на необходимость более широкого исследования и показывает наше ограниченное понимание того, насколько уязвимы сообщества с социально-экономическими трудностями, а также того, как могут меняться их модели медиапотребления во время кризисов, включая пандемию COVID-19.

В данной работе будет сделана попытка удовлетворить потребность в проведении более детального исследования, включая качественные и количественные данные, среди трех вышеупомянутых целевых сообществ, а именно: трудовых мигрантов, этнических меньшинств, беженцев и лиц без гражданства. Одновременно в нем рассматривается вопрос о том, каким образом субкатегории, упомянутые в обзоре литературы (например, гендер, возраст, доход, город/село) заслуживают дальнейшего изучения в качестве субкатегорий уязвимости. Цель данной работы – дополнить существующие исследования обширными количественными данными и углубленными онлайн-интервью, чтобы обеспечить широкое понимание и картирование медийного ландшафта каждой страны, социально-экономических проблем, а также мнений экспертов о новой информации, потреблении и производстве контента во время пандемии COVID-19.



| Глава 2 |

Социально-экономические последствия COVID-19

Беженцы и лица без гражданства, этнические меньшинства и трудовые мигранты сталкиваются с чрезвычайно высокими социально-экономическими последствиями COVID-19. Это измерялось в ходе исследований с использованием смешанных методов и качественных и количественных данных, включая краткосрочные и долгосрочные социально-экономические последствия и данные, полученные от производителей контента. В следующих трех разделах представлены результаты исследований, за которыми следует заключительный дискуссионный раздел с перекрестным сопоставлением.

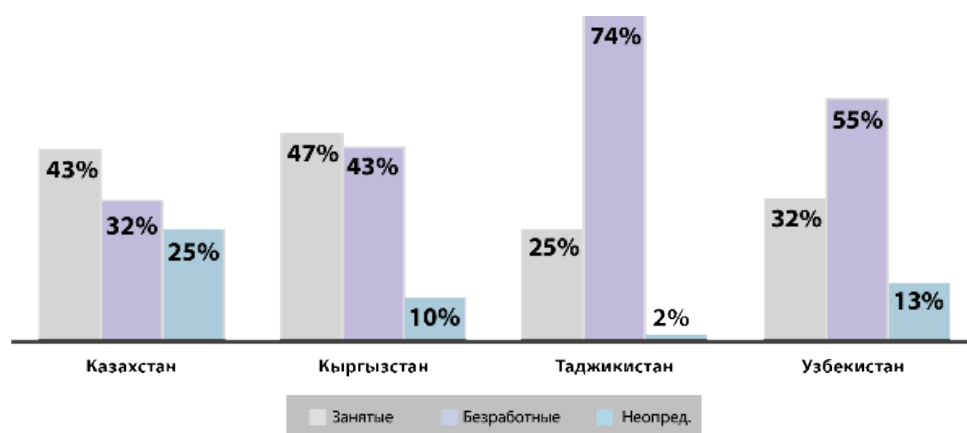
Результаты опроса: уязвимые сообщества

Количественные данные показывают как краткосрочные, так и долгосрочные последствия по всем четырем центральноазиатским странам.

Краткосрочные экономические последствия можно лучше понять по изменению уровня занятости, доходов и неопределенности в течение карантинного периода, который длился с марта/апреля по май/июнь 2020 года для большинства стран Центральной Азии.

В период карантина 48% беженцев и лиц без гражданства не работали, а 13% имели неопределенный трудовой статус по всей Центральной Азии. В результате, только 39% беженцев и лиц без гражданства имели трудовой статус в карантинный период.

Диаграмма 1. Заявленный статус занятости этнических меньшинств в Центральной Азии в карантинный период (ниже)



Этнические меньшинства столкнулись с самыми высокими уровнями экономического воздействия во время карантина, в каждой стране по-разному. В Таджикистане и Узбекистане уровень безработицы среди этнических меньшинств, согласно сообщениям, был чрезвычайно высоким – 74% и 55%, соответственно. В Кыргызстане

“ Краткосрочные экономические последствия можно лучше понять по изменению уровня занятости, доходов и неопределенности в течение карантинного периода ”

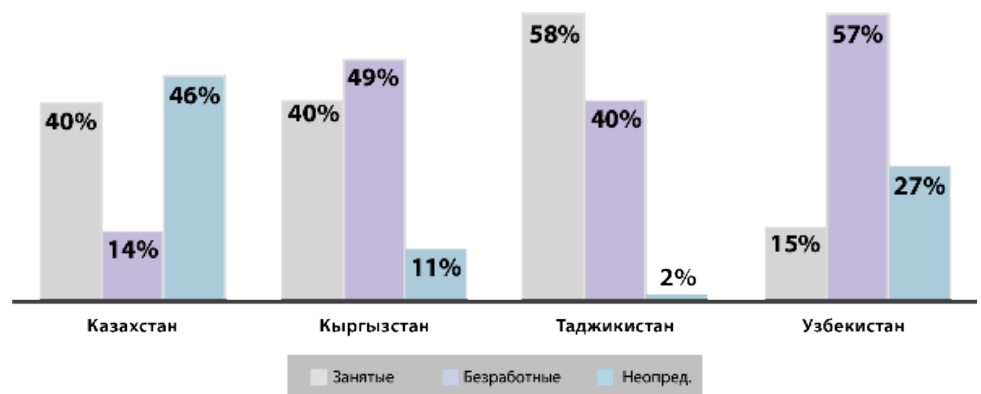
“ В период карантина 48% беженцев и лиц без гражданства не работали, а 13% имели неопределенный трудовой статус по всей Центральной Азии ”

этнические меньшинства также сообщили о высоком уровне безработицы – 43%, в то время как в Казахстане самый низкий уровень безработицы среди этнических меньшинств – 32%.

“ В Таджикистане и Узбекистане уровень безработицы среди этнических меньшинств, согласно сообщениям, был чрезвычайно высоким – 74% и 55%, соответственно ”

Во время карантина трудовые мигранты постоянно сталкивались с очень высокими уровнями экономического воздействия. В Узбекистане и Кыргызстане уровень безработицы среди трудовых мигрантов составлял 57% и 49%. В дополнение к безработице, в Узбекистане (27%) и Кыргызстане (11%) уровень трудовой неопределенности также был высоким. Трудовые мигранты в Таджикистане сообщили о более низком уровне безработицы – 40%. Самый низкий уровень безработицы был зафиксирован в Казахстане (14%), однако это связано с тем, что 46% трудовых мигрантов сообщили о наличии неопределенности в сфере труда.

Диаграмма 2. Заявленный статус занятости трудовых мигрантов в Центральной Азии в карантинный период (см. ниже)



“ В Узбекистане и Кыргызстане уровень безработицы среди трудовых мигрантов составлял 57% и 49% ”

Долгосрочные экономические последствия будут продолжать проявляться с течением времени. Их самые непосредственные последствия уже можно измерить в экономическом и социальном плане непосредственно после карантина, определенного как период после мая/июня 2020 года для Казахстана, Кыргызстана и Узбекистана. После отмены карантина было отмечено некоторое улучшение положения беженцев и лиц без гражданства в Центральной Азии. Если во время карантина уровень безработицы составлял 48%, то в августе 2020 года он снизился до 40%. Однако уровень трудовой неопределенности увеличился с 13% до 15% для той же целевой группы.

Весьма незначительные улучшения в области занятости произошли также среди этнических меньшинств в Центральной Азии после карантина, за заметным исключением Кыргызстана. Среди этнических меньшинств Таджикистана уровень безработицы по окончании карантина составил 63%.¹ Сразу же после карантина зарегистрированный уровень безработицы среди этнических

¹ Такой резкий спад можно объяснить проведением опроса в Таджикистане к концу карантинного периода, в течение которого экономическая активность оставалась очень подавленной.

“ в Кыргызстане наблюдался рост безработицы среди трудовых мигрантов после завершения карантина, при этом уровень безработицы и неопределенности увеличился с 60% до 70% менее чем за 4 месяца ”

меньшинств в Узбекистане оставался очень высоким – 49%, в то время как в Казахстане, по имеющимся данным, он составлял 28%. Уровень неопределенности в сфере труда в Казахстане повысился, в то время как общий уровень безработицы среди этнических меньшинств в Кыргызстане увеличился до 48% (с 43%) после окончания карантина.

После окончания карантина положение трудовых мигрантов незначительно улучшилось в большинстве стран Центральной Азии, за исключением Кыргызстана. В Узбекистане и Таджикистане сообщаемый уровень безработицы среди трудовых мигрантов снизился на 3%, в то время как общий уровень безработицы и неопределенности в Казахстане снизился с 60% до 54%. В отличие от других стран, в Кыргызстане наблюдался рост безработицы среди трудовых мигрантов после завершения карантина, при этом уровень безработицы и неопределенности увеличился с 60% до 70% менее чем за 4 месяца. Несмотря на некоторое улучшение в Казахстане и Узбекистане, следует реалистично отметить, что уровень неопределенности и безработицы в сфере труда остается неустойчиво высоким и составляет в среднем 62% во всех четырех центральноазиатских странах. Самый низкий уровень зарегистрированной безработицы в течение карантинного периода был измерен в Казахстане на уровне 14%, однако это связано с тем, что 46% трудовых мигрантов сообщили о резком росте неопределенности в сфере труда вместо этого.

Вышеизложенное показывает негативное воздействие COVID-19 среди трех определенных уязвимых общин: беженцев и лиц без гражданства, этнических меньшинств и трудовых мигрантов. Вместе с тем следует отметить, что негативные последствия COVID-19 еще более усиливаются после того, как вводятся субкатегории уязвимости, включая гендер, разделение на город и село, социально-экономический статус и возрастные группы.

Как трудовые мигранты, так и этнические меньшинства, проживающие в городских центрах, квалифицировались как более уязвимые с точки зрения трудового статуса по сравнению с теми, кто проживает в сельской местности. На 12% больше трудовых мигрантов, проживающих в сельской местности по всей Центральной Азии, сообщили о наличии у них трудового статуса по сравнению с городскими трудовыми мигрантами. В Узбекистане этнические меньшинства, проживающие в сельской местности, имели на 19% больше шансов получить работу по сравнению с проживающими в городах меньшинствами.

Беженцы и лица без гражданства остаются самыми бедными, наименее образованными и наиболее уязвимыми: 63% имеют низкий доход и только 6% – высокий доход. Тридцать восемь процентов опрошенных беженцев и лиц без гражданства имеют профессиональное или профессионально-техническое образование, в то время как только 1% опрошенных беженцев и лиц без

гражданства имеют ученые степени.

Гендерное неравенство по-прежнему разделяет и усугубляет факторы уязвимости во всех странах и целевых группах. В целом, во всех группах и странах о безработице сообщили на 20% больше женщин, чем мужчин. Эта тенденция усилилась во время и после карантина, особенно в отношении женщин. В Таджикистане только 25% женщин мигрантов были трудоустроены, что значительно ниже, чем в среднем по стране. Во всей Центральной Азии число женщин-трудовых мигрантов с неопределенным трудовым статусом увеличилось на 12% во время пандемии.

Результаты интервью: уязвимые сообщества

Качественные глубинные интервью с представителями уязвимых сообществ выявляют три основных способа, с помощью которых пандемия COVID-19 повлияла на их повседневную жизнь. Первое и самое важное воздействие пандемии – экономическое. Из-за правительственных ограничений, введенных в конце марта в большинстве стран Центральной Азии и России, многие респонденты потеряли работу, временно или навсегда. Многим не было дано какой-либо гарантии, что они продолжат оставаться занятыми. По мнению многих респондентов, рост цен на продукты питания также является серьезной проблемой. Экономические последствия пандемии наиболее остро ощущались трудовыми мигрантами. В эту группу входили выходцы из Центральной Азии, которые работали за пределами страны до пандемии COVID-19. Помимо закрытого бизнеса и роста цен, трудовые мигранты столкнулись с препятствиями в виде закрытых границ, что в значительной степени мешало им вернуться в принимающие страны, такие как Россия, Южная Корея и другие пункты назначения рабочей силы.

“ Итак, одно большое изменение, которое произошло в моей жизни [после COVID-19] – это то, что я теперь в долгах. (Таджикистан, женщина, беженка, 25 лет) ”

Теперь у нас все изменилось, все стало трудным. Я заняла много денег, мне нужно платить за квартиру, теперь я в долгах. Итак, одно большое изменение, которое произошло в моей жизни [после COVID-19] – это то, что я теперь в долгах. (Таджикистан, женщина, беженка, 25 лет).

Этнические меньшинства, беженцы и лица без гражданства, как представляется, в сравнительно меньшей степени пострадали от экономического и финансового кризиса. В случае этнических меньшинств некоторые респонденты ссылались на то, что они работают на дому, а после нескольких недель карантина возобновляют свою работу. В то же время, многие беженцы и лица без гражданства, как правило, находились в трудной ситуации до COVID-19, что может объяснить их относительно более низкое негативное восприятие пандемии. Тем не менее, следует отметить, что наиболее экстремальные случаи зарегистрированных экономических проблем были обнаружены среди беженцев и лиц без гражданства. Например, некоторые беженцы и лица без

“ Второе воздействие COVID-19 связано с психическим здоровьем. Респонденты сообщают, что чувствуют себя более отчужденными в своих сообществах. Это наблюдение наиболее очевидно среди беженцев и лиц без гражданства ”

гражданства заявили, что их положение настолько тяжелое, что они не могут позволить себе покупать овощи для ежедневного питания. Эта информация подтверждается также неправительственными организациями, которые упомянули о том, что некоторые беженцы и лица без гражданства не имели мобильных телефонов, что мешало им проводить онлайн-интервью или подключаться к интернету, чтобы читать новости.

Хотя в большинстве интервью отмечается, что финансовое положение ухудшается, некоторые из них сообщили о получении правительственной поддержки. Те, кто получил какую-либо поддержку – получили помощь от махаллинских комитетов² (в Узбекистане), международных или местных НПО, волонтеров (в Кыргызстане) или родственников (во всех странах). Поддержка была оказана в основном в виде продовольствия, а в некоторых редких случаях – наличными. О государственной помощи упоминалось в основном в Казахстане, где люди могли подать заявление и получить 42 500 тенге (около 200 долларов) на два месяца. Примечательно, что респонденты склонны преуменьшать значение этого вопроса, либо имея мало ожиданий от помощи, либо говоря, что весь мир сталкивается с подобными проблемами.

Второе воздействие COVID-19 связано с психическим здоровьем. Респонденты сообщают, что чувствуют себя более отчужденными в своих сообществах. Это наблюдение наиболее очевидно среди беженцев и лиц без гражданства. Это сообщество уже находится в неблагоприятном положении из-за своего правового статуса, отсутствия языковых навыков и слабого чувства принадлежности к местному сообществу. Сообщается, что требования к социальному дистанцированию ухудшили ситуацию. Еще одно воздействие COVID-19, о котором сообщалось, было охарактеризовано как общее чувство паники, за которым следовала отстраненность. Многие респонденты заявили, что они сознательно прекратили следить за новостями о COVID-19, из-за общего ощущения негативности этой информации, которое может привести к нервному срыву.

Третье воздействие COVID-19 касается социальных отношений. Особенно выделяются два наблюдения. Во-первых, пандемия подтвердила важность семьи в Центральной Азии. Члены семьи и близкие родственники часто оказывали помощь нуждающимся. Многие респонденты сообщили, что карантинные меры вынуждали их проводить больше времени со своими детьми, часто занимаясь

² Махалля – это район, пересекающийся с границами более мелких деревень или частей более крупных поселений, таких как города. Махаллинский комитет, в свою очередь, направляет усилия правительства на делегирование некоторых вопросов местного самоуправления назначенным председателям комитетов. Таким образом, он является полуофициальной единицей местного самоуправления в Узбекистане. Махаллинские комитеты охватывают районы с населением в среднем около 2000 человек. См.: Canada: Immigration and Refugee Board of Canada (2004) Uzbekistan: Role of “mahalla” in Uzbek society; whether mahalla are involved in extortion; state protection. Доступно на: <https://www.refworld.org/docid/41501c6f23>.

“ Журналисты часто сообщали о производстве большего количества социально ориентированных сюжетов, особенно о сообществе трудовых мигрантов. Уровень освещения трудовых мигрантов в национальных и местных СМИ был более высоким по сравнению с любым другим уязвимым сообществом в регионе ”

домашними делами. Во-вторых, некоторые респонденты отметили большее чувство национального единства. Респонденты отметили, что COVID-19 представляет собой общую угрозу для всех и оказывает объединяющее воздействие, особенно на межэтнические отношения. Последнее особенно ярко проявилось в интервью с этническими меньшинствами в Узбекистане.

Важно отметить, что лишь немногие респонденты подняли вопрос о физическом здоровье, например, о прямой угрозе вируса COVID-19. Очевидно, это связано с тем, что опросы проводились в мае-июне, в то время как вспышка новых случаев и смертей был зафиксирован в июле.

Результаты интервью с производителями контента

Качественные глубинные интервью с производителями контента свидетельствуют о росте спроса среди уязвимых сообществ на доступ к жизненно важной информации (например, пакеты мер социально-экономической поддержки, здравоохранение, ограничения на поездки) через различные медиа-платформы. Тот факт, что трудовые мигранты регулярно освещались в СМИ, позволяет предположить, что социально-экономическое воздействие пандемии COVID-19 на эту целевую группу было очень высоким. Это также показывает уровень взаимодействия между трудовыми мигрантами и производителями контента. Журналисты часто сообщали о производстве большего количества социально ориентированных сюжетов, особенно о сообществе трудовых мигрантов. Уровень освещения трудовых мигрантов в национальных и местных СМИ был более высоким по сравнению с любым другим уязвимым сообществом в регионе. Кроме того, следует отметить, что подавляющее большинство СМИ освещали события в России, связанные с миграционным законодательством, ограничениями на поездки и другой соответствующей информацией для сезонных рабочих из Центральной Азии.

Мигранты являются большой аудиторией, потому что они должны проверять новости каждый день, они смотрят мои новости на Instagram. Люди из Москвы и других российских регионов. Мигранты очень интересуются тем, что происходит на родине и что меняется для них. (Таджикистан, женщина, онлайн-СМИ).

Важным изменением, которое также произошло в этот период, является доступ к финансированию. Независимые СМИ по всей Центральной Азии выразили обеспокоенность по поводу финансовых трудностей, с которыми они сталкиваются из-за ограниченного рекламного рынка и экономического кризиса, связанного с COVID-19. Регулярно сообщалось, что ограниченный доступ к финансированию в сочетании с законодательством, которое блокирует иностранную финансовую поддержку, в конечном итоге приведет к закрытию нескольких СМИ. Отсутствие

плюрализма в СМИ может повлиять не только на уязвимые сообщества, но и на население в целом с точки зрения доступа к беспристрастной и точной информации.

Двумя темами, которые получили широкое освещение в СМИ во всех четырех странах во время пандемии, был рост насилия в семье и цифровое исключение женщин с точки зрения доступа к информации.

Мы много говорили о домашнем насилии и гендерных вопросах. Был резкий рост. Люди приходили в нашу редакцию и говорили о своих ежедневных проблемах. Мы всегда находили способ помочь им быть услышанными. (Таджикистан, мужчина, радио).

Следует отметить, что позитивные сдвиги произошли и во время пандемии COVID-19. Например, кризис привел к усилению взаимодействия между производителями контента и аудиторией через социальные сети, включая обратную связь с гражданами и взаимодействие посредством телефонных звонков в редакции новостных программ. Сообщалось, что цель заключалась либо в запросе информации в отношении социально-экономической поддержки во время пандемии COVID-19, либо в повышении осведомленности об их потребностях и проблемах на примере отдельных людей.

Журналисты осознали, что журналистика является мощным инструментом, способным привести изменения, особенно во время пандемии. Мы говорили о плохих вещах, которые происходят, и правительство должно было обратить на это внимание. (Узбекистан, женщина, онлайн-СМИ).

“ кризис привел к усилению взаимодействия между производителями контента и аудиторией через социальные сети ”

Подведение итогов: Социально-экономические последствия COVID-19

Все методы исследования, применяемые в данном исследовании, в совокупности указывают на то, что наименее образованные, беднейшие и наиболее уязвимые сообщества во всей Центральной Азии продолжают страдать от наиболее тяжелых последствий пандемии COVID-19. Беженцы и лица без гражданства остаются наиболее уязвимым сообществом во всем регионе, и страдают в непропорционально большом количестве по сравнению с любым другим сообществом. В то время как этнические меньшинства и трудовые мигранты также сталкиваются с серьезными социально-экономическими последствиями, следует отметить, что СМИ гораздо меньше освещают положение, в котором оказались беженцы и лица без гражданства. Этнические меньшинства, и особенно трудовые мигранты, были хорошо представлены в большинстве СМИ (включая социальные сети) во время пандемии COVID-19, несмотря на то, что они столкнулись с очень серьезными экономическими последствиями.

“ женщины страдают в пропорциональном отношении больше в зависимости от уровня их доходов, образования и от того, принадлежат ли они к уязвимым сообществам ”

Количественные данные свидетельствуют об уровне безработицы, который может дестабилизировать социально-политическую обстановку и привести к беспорядкам в ряде стран. Дальнейший углубленный анализ, проведенный в ходе качественных интервью, показал, что уязвимым сообществам не была оказана какая-либо значимая экономическая поддержка государством. Аналогичным образом, важным выводом остается то, что воздействие экономического и политического кризисов на психическое здоровье представляет большую опасность. Что касается гендерного аспекта, то интервью с производителями контента показывают широкий охват проблем, включая домашнее насилие, в то время как качественные данные указывают на то, что гендерная проблематика является более сложной. Менее освещенной новостной историей по-прежнему остается то, что уровни гендерного неравенства связаны с уровнями уязвимости, что означает, что женщины страдают в пропорциональном отношении больше в зависимости от уровня их доходов, образования и от того, принадлежат ли они к уязвимым сообществам. Один из наиболее экстремальных случаев отмечается в Таджикистане, где сообщаемый уровень безработицы среди женщин из уязвимых сообществ непропорционально выше, чем стандартный уровень безработицы среди женщин.³

Практически не было уделено внимания в СМИ тому факту, что во время COVID-19 городские уязвимые сообщества могут столкнуться с большим количеством трудностей, чем сельские сообщества. Опросы показывают, что предварительные представления о "сельской бедности" могут искажать мнения о реальности городской бедности среди уязвимых сообществ. Интервью с производителями контента, однако, отметили и другие серьезные трудности, с которыми столкнулись СМИ и новостные агентства в Центральной Азии во время COVID-19. Они сообщили, что экономические последствия пандемии ощущались в виде сокращения финансирования свободных и беспристрастных СМИ, упомянув при этом, что правительства регулярно вводили ограничения в отношении независимых медиагрупп и СМИ.

³ World Bank (2020) Unemployment, female (% of female labor force) (national estimate). Доступно на: https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.FE.NE.ZS?locations=TJ&most_recent_value_desc=false



| Глава 3 |

Тенденции и модели медиапотребления в Центральной Азии

Беженцы и лица без гражданства, этнические меньшинства и трудовые мигранты потребляют медиа и информацию с результатами, свидетельствующими о четких закономерностях и тенденциях. Это измерялось в ходе исследования с использованием смешанных методов и качественных, количественных данных, включая данные, полученные от производителей контента. В следующих трех разделах представлены результаты исследований, за которыми следует заключительный дискуссионный раздел с перекрестным сопоставлением.

Результаты опроса: уязвимые сообщества

Количественные данные показывают, что беженцы и лица без гражданства, этнические меньшинства и трудовые мигранты сообщают о значительных тенденциях, касающихся их медиапотребления, предпочтений тех или иных медиаплатформ, языков и доступа к информации или ограничениям.

Что касается медиапотребления, то высокая степень зависимости всех целевых групп от социальных сетей и телевидения по сравнению с обменом информацией между людьми и газетами или радио, указывает на то, что уязвимые сообщества в равной степени подвержены влиянию меняющегося цифрового медиаландшафта. Разрыв между использованием телевидения и социальных сетей в основном обусловлен возрастом, при этом пожилые люди смотрят телевидение больше, чем молодые.

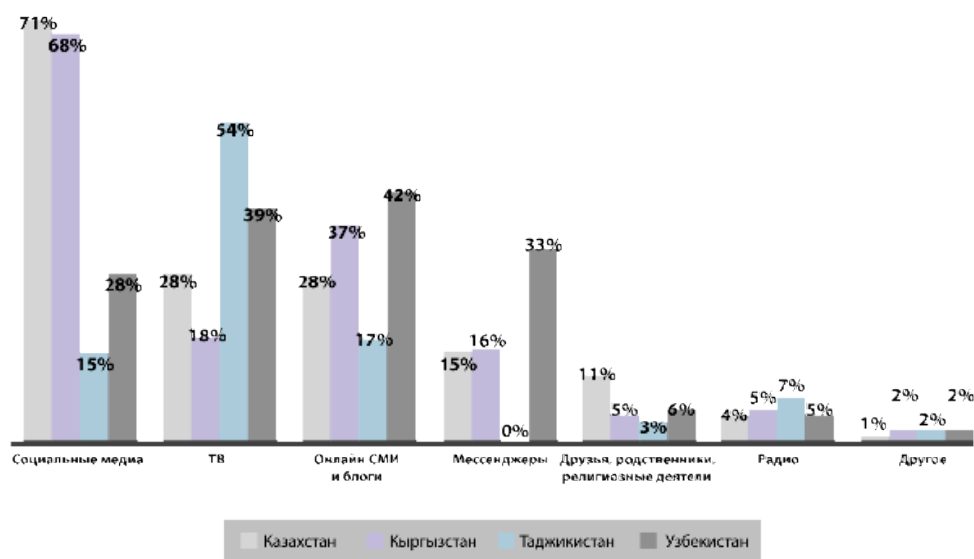
В Центральной Азии 57% лиц без гражданства сообщают, что телевидение является их основным источником информации, в то время как 43% используют социальные сети, 20% – онлайн-СМИ и блоги, а 18% – мессенджеры для доступа к информации и новостям. Только 5% получают информацию через родственников, религиозных деятелей или друзей, в то время как 4% слушают радио и 1% читают газеты.

Этнические меньшинства по всей Центральной Азии в основном используют социальные сети (46%) для доступа к информации, за которыми следуют новости и блоги в интернете (33,5%) и телевидение (33%). Наибольшее использование социальных сетей отмечается в Казахстане (69%) и Кыргызстане (52%), в то время как наибольшее использование телевидения – в Таджикистане (52%). В Узбекистане использование мессенджеров чрезвычайно популярно среди этнических меньшинств (55%), в то время как среди трудовых мигрантов они пользуются умеренной популярностью (33%).

“ уязвимые сообщества в равной степени подвержены влиянию меняющегося цифрового медиаландшафта ”

“ Только 5% получают информацию через родственников, религиозных деятелей или друзей, в то время как 4% слушают радио и 1% читают газеты ”

Диаграмма 3. Основной источник информации для трудовых мигрантов в Центральной Азии согласно их сообщениям (ниже)

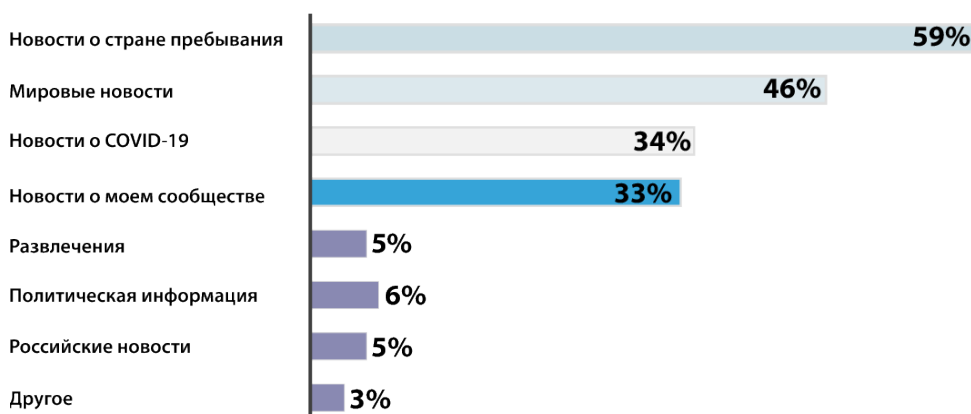


“ гораздо большее количество трудовых мигрантов получают информацию через социальные сети в Казахстане (71%) и Кыргызстане (68%) по сравнению с Таджикистаном (15%) и Узбекистаном (28%) ”

Трудовые мигранты по всей Центральной Азии сообщают об аналогичном использовании социальных сетей (45,5%) для доступа к информации, а также онлайн-новостей и блогов (31%) и телевидения (35%). Существуют заметные различия в зависимости от страны происхождения трудовых мигрантов, так как гораздо большее количество трудовых мигрантов получают информацию через социальные сети в Казахстане (71%) и Кыргызстане (68%) по сравнению с Таджикистаном (15%) и Узбекистаном (28%). В Казахстане число трудовых мигрантов, использующих телевидение для потребления информации также значительно выше – 28%, по сравнению лишь с 17% этнических меньшинств в Казахстане. Среди всех уязвимых целевых групп наблюдается устойчивая тенденция: очень низкий уровень доверия к радио, газетам и/или обмену информацией между людьми для потребления информации.

Что касается платформ, используемых для получения доступа к новостям и информации тремя целевыми группами, то были отмечены следующие результаты.

Диаграмма 4. Вид информации, полученной среди беженцев и лиц без гражданства в Центральной Азии (ниже).



“ Пятьдесят девять процентов заинтересованы в получении новостей о стране своего проживания, в то время как 46% сообщили об интересе к мировым новостям. Только 5% сообщили об интересе к российским новостям и 6% – к политической информации ”

“ В Узбекистане о Telegram как о предпочитаемом источнике новостей сообщило большинство этнических меньшинств (50%) и значительное меньшинство трудовых мигрантов (29%) ”

В Центральной Азии беженцы и лица без гражданства чаще всего пользовались "Instagram" (24%), за которым следовали афганский телеканал "Tulu Television" (14%) и "WhatsApp" (12%). Пятьдесят девять процентов заинтересованы в получении новостей о стране своего проживания, в то время как 46% сообщили об интересе к мировым новостям. Только 5% сообщили об интересе к российским новостям и 6% – к политической информации. Тридцать три процента выразили интерес к получению новостей о своем сообществе, а 34 процента – к новостям о COVID-19.

Этнические меньшинства (60%) и трудовые мигранты (63%) в Казахстане сообщили о чрезвычайно высоком уровне использования Instagram, в то время как в Кыргызстане Instagram также был очень популярен среди этнических меньшинств (50%) и трудовых мигрантов (61%). В Узбекистане о Telegram как о предпочитаемом источнике новостей сообщило большинство этнических меньшинств (50%) и значительное меньшинство трудовых мигрантов (29%). Вторым по популярности источником новостей среди трудовых мигрантов (26%) в Узбекистане является вебсайт Kun.uz.

Этнические меньшинства в Кыргызстане (50%), Казахстане (53%) и Узбекистане (68%) заинтересованы в получении информации о стране своего проживания. Девяносто восемь процентов трудовых мигрантов Таджикистана ищут информацию о своем сообществе. Аналогично, 63% трудовых мигрантов в Казахстане, 57% трудовых мигрантов в Узбекистане и 43% трудовых мигрантов в Кыргызстане заинтересованы в получении новостей о стране своего проживания, в то время как 42% трудовых мигрантов Кыргызстана отметили интерес к получению мировых новостей. Девяносто восемь процентов трудовых мигрантов Таджикистана заинтересованы в получении информации о своем конкретном сообществе.

Что касается социальных сетей и мессенджеров, то они свидетельствуют о том, что Instagram и Вконтакте широко используются среди беженцев и лиц без гражданства, этнических меньшинств и трудовых мигрантов по всей Центральной Азии.

Наиболее популярной социальной сетью среди беженцев и лиц без гражданства в Центральной Азии является Instagram (53%), далее следуют Вконтакте (36%), Facebook (28%) и Одноклассники (17%). Одиннадцать процентов сообщили, что не пользуются социальными сетями.

Наиболее популярной социальной сетью среди этнических меньшинств в Центральной Азии является Instagram (65,5%), за ним следует Вконтакте (46%). В Казахстане (83%) и Кыргызстане (78%) большинство этнических меньшинств использовали Instagram. Были отмечены значительные различия относительно социальных сетей и стран, так 63% этнических меньшинств в Узбекистане

“ Приведенные выше результаты следует рассматривать сквозь дополнительную призму гендера, дохода, возраста, разрыва между городом и деревней, когда речь идет о понимании медийных предпочтений и платформ ”

“ Респонденты с низкими доходами из целевых групп этнических меньшинств и трудовых мигрантов в 42% случаев указали телевидение в качестве основного источника информации, что остается значительно выше среднего показателя ”

сообщили об использовании Facebook, в то время как во всех других странах менее 30% сообщили об использовании Facebook. В Таджикистане 89% этнических меньшинств сообщили об использовании "ВКонтакте", в то время как только 52% используют его в Казахстане, 18% в Кыргызстане и 25% в Узбекистане.

Самой популярной социальной сетью среди трудовых мигрантов в Центральной Азии также является Instagram, 85% из которых используют его в Казахстане и 84% в Кыргызстане. В Таджикистане (97%) также сообщили о чрезвычайно высоком уровне использования "ВКонтакте" среди трудовых мигрантов, в то время как 46% трудовых мигрантов в Узбекистане сообщили, что не пользуются социальными сетями, а предпочитают мессенджеры. Необычно высокий уровень использования Twitter среди трудовых мигрантов также был отмечен в Узбекистане (43%).

Семьдесят три процента беженцев и лиц без гражданства в Центральной Азии используют WhatsApp в качестве предпочитаемого мессенджера, 43 процента – Telegram, и 7 процентов – Мой Мир и Viber.

Наиболее популярные мессенджеры среди этнических меньшинств и трудовых мигрантов в Центральной Азии относительно схожи. Обе целевые группы предпочитают WhatsApp во всех странах, колеблясь от 81% до 97%, в то время как более 90% обеих целевых групп в Узбекистане предпочитают Telegram. В Таджикистане обе целевые группы сообщили, что "Другие мессенджеры" являются вторым наиболее предпочтительным вариантом, а это означает, что новые или изменяющиеся мессенджеры используются более целенаправленно, что не могло быть учтено в данном исследовании.

Пятьдесят шесть процентов опрошенных беженцев и лиц без гражданства пользуются мобильным интернетом. Семьдесят один процент этнических меньшинств в Казахстане и 75% меньшинств в Узбекистане пользуются обоими типами интернета, в то время как 60% меньшинств в Кыргызстане и 83% меньшинств в Таджикистане пользуются мобильным интернетом. Пятьдесят три процента трудовых мигрантов в Казахстане и 50% мигрантов в Узбекистане используют оба типа интернета для получения информации, в то время как 95% таджикских трудовых мигрантов и 73% кыргызских трудовых мигрантов пользуются мобильным интернетом.

Приведенные выше результаты следует рассматривать сквозь дополнительную призму гендера, дохода, возраста, разрыва между городом и деревней, когда речь идет о понимании медийных предпочтений и платформ. Например, этнические меньшинства в сельской местности (49%) и мигранты, проживающие в сельской местности (41%), используют телевидение в качестве основного источника информации. Респонденты с низкими доходами из целевых групп этнических меньшинств и трудовых мигрантов

“ 37% опрошенных мужчин проявили интерес к общественным новостям, что значительно выше (на 19% больше), чем уровень интереса к общественным новостям среди женщин ”

“ 57% предпочитают смотреть новости на кыргызском языке, в то время как 58% слушают новости на кыргызском и 60% читают новости на кыргызском ”

в 42% случаев указали телевидение в качестве основного источника информации, что остается значительно выше среднего показателя. Instagram – основная социальная сеть, используемая среди опрошенной молодежи Узбекистана в возрасте 18-25 лет и 26-30 лет. Семьдесят семь процентов в возрастной группе от 18 до 25 лет используют эту медиа-платформу, в то время как этот показатель снижается до 63 процентов при наблюдении за ответами представителей возрастной группы от 26 до 30 лет.

В гендерном аспекте заметно, что 37% опрошенных мужчин проявили интерес к общественным новостям, что значительно выше (на 19% больше), чем уровень интереса к общественным новостям среди женщин. Опрошенные мужчины чаще пользуются мобильным интернетом (60%), в то время как женщины регулярно пользуются обоими видами интернета (52%). Этнические меньшинства в городской среде на 36% чаще пользуются обоими видами интернета для получения информации. Опрошенные женщины из числа этнических меньшинств в Таджикистане предпочитают читать новости на таджикском языке (42%), в то время как та же целевая группа в Таджикистане для мужчин в основном предпочитает читать новости на русском языке (40%).

Особенно актуальными были следующие выводы касательно ограничений в интернете. Тридцать шесть процентов опрошенных беженцев и лиц без гражданства сообщили об ограничениях пользования интернетом в стране своего проживания, в то время как 56% опрошенных представителей этнических меньшинств в Казахстане и 50% представителей этнических меньшинств в Таджикистане указали, что сталкиваются с ограничениями в доступе к интернету во время поиска информации. Интересно, что трудовые мигранты из Казахстана в возрасте 31-35 лет на 18% чаще сталкиваются с ограничениями доступа в интернете, чем трудовые мигранты в возрасте 26-30 лет.

Что касается языка, то предпочтение в потреблении информации среди целевых групп неизменно отдается русскому языку, за исключением Таджикистана и Узбекистана. Исключение, однако, можно увидеть при учете уровня доходов. Например, кыргызский язык является основным языком получения новостей среди опрошенных трудовых мигрантов в Кыргызстане с низким уровнем доходов. В данном конкретном случае 57% предпочитают смотреть новости на кыргызском языке, в то время как 58% слушают новости на кыргызском и 60% читают новости на кыргызском. При разбивке по гендеру и языку в целом, опрошенных женщин, знающих английский язык, на 15% больше, чем мужчин.

Результаты интервью с представителями уязвимых сообществ

В целом, респонденты глубинных интервью упомянули о различных медиапредпочтениях, включая традиционные СМИ (например,

“ существует явное расхождение между двумя группами: теми, кто предпочитает телевидение, и теми, кто предпочитает онлайн-медиа источники ”

телевидение, радио, газеты), а также онлайн-СМИ (например, веб-сайты, социальные сети, мессенджеры). Приоритет, однако, явно отдавался двум источникам: телевидению и интернету. Радио и газеты упоминаются гораздо меньше, в то время как ответы респондентов указывают на три основные тенденции с точки зрения медиапотребления во всей Центральной Азии.

Во-первых, существует явное расхождение между двумя группами: теми, кто предпочитает телевидение, и теми, кто предпочитает онлайн-медиа источники. Одной из разделительных линий, по-видимому, выступает возраст, что является существенным выводом. Во всех странах Центральной Азии отмечается, что старшие возрастные группы больше полагаются на телевидение в целом. Это отчасти объясняется их техническими навыками (например, неспособностью управлять мобильными телефонами или компьютерами), а отчасти тем, что они гораздо лучше знакомы с телевизионной информацией.

Я думаю, что информация на телевидении и в газетах предоставляется в "более мягкой" форме. Молодежь, которая пользуется интернетом, может смотреть не только новости, но и, скажем, прямые трансляции. Там ситуация представляется такой, какая она есть на самом деле. Значит, молодежь узнает больше, чем пожилое население, я думаю. (Казахстан, женщина, 32 года).

Еще одна разделительная линия – вопрос доверия. Сторонники как телевидения, так и интернета имеют твердые взгляды на то, каким типам СМИ можно доверять больше. Недоверие к онлайн-СМИ подпитывается ощущением того, что создавать новости слишком легко, и нет никого, кто бы обеспечивал надежность того, что появляется в интернете. В свою очередь, те, кто не доверяет телевизионной информации, утверждает, что этот тип СМИ находится в руках правительства, которое может намеренно исказить информацию, например, количество случаев COVID-19. Доверие к телевидению, по-видимому, намного выше в Узбекистане и Казахстане по сравнению с Кыргызстаном и Таджикистаном.

Во-вторых, в Центральной Азии наблюдается заметное распространение онлайн-СМИ. Даже те, кто предпочитает телевизионную информацию, склонны упоминать интернет-источники, и респонденты сообщают об использовании различных онлайн-СМИ. Первая группа – это мессенджеры. Чаще всего упоминаются Telegram, особенно в Узбекистане. Респонденты из Кыргызстана и Таджикистана регулярно упоминают WhatsApp, Viber и Skype. Вторая группа онлайн-СМИ – это социальные сети. К ним относятся Facebook и Instagram (оба они упоминаются более регулярно), а также Вконтакте, который чаще всего упоминается в Казахстане. Наконец, обсуждаются и сайты, в том числе в основном местные информационные агентства, а также международные, такие как CNN, BBC, новостной сервис Google, а также более

специализированные сайты о COVID-19, такие как Ресурсный центр по коронавирусу при Университете Джонса Хопкинса.

“ существует явный пробел в отношении местных новостей на местных/родных языках среди большинства этнических меньшинств, беженцев и лиц без гражданства ”

В-третьих, этнические меньшинства в основном сообщают, что у них нет доступа к местным СМИ или информации на их местных языках, за исключением этнических русских. Однако следует отметить, что многие респонденты не упоминали об этом как о проблеме по двум причинам. Это объясняется тем, что этнические меньшинства, а также беженцы и лица без гражданства часто говорят либо на основном местном центральноазиатском языке, либо на русском, который является достаточным для потребления новостей. Русский язык, по-видимому, особенно распространен, и достаточен для большинства респондентов из всех целевых групп. Доступ к интернету также позволяет людям легче получать доступ к новостям на различных языках. В результате можно отметить, что афганские беженцы смотрят телевизионные каналы в Афганистане через интернет, и аналогичным образом турецкий, персидский и другие СМИ потребляются соответствующими группами через интернет. Тем не менее, вышеприведенные результаты свидетельствуют о том, что существует явный пробел в отношении местных новостей на местных/родных языках среди большинства этнических меньшинств, беженцев и лиц без гражданства.

Результаты интервью с производителями контента

Результаты углубленных интервью с производителями контента, показывают, что в регионе наблюдается быстрое распространение онлайн-СМИ. Это также говорит о том, что, несмотря на существующие правительственные ограничения, ограничительные меры в отношении онлайн-СМИ несколько смягчены. Это также говорит о том, что онлайн-СМИ становятся все более популярными, особенно среди молодежи. Кроме того, такие новые медийные средства остаются единственной платформой, на которой журналисты-фрилансеры могут публиковать свой контент.

“ СМИ используют видео, сторис на Instagram, видео в прямом эфире, картинки с цитатами и короткие текстовые рассказы, чтобы привлечь внимание, особенно среди молодежных групп ”

Во всех четырех целевых странах социальные сети являются самым большим источником информации для молодежи. В свою очередь, журналисты также все чаще отдают им предпочтение в целях привлечения внимания и охвата аудитории.

Instagram, YouTube, Facebook, Twitter и TikTok являются одними из самых популярных социальных медиаплатформ в регионе, особенно среди молодежи. СМИ используют видео, сторис на Instagram, видео в прямом эфире, картинки с цитатами и короткие текстовые рассказы, чтобы привлечь внимание, особенно среди молодежных групп.

Мы должны были больше переключаться на онлайн-способы, COVID-19 способствовал этому. Мы начали делать больше коротких видео и визуальных материалов на Instagram и Tel-

egram. Наша аудитория предпочитает меньше читать и больше взаимодействовать через комментарии и "лайки". (Кыргызстан, женщина, пресса).

“ Такие коммуникационные приложения, как WhatsApp, Одноклассники и Telegram, используются журналистами в целях распространения информации ”

Такие коммуникационные приложения, как WhatsApp, Одноклассники и Telegram, используются журналистами в целях распространения информации для получения обратной связи и взаимодействия со своей аудиторией.

Что касается ограничений в отношении СМИ, то сообщается о трудностях при получении информации и взаимодействии с должностными лицами во всех четырех странах. Должностные лица склонны предъявлять иски и привлекать к ответственности журналистов, особенно когда последние расследуют случаи коррупции или когда сообщаемый контент считается чувствительным с точки зрения национальной специфики (например, межэтническая напряженность, религиозная принадлежность, COVID-19). Кыргызстан имеет относительно ограниченную цензуру и остается исключением из этого правила. Однако новый законопроект "О манипулировании информацией" (принятый в июне месяце кыргызским парламентом в третьем чтении), скорее всего, позволит властям блокировать веб-сайты, которые по их мнению содержат недостоверную информацию, без судебного решения.¹ В Казахстане, Узбекистане и Таджикистане журналисты, работающие на государственные СМИ, продолжают бороться за доступ к информации. Государственные органы во всех трех странах неохотно сотрудничают с журналистами и часто препятствуют информационным потокам и предоставлению данных, вызывающих общественный интерес.

“ Иногда существует географическо-лингвистическая связь, в которой новости на русском языке преобладают в городских центрах, в то время как в сельской местности более распространены СМИ, предоставляющие новости на местных языках. Английский язык и местные/родные языки меньшинств, ориентированные на этнические группы, используются редко ”

Большая часть новостей и информации предоставляется на русском языке или на одном из местных национальных языков. Иногда существует географическо-лингвистическая связь, в которой новости на русском языке преобладают в городских центрах, в то время как в сельской местности более распространены СМИ, предоставляющие новости на местных языках. Английский язык и местные/родные языки меньшинств, ориентированные на этнические группы, используются редко.

Те, кто не говорит по-русски, они в основном в сельской местности, поэтому у меня нет доступа к местным меньшинствам из-за того, что я пишу по-русски. (Узбекистан, мужчина, онлайн-СМИ).

Наиболее заметным отличием с точки зрения медиапотребления является возраст. Прессе, радио и телевидению в основном отдают предпочтение пожилые люди, большинство из которых сообщают, что все еще доверяют традиционным СМИ. Однако пресса быстро уступает место телевизионным и онлайн-СМИ, поскольку

¹ IWPR (2020) Internet Censorship Looms in Kyrgyzstan. Доступно на: <https://iwpr.net/global-voices/internet-censorship-looms-kyrgyzstan>.

цифровая эра стимулирует новые тенденции в освещении новостей. Молодые поколения в основном полагаются на социальные сети и мессенджеры для получения информации и новостей.

Подведение итогов: Тенденции и модели потребления СМИ в Центральной Азии

“ Использование социальных сетей и мессенджеров в сочетании с тем фактом, что большинство беженцев и лиц без гражданства, этнических меньшинств и трудовых мигрантов пользуются мобильным интернетом, свидетельствует о переходе к новостному контенту, удобному для потребления с мобильного ”

Результаты качественных и количественных интервью, проведенных в регионе, показывают, что в Центральной Азии предпочтение отдается онлайн-СМИ и телевидению. Все методы исследования показывают, что телевидение остается популярным среди пожилых людей, в то время как молодежь полагается на онлайн-СМИ, включая социальные сети и мессенджеры для доступа к информации. В целом, очевидно, что радио, газеты и обмен информацией между людьми остаются ограниченными.

Что касается потребления контента, то количественные данные свидетельствуют об отсутствии интереса к новостям из России среди всех целевых групп, что подтверждается и данными глубинных интервью с производителями контента. Аналогичным образом, существует высокий процент потребления новостей о стране их проживания или местном сообществе. Удивительно, но новости о COVID-19 не пользуются спросом среди уязвимых сообществ, что, как полагают, объясняется общей негативностью и беспокойством, вызванными этой темой.

Широкое и растущее использование онлайн-СМИ неоднократно отмечается в каждой целевой группе. Во всех целевых группах широко используются такие социальные сети, как Instagram и Вконтакте (особенно для беженцев, лиц без гражданства и этнических меньшинств), а также мессенджеры, такие как Telegram (Узбекистан) и WhatsApp (Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан). Оба типа онлайн-СМИ (социальные сети и мессенджеры) одинаково важны для производителей и потребителей контента, поскольку они позволяют аудитории давать обратную связь, а журналистам – охватывать более широкую аудиторию.

Использование социальных сетей и мессенджеров в сочетании с тем фактом, что большинство беженцев и лиц без гражданства, этнических меньшинств и трудовых мигрантов пользуются мобильным интернетом, свидетельствует о переходе к новостному контенту, удобному для потребления с мобильного. Углубленные интервью с производителями контента также указывают на то, что онлайн-СМИ следуют этой тенденции, продвигая свою работу через наиболее популярные социальные сети и мессенджеры.

Несмотря на то, что количественные данные и глубинные интервью с производителями контента выявляют языковой разрыв, при котором русский язык является лингва франка, качественные данные говорят о том, что уровень владения русским языком среди

уязвимых групп населения достаточный. Тем не менее, из данных ясно, что языковой разрыв существует, что наиболее заметно в Узбекистане и Таджикистане.



| Глава 4 |

Воздействие COVID-19 на медиапотребление

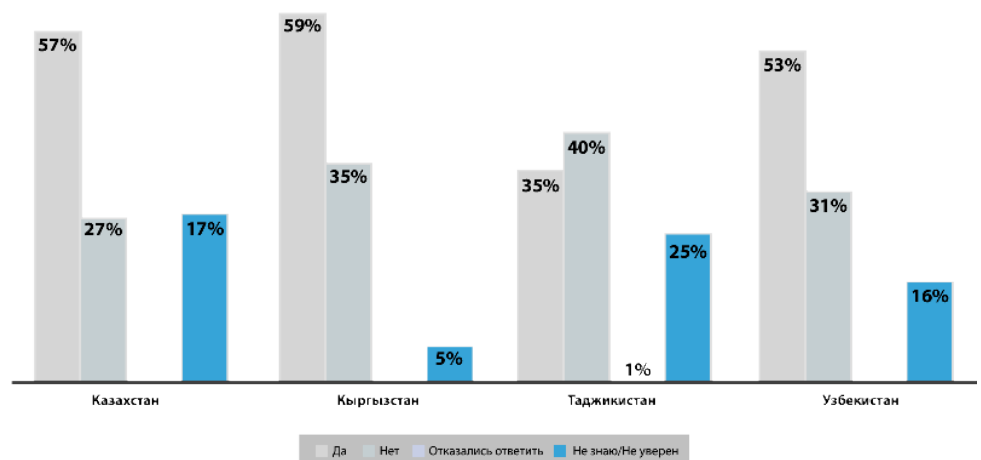
COVID-19 оказало влияние на медиапотребление и доверие среди беженцев и лиц без гражданства, этнических меньшинств и трудовых мигрантов. Это влияние измерялось в ходе исследования с использованием смешанных методов и качественных, количественных данных, включая краткосрочные и долгосрочные социально-экономические последствия и данные, полученные от производителей контента. В следующих трех разделах представлены результаты, за которыми следует заключительный дискуссионный раздел с перекрестным сопоставлением.

Результаты опроса: уязвимые сообщества

Количественные данные свидетельствуют как о существенном сходстве, так и о расхождениях с точки зрения медиапотребления целевыми группами и доверия к информации во время COVID-19 во всех четырех центральноазиатских странах.

Как правило, все целевые группы сообщили о высоком уровне доверия к информации в интернете во время пандемии COVID-19. Среди этнических меньшинств уровень доверия к информации в интернете был самым высоким в Узбекистане (55%) и самым низким в Казахстане (41%). Интересно, что как этнические меньшинства в Казахстане (25%), так и в Узбекистане (23%) сообщают о высоком уровне неопределенности (например, "Не знаю/не уверен") при ответе на вопрос о том, доверяют ли они информации в интернете.

Диаграмма 5. Уровень доверия к информации в интернете среди трудовых мигрантов в Центральной Азии (ниже).



Среди трудовых мигрантов тенденция несколько иная, так как средний уровень доверия к информации в интернете во время COVID-19 по региону выше, в то время как уровень неопределенности ниже, за исключением Таджикистана, на

“ в Казахстане 57% трудовых мигрантов доверяют информации в интернете, в то время как самый высокий уровень доверия в Кыргызстане – 59%. В целом, женщины-трудоустроенные мигранты продемонстрировали гораздо более высокий уровень доверия к информации в интернете – 63% по сравнению с мужчинами и общим средним показателем в 51% ”

“ и трудовые мигранты, и этнические меньшинства в подавляющем большинстве получают информацию о COVID-19 в социальных сетях, онлайн-СМИ и блогах ”

уровне 25%. Например, в Казахстане 57% трудовых мигрантов доверяют информации в интернете, в то время как самый высокий уровень доверия в Кыргызстане – 59%. В целом, женщины-трудоустроенные мигранты продемонстрировали гораздо более высокий уровень доверия к информации в интернете – 63% по сравнению с мужчинами и общим средним показателем в 51%.

Представителям всех целевых групп был задан также вопрос об использовании информации из государственных СМИ и доверии, которое они приписывают такой информации.

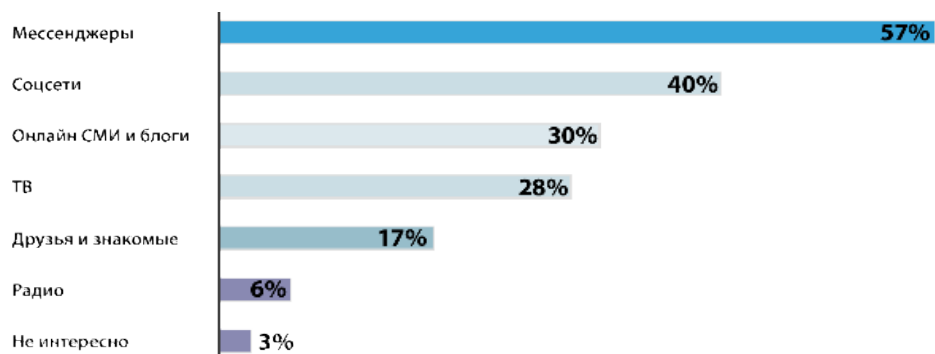
Шестьдесят три процента беженцев и лиц без гражданства в регионе сообщили, что они получают информацию из контролируемых государством СМИ, в то время как средний показатель использования контролируемых государством новостей среди этнических меньшинств в регионе составляет 55%. В Узбекистане (64%) и Казахстане (61%) сообщили о самом высоком уровне потребления государственных СМИ этническими меньшинствами, в то время как большинство этнических меньшинств в Таджикистане (55%) и Кыргызстане (52%) сообщили о том, что не пользуются государственными СМИ. Этнические меньшинства региона сообщили об очень высоком уровне доверия к СМИ, контролируемым государством: от 66% в Казахстане до 79% в Узбекистане. Средний уровень доверия среди этнических меньшинств, которые сообщили об использовании государственных СМИ в регионе, составил 73%.

Трудовые мигранты сообщили о несколько более высоком уровне использования СМИ, контролируемых государством, во всем регионе – 59%, при этом 67% трудовых мигрантов в Казахстане подтвердили использование СМИ, контролируемых государством, за ними следуют Узбекистан (61%) и Кыргызстан (60%). Таджикистан был единственной страной, где сообщили о незначительном большинстве трудовых мигрантов, заявивших, что они не пользуются государственными СМИ (51%). Трудовые мигранты по всему региону также сообщили об очень высоком уровне доверия к СМИ, контролируемым государством: от 68% в Казахстане до 86% в Узбекистане. Средний уровень доверия трудовых мигрантов к СМИ, контролируемым государством, по региону составляет 77%, в то время как средний уровень доверия трудовых мигрантов к информации в интернете – 51%.

На вопрос о том, каким образом целевые группы находят источники информации о COVID-19 одинаково ответили как этнические меньшинства, так и трудовые мигранты в Казахстане и Кыргызстане. В обеих странах и трудовые мигранты, и этнические меньшинства в подавляющем большинстве получают информацию о COVID-19 в социальных сетях, онлайн-СМИ и блогах. В случае Узбекистана и Таджикистана существуют заметные различия между трудовыми мигрантами и этническими меньшинствами в том, как они получают

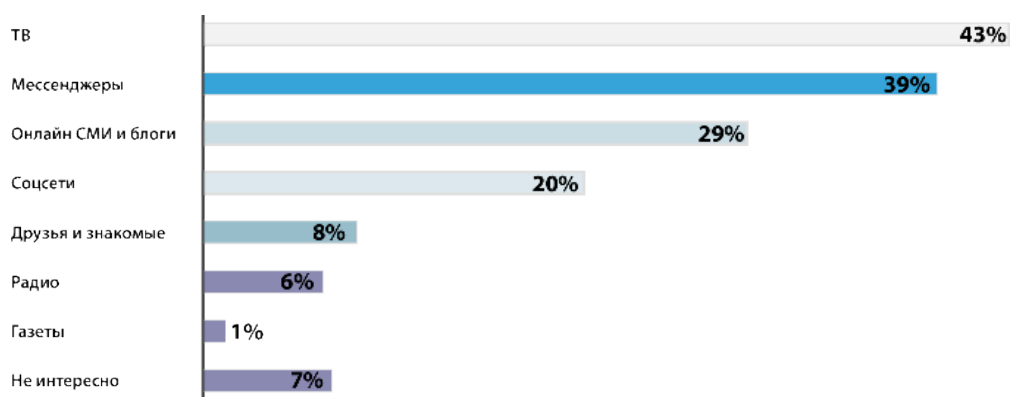
доступ к информации о COVID-19.

Диаграмма 6. Заявленные источники информации о COVID-19 среди этнических меньшинств в Узбекистане (ниже)



“ для получения информации о COVID-19 в Узбекистане 57% этнических меньшинств используют мессенджеры, в то время как 43% трудовых мигрантов используют телевидение ”

Диаграмма 7. Заявленные источники информации о COVID-19 среди трудовых мигрантов в Узбекистане (см. ниже).



“ Предпочтение, отдаваемое радио и телевидению, резко возрастает (60%+), когда учитываются только сельские мигранты и этнические меньшинства по всему региону ”

Например, для получения информации о COVID-19 в Узбекистане 57% этнических меньшинств используют мессенджеры, в то время как 43% трудовых мигрантов используют телевидение. Гораздо меньшее число трудовых мигрантов в Узбекистане (39%) используют мессенджеры для получения информации о COVID-19. Что касается получения информации от родственников, то сравнительные данные в Узбекистане ясно показывают, что трудовые мигранты гораздо реже рассчитывают на друзей и родственников, предположительно из-за расстояния, по сравнению с этническими меньшинствами. В Таджикистане подавляющее большинство как трудовых мигрантов, так и этнических меньшинств получают доступ к информации о COVID-19 по радио и телевидению. Предпочтение, отдаваемое радио и телевидению, резко возрастает (60%+), когда учитываются только сельские мигранты и этнические меньшинства по всему региону.

Уровень заинтересованности в получении информации о COVID-19 из новостей, контролируемых государством, был относительно высоким как среди трудовых мигрантов, так и среди этнических меньшинств, что совпадает с предыдущими результатами об использовании в информационных целях СМИ, контролируемых государством. В Казахстане (61%), Таджикистане (71%) и

“общая политика "не выходить из дома/работать из дома" существенно повлияла на обычные коммуникационные каналы людей, увеличив их медиапотребление”

Узбекистане (78%) большинство респондентов из числа этнических меньшинств хотели бы получать информацию о COVID-19 из государственных СМИ. В Кыргызстане большинство (55%) этнических меньшинств заявили, что не хотят получать больше информации о COVID-19 из новостных источников, контролируемых государством. Трудовые мигранты во всех странах проявили схожий, но более высокий интерес к получению информации о COVID-19 из новостей, контролируемых государством, в то время как Кыргызстан продолжает оставаться исключением, так как примерно половина опрошенных респондентов из числа этнических меньшинств сказали, что не хотят получать информацию о пандемии COVID-19 из новостных источников, контролируемых государством.

Результаты интервью с представителями уязвимых сообществ

Самым большим влиянием кризиса COVID-19 на информационные тенденции является рост общего потребления новостей людьми. Это наблюдение было особенно заметно в течение первых месяцев пандемии, поскольку опрошенные сообщили о большом интересе к новостной информации, касающейся мер безопасности, лекарственных средств и статистики по COVID-19. Как представляется, два фактора имели решающее значение для развития этой тенденции. Во-первых, новый характер пандемии и уровни смертности резко повысили потребность людей в новой информации. Во-вторых, общая политика "не выходить из дома/работать из дома" существенно повлияла на обычные коммуникационные каналы людей, увеличив их медиапотребление.

Хотя рост потребления новостей, по-видимому, является общей тенденцией, два нюанса заслуживают внимания. Во-первых, рост потребления новостей коррелировал с более широким использованием новых СМИ (например, онлайн-источников информации). Респонденты, которые говорили о росте потребления новостей, также часто упоминали Telegram, WhatsApp и социальные сети в качестве источников новостей.

[До COVID-19] Я не подписывалась на страницы о новостях города. Я читала то, на что наталкивалась. Я подписалась на страницы в Instagram о ситуации в городе. После появления COVID-19 я начала следить за новостями. (Кыргызстан, женщина, представительница этнического меньшинства, 22 года).

Во-вторых, часто сообщалось о резком увеличении потребления новостей, за которым следовал спад в потреблении. Респонденты говорили об усталости от новостей о COVID-19, через несколько недель после начала пандемии. Эта тенденция подтверждает результаты других международных исследований, в которых аналогичным образом было установлено, что за первоначальным ростом часто следовало замедление медиапотребления. Comscore сообщил о 43,5 млрд. "цифровых посещений" в феврале, за которыми последовали 64,3 млрд посещений в апреле, а к концу

июля всего 56,9 млрд посещений.¹

Ну, в основном, да, [COVID-19] изменил способ чтения новостей. Так как я в основном черпал информацию из интернета, то теперь получается, что каждый сайт пихает мне информацию о коронавирусе. Это уже начинает меня беспокоить. Я просто отписался от некоторых изданий. Потому что слишком много новостей о коронавирусе. Те же самые новости, все об этом. Информация о коронавирусе просто нагнетает истерику. (Казахстан, мужчина, трудовой мигрант, 32 года)

“ лишь немногие знали о веб-сайтах, с помощью которых можно проверять факты ”

Вторым крупным воздействием пандемии COVID-19 на медиапотребление, по-видимому, является повышение осведомленности о ненадежности новостей (например, "фейковые новости"). Это относится как к феномену фейковых новостей, так и к уровню недоверия многих респондентов к официальной статистике. При обсуждении фейковых новостей респонденты в основном говорили об онлайн-СМИ. Многие респонденты из Кыргызстана и Таджикистана говорили о недостоверности статистики COVID-19, опубликованной правительством Таджикистана. Интересно, что существуют разные интерпретации данной темы. Некоторые респонденты утверждали, что правительственная статистика преуменьшает масштабы проблемы, в то время как другие предполагали, что правительство завышает статистику, чтобы привлечь больше внешней помощи.

Распространение фейковых новостей и недоверие к официальной статистике приводит к еще одному вопросу: как респонденты решали эту проблему? Интервью, проведенные в рамках настоящего исследования, не выявили ни одного подхода к тому, как респонденты обращаются с фейковой или ложной информацией. Некоторые респонденты говорили о том, что полагаются на "интуицию", и лишь немногие знали о веб-сайтах, с помощью которых можно проверять факты. Другие упомянули, что они полагаются на международные СМИ, включая BBC и CNN, для получения достоверной информации о пандемии COVID-19. Некоторые также упомянули, что они полагаются на специализированные веб-сайты по COVID-19, включая веб-сайт Всемирной организации здравоохранения.

[О COVID-19] Чтобы быть уверенной в правильности своих действий, я не должна полагаться на социальные сети, я не должна полагаться ни на чье слово, но я должна обращаться к достоверному веб-сайту (Таджикистан, женщина, беженка, 26 лет).

Интервью свидетельствуют о растущем спросе на то, чтобы СМИ предоставляли информацию не новостного характера.

¹ Comscore (2020) Revisited: Media Consumption during the Coronavirus Pandemic. Доступно на: <https://www.comscore.com/Insights/Blog/Revisited-Media-Consumption-during-the-Coronavirus-Pandemic>

“ Масштабы охвата COVID-19 вызвали повсеместную тревогу и страх, но в конечном итоге аудитория продемонстрировала потерю интереса ”

Сообщается, что это изменение является следствием усталости от новостей в результате пандемии. Среди категорий информации, которые пользовались большим спросом среди респондентов, были упомянуты более юмористические материалы, ресурсы для саморазвития, материалы, связанные с приготовлением пищи.

Наконец, пандемия COVID-19 помогла некоторым респондентам реализовать мобилизационный потенциал социальных сетей. В то время как многие критиковали фейковые новости (или "WhatsApp спам", как выразился один из респондентов) в онлайн-СМИ, один респондент напомнил, что именно в Telegram врачи создавали группы, чтобы давать советы для тех, кто не имел возможности получить медицинскую помощь в больницах.

Результаты интервью с производителями контента

Что касается производства контента, то пандемия COVID-19 продолжает выходить в заголовки. За исключением Таджикистана, с марта 2020 года новостные сообщения во всех четырех целевых странах в основном посвящены пандемии. Случай Таджикистана является исключительным в связи с тем, что только в конце апреля таджикские власти официально подтвердили первый случай COVID-19 в стране.²

Помимо Таджикистана, следует отметить, что журналисты из Казахстана, Кыргызстана и Узбекистана широко освещали COVID-19, предоставляя при этом информацию о действиях правительства по противодействию пандемии, включая статистические данные об инфицированных/умерших, подробности о карантине, санитарные инструкции и пакеты мер по оказанию помощи. Как традиционные СМИ, так и онлайн-новости сообщали об уровнях государственной и международной помощи, включая инструкции относительно доступа к ним.

Масштабы охвата COVID-19 вызвали повсеместную тревогу и страх, но в конечном итоге аудитория продемонстрировала потерю интереса.

Я стала много писать в своем Telegram канале, чтобы показать, как COVID-19 влияет на население, статистику и т.д. и во время первого карантина количество моих подписчиков росло очень быстро, потому что люди были заинтересованы. Затем, после июня, люди стали обращать на это меньше внимания, потому что хотели вернуться к своей обычной жизни. (Казахстан, женщина, телевидение/радио)

Пандемия COVID-19 вызвала активизацию взаимодействия между

² The Diplomat (2020) Tajikistan Finally confirms first case of COVID-19. 20 апреля [онлайн] Доступно на: <https://thediplomat.com/2020/04/zero-to-15-tajikistan-finally-confirms-first-cases-of-COVID-19/>

производителями контента и аудиторией традиционных СМИ (например, радио, телевидение и пресса) через социальные сети, а также посредством телефонных звонков в редакции новостей, с тем чтобы запросить дополнительную информацию в отношении COVID-19 или повысить осведомленность об их потребностях и проблемах.

У нас был специальный номер "горячей линии", по которому к нам обращались представители всевозможных уязвимых сообществ, чтобы поговорить с экспертами, юристами и получить консультацию. (Таджикистан, мужчина, радио)

Из всех уязвимых групп, сообщество трудовых мигрантов пользовалось большей популярностью у СМИ и на протяжении всей пандемии эта группа получила больше освещения в медиа. Это было особенно заметно в последние месяцы карантина и в СМИ освещалась информация о ситуации на границе, о находящихся в затруднительном положении мигрантах, о безработице, о законных правах, о репатриации из России.

Однако, как представляется, отсутствует "взаимодействие СМИ" с этническими меньшинствами, беженцами и лицами без гражданства. Это явление можно частично объяснить тем, что подавляющее большинство СМИ публикуют свои материалы на русском языке или на одном из национальных языков Центральной Азии. Это также объясняется отсутствием сообщений в СМИ на таких языках, как урду, пушту, дари и других местных языках. Среди опрошенных журналистов и производителей контента существует широкий консенсус, который подчеркивает, что это интересный языковой пробел, который должен быть восполнен. Они часто связывают это с большим количеством беженцев и лиц без гражданства в регионе. Также этот момент важен в отношении районов проживания меньшинств, где многие в основном говорят на языке меньшинства и могут чувствовать себя более комфортно на других языках, чем на русском.

Содействие предотвращению распространения дезинформации и фейковых новостей стало приоритетом для многих производителей контента. СМИ обратились к экспертам и специалистам в различных областях, чтобы повысить осведомленность и просвещение своей аудитории, например, проводя сессии вопросов и ответов со слушателями или зрителями, а также развивая новые формы взаимодействия с медиапотребителями. Несколько производителей контента опубликовали "мифоразрушающие" истории, в основном нацеленные на недостоверную информацию, которая распространяется через WhatsApp группы.

Проблема с ведением блогов и увеличением числа блогеров заключается в том, что многие из них являются необразованными молодыми людьми, которые не всегда знают, о чем говорят. Это

проблема для журналистов. (Узбекистан, женщина, онлайн-СМИ)

“ Ряд производителей контента упомянули о риске того, что уязвимые сообщества могут стать мишенью для радикализации в связи с отсутствием гарантий занятости, социальной изоляцией и новыми формами экстремистского контента ”

Ряд производителей контента упомянули о риске того, что уязвимые сообщества могут стать мишенью для радикализации в связи с отсутствием гарантий занятости, социальной изоляцией и новыми формами экстремистского контента (например, целенаправленное воздействие/завлечение). Этот риск, связанный с COVID-19, также может быть связан с языковыми трудностями и статусом беженцев и лиц без гражданства, а также с отсутствием у других уязвимых сообществ доступа к информации и медиаграмотности.

Нынешняя ситуация не так плоха, как в прошлом, но я видела много историй, рассказывающих о растущей тенденции радикализации. Трудовые мигранты – безработные, приехавшие из России – это довольно сложный вопрос, существующий в стране. За последние месяцы повысился уровень насилия и агрессивности. Вполне вероятно, что некоторые группы здесь и в России могли бы оказать этим мигрантам финансовую поддержку и привлечь их в свои сообщества в конкретных целях. (Узбекистан, женщина, онлайн-СМИ)

Во время COVID-19 среди производителей контента была отмечена высокая степень обеспокоенности в отношении фейковых новостей. Большинство СМИ прибегают к традиционным механизмам проверки фактов путем перекрестной проверки двух или трех источников и в ряде случаев со ссылкой на официальные или правительственные источники. Независимые СМИ, с другой стороны, пытаются связаться с первоначальным источником и использовать онлайн-инструменты для проверки достоверности новостей. Что касается предоставления своей аудитории новостей о COVID-19, то журналисты полагаются на международные источники, такие как Всемирная организация здравоохранения и Ресурсный центр по коронавирусу при Университете Джонса Хопкинса. Кроме того, журналисты и редакторы противодействуют дезинформации, консолидируя свои источники и тем самым пытаюсь разоблачать фейковые новости на своих веб-сайтах и социальных медиа-платформах.

Как неоднократно отмечалось в предыдущих главах, COVID-19 послужил толчком к расширению взаимодействия между производителями контента и аудиторией благодаря обратной связи и комментариям в социальных сетях. Несколько производителей контента также сообщили об этом, как о методе измерения воздействия их контента. Реже упоминалось, что журналисты при оценке воздействия полагаются на средства аналитики Google или другие программы сбора данных.

Стоит отметить, что производители контента в основном сообщали и предоставляли информацию трудовым мигрантам во всех четырех странах, используя коммуникационные приложения WhatsApp и "Одноклассники".

Подведение итогов: влияние COVID-19 на медиапотребление в Центральной Азии

Как пандемия COVID-19 повлияла на медиапотребление в Центральной Азии? Три рассмотренных выше раздела проливают свет на различные аспекты этого вопроса. На основе качественных и количественных данных можно выделить три тенденции.

“ Как потребители, так и производители медиа-контента сообщили о заметном росте новостей о COVID-19, за которым последовало постепенное ослабление интереса к этой теме ”

Первая общая тенденция – увеличение потребления новостей. Жители Центральной Азии в значительной степени полагаются на новости, чтобы получить информацию о защите здоровья, статистике инфекционных заболеваний и новых мерах, предпринимаемых правительством. Как потребители, так и производители медиаконтента сообщили о заметном росте новостей о COVID-19, за которым последовало постепенное ослабление интереса к этой теме. Учитывая тот факт, что COVID-19 продолжает оставаться проблемой общественного здравоохранения, спрос на информацию о пандемии, вероятно, останется высоким, а общий рост интереса общественности к новостям, вероятно, останется более высоким по сравнению с ситуацией до пандемии COVID-19.

Второй заслуживающий внимания аспект – это связь между типом СМИ и восприятием людьми достоверной информации. Среди медиапотребителей наблюдается сильная тенденция рассматривать онлайн-СМИ как источник фейковых новостей. Данные опроса, а также глубинные интервью показывают, что доверие к традиционным СМИ, таким как телевидение и радио, коррелирует с недоверием к онлайн-СМИ. С другой стороны, очевидно, что столь же большая группа респондентов не доверяет телевидению и радио, в первую очередь потому, что эти два типа СМИ ассоциируются с государственным контролем. Значительная группа респондентов считает "обычные" онлайн-СМИ, включая авторитетные новостные сайты, более надежными, чем традиционные СМИ, социальные сети и мессенджеры. Поэтому становится все труднее поддерживать разделение на традиционные и новые онлайн-СМИ, поскольку ландшафт меняется динамично и все больше разделяется. Онлайн-СМИ не могут быть классифицированы как одна из форм СМИ, а должны быть разделены на другие группы, чтобы лучше понять восприятие доверия.

“ нет консенсуса относительно того, что делает новости "фейковыми" и как лучше всего различать достоверную информацию от ложной ”

Заключительное наблюдение касается в первую очередь лиц, ответственных за разработку политики, и производителей контента. Кризис COVID-19 обнажил проблему распространения фейковых новостей, и как количественные, так и качественные данные этого исследования указывают на это. Однако, несмотря на широкое признание этой проблемы среди потребителей и производителей медиаконтента, нет консенсуса относительно того, что делает новости "фейковыми" и как лучше всего различать достоверную информацию от ложной. Производители контента хорошо осведомлены о таких методах, как проверка фактов или перекрестная проверка информации. Однако ответы потребителей свидетельствуют о том, что вышеупомянутые методы, хотя и являются необходимыми, но не достаточными. Недостоверная информация регулярно появляется в различных

СМИ, в том числе в мессенджерах и социальных сетях, которые труднее контролировать по сравнению с веб-сайтами, телевидением или газетами. Кроме того, респонденты часто придерживаются противоположных взглядов на то, как раскрыть фейковые новости, в то время как аудитория СМИ становится все более поляризованной. Поэтому как для правительств, так и для производителей медиаконтента одной из главных задач является эффективное решение проблемы фейковых новостей, манипулирования информацией и недоверия к СМИ.



| Заключение |

Настоящий отчет помогает сориентироваться в комплексном социально-экономическом и информационном воздействии пандемии COVID-19. Критически важным является то, что он поднимает много вопросов о том, как наиболее уязвимые сегменты центральноазиатского общества реагируют на глобальную пандемию, как с точки зрения их экономических проблем, так и с точки зрения информационных потребностей и моделей медиапотребления. В своем стремлении к всеобъемлющему обзору, исследование основывает свои выводы на строгих качественных и количественных методах исследования, позволяющих читателю получить статистическую информацию, дополненную подробными глубинными интервью с представителями уязвимых сообществ, экспертами и производителями контента.

“ пандемия в значительной степени повлияла на уровни доступа к интернету ”

“ наиболее уязвимые из них (например, беженцы и лица без гражданства), как правило, вообще не освещаются в СМИ во время пандемии ”

“ консенсус в отношении определения "фейковых новостей" по-прежнему остается расплывчатым ”

“ ключевая гипотеза о том, что пандемия усугубила гендерное неравенство во всех целевых сообществах полностью подтвердилась ”

По существу, исследование делает ряд ключевых выводов, которые подтверждают гипотезу о том, что экономические кризисы прежде всего сказываются на наиболее уязвимых группах людей. Они варьируются от классических социально-экономических проблем до уровня доверия, доступа к информации и медиапотребления. В то время как использование социальных сетей продолжает расти в соответствии с возрастом и социально-экономическими уровнями доходов, следует отметить, что пандемия в значительной степени повлияла на уровни доступа к интернету, за которым следуют различные уровни доверия к новостям о COVID-19. Если посмотреть на СМИ в целом, то можно сделать вывод о том, что некоторые уязвимые общины получили репрезентативное освещение в СМИ (например, трудовые мигранты), в то время как наиболее уязвимые из них (например, беженцы и лица без гражданства), как правило, вообще не освещаются в СМИ во время пандемии. Что касается выводов о дезинформации, то заключение остается неопределенным, поскольку консенсус в отношении определения "фейковых новостей" по-прежнему остается расплывчатым или недостижимым среди медиапотребителей в отличие от СМИ или производителей контента. Наконец, ключевая гипотеза о том, что пандемия усугубила гендерное неравенство во всех целевых сообществах полностью подтвердилась, поскольку в этом исследовании приведены данные о сообщаемых уровнях домашнего насилия, безработице среди женщин и различиях в доступе к информации.

Эти результаты чрезвычайно важны для лиц, ответственных за разработку политики, ученых и экспертов, чтобы помочь им в процессе принятия решений в Центральной Азии, особенно во время и после пандемии COVID-19. Важно отметить, что данный отчет предоставляет результаты исследований с использованием смешанных методов и дает исчерпывающие рекомендации в период политических потрясений в некоторых республиках Центральной Азии (например, в Кыргызстане), в то время как другие страны Центральной Азии продолжают бороться с колоссальными социально-экономическими последствиями кризиса и быстро меняющимся медийным и информационным ландшафтом.



| Рекомендации |

“ Рекомендации, приводимые в настоящем отчете, разрабатываются в контексте безотлагательности ”

“ Эти рекомендации должны использоваться лицами, ответственными за разработку политики, и экспертами в качестве руководства, основанного на данных, в целях поддержки принятия ими решений в ближайшем и среднесрочном будущем ”

Контекст рекомендаций имеет решающее значение для того, чтобы надлежащим образом отразить неотложную необходимость, связанную с воздействием COVID-19 на медиапотребление и социально-экономическую структуру в Центральной Азии. Поэтому следует подчеркнуть, что краткосрочные и долгосрочные последствия представляют угрозу для уязвимых сообществ, и включают такие непосредственные последствия, как снижение уровня социального обеспечения и недостаточная информированность о медицинской помощи. В связи с социально-экономическим кризисом, существующая литература и результаты данного исследования показывают потенциальный риск возникновения социального отчуждения, роста преступности, социальных волнений и радикализации. Не следует также упускать из виду воздействие на население в целом, поскольку пандемия COVID-19 не оказывает исключительного воздействия на уязвимые общины. В более общем плане, вполне вероятно, что население в целом по Центральной Азии столкнется с резким ростом безработицы, за которым последует рост популизма, "риторика, основанная на страхе" и формы ксенофобской стигматизации. В долгосрочной перспективе такое развитие событий может сопровождаться снижением уровня внутрирегионального сотрудничества.

Рекомендации, приводимые в настоящем отчете, разрабатываются в контексте безотлагательности. Они основаны на результатах углубленных интервью и опросов, о которых говорилось выше, и в то же время учитывают тот факт, что риски, возникающие в результате невыполнения рекомендаций, могут быть пагубными. Это следует понимать как с социально-политической точки зрения, так и с точки зрения региональной и национальной стабильности. Отсутствие ясности и координации в отношении информации о COVID-19, вероятно, подпитывает недоверие населения к правительствам, в то время как уровень общей социальной неудовлетворенности будет возрастать, если население и уязвимые сообщества, такие как трудовые мигранты, этнические меньшинства или лица без гражданства, будут и далее чувствовать себя одинокими, чтобы выжить и решить проблемы, связанные с COVID-19. Кроме того, отсутствие или низкое качество доступа к информации со стороны уязвимых общин создаст благодатную почву для субъектов, желающих использовать пандемию для радикализации наиболее уязвимых частей общества.

Эти рекомендации должны использоваться лицами, ответственными за разработку политики, и экспертами в качестве руководства,

основанного на данных, в целях поддержки принятия ими решений в ближайшем и среднесрочном будущем. Поэтому в настоящем отчете важно, чтобы рекомендации способствовали разработке конкретных и реализуемых на практике методов обеспечения доступа к качественной и достоверной информации о COVID-19 и соответствующих правительственных мерах для населения, включая такие уязвимые группы, как трудовые мигранты, этнические меньшинства, беженцы и лица без гражданства. Кроме того, они должны помочь свести к минимуму риск дезинформации уязвимых сообществ по темам, связанным с COVID-19, которые могут подпитывать любой потенциал радикализации, и в то же время оказывать поддержку обществам в повышении их жизнестойкости в долгосрочной перспективе в целях сохранения открытого, разнообразного, представительного и информационного климата, несмотря на негативное воздействие COVID-19 на общий социально-экономический климат и информационные экосистемы среди уязвимых общин во всем регионе.

Что касается трудовых мигрантов, то будет полезно создать централизованную онлайн-платформу в качестве источника проверенной информации по важнейшим вопросам, касающимся их положения, включая обновленные рекомендации в отношении поездок, последние новости о мерах политики, поступающие от правительств соответствующих принимающих стран, обновленную информацию от диаспоры в принимающих странах, информацию о местных агентствах по трудоустройству. Аналогичным образом, этнические меньшинства получают пользу от усилий производителей контента привнести больше проверенного и привлекательного контента на языках этнических меньшинств. Хотя онлайн-источники новостей в целом восполняют недостаток информации о COVID-19, по-прежнему существует необходимость в том, чтобы местные новости были доступны на национальных языках. Беженцы и лица без гражданства получают пользу от тщательной оценки потребностей в выявлении наиболее уязвимых групп из них, которые могут оказаться в критической ситуации. Это важно в связи с тем, что эти группы не имеют обширные сети, состоящих из друзей или родственников в принимающих странах.

Основываясь на вышеуказанных количественных и качественных исследованиях, анализе и перекрестных сопоставлениях, отчет предлагает следующие целенаправленные рекомендации:

НПО в Центральной Азии

- Разработка или пересмотр коммуникационных стратегий для обеспечения более широкого информирования населения о деятельности, связанной с COVID-19 (информационные кампании, распределение помощи и т.д.).
- Разработать программы и проекты, направленные на поддержку людей, на чью работу и образ жизни пандемия

оказала негативные последствия, включая социально-экономические последствия и последствия для психического здоровья. Для этих целей необходимо расширять волонтерские программы.

- Расширение обмена информацией с международными организациями (МО), расположенными в регионе, особенно в отношении медиапотребления и потребностей наиболее уязвимых сообществ и женщин.
- Увеличить обмен информацией со СМИ (государственными и независимыми СМИ), так как в настоящем отчете показаны пробелы в производстве контента для уязвимых сообществ.
- Оказывать поддержку международным исследователям и журналистам в плане доступа к чувствительной информации (например, установление контакта с уязвимыми сообществами).
- Содействовать проведению встреч в качестве посредников между исследователями/журналистами и уязвимыми сообществами, особенно среди меньшинств и беженцев, поскольку это способствует укреплению доверия и расширению обменов и знаний об их потребностях и проблемах.
- Участвовать в междисциплинарных учебных проектах вместе с журналистами из различных стран региона, способствуя тем самым межрегиональному сотрудничеству и обмену информацией о COVID-19 между журналистами и гражданскими активистами.
- Поддерживать программы, которые предоставляют доступ или обучение гражданского общества в области конфиденциальности в интернете и VPN. Оказывать поддержку в мониторинге интернет-ограничений в Узбекистане, Таджикистане и Казахстане с целью обеспечения обратной связи и поддержки информационно-просветительской работы против новых ограничительных мер, так как, по сообщениям уязвимых сообществ, их уровень является высоким.

Правительства центральноазиатских государств

- Совершенствовать коммуникационную стратегию по информированию населения о COVID-19 и связанных с ней вопросах, уделяя особое внимание повышению доверия населения к правительственной информации и обеспечению максимальной четкости сообщений.
- Разработать специальную коммуникационную стратегию по информированию общественности о правительственных мерах по поддержке домохозяйств, частного бизнеса, а также о распределении внешней помощи, которую получает правительство.

- Создать специальную целевую группу для подготовки и изучения предложений по выработке политики по поддержке трудовых мигрантов, попавших в затруднительное положение, связанных с ограничениями на поездки из-за пандемии.
- Предложить временные экономические стимулы всем компаниям, предоставляющим услуги интернета в стране, с целью максимального расширения доступа населения к качественному подключению к интернету, как для целей образования, так и для целей информирования о новостях во время пандемии.
- Расширить доступ к информации; давать интервью и доступ к данным журналистам и исследователям, когда это необходимо.
- Сотрудничать с международными организациями в отношении конфиденциальных данных (контакты с беженцами и лицами без гражданства, доступ к их контактными данным и т.д.).
- Смягчить (если не запретить полностью) ограничения в интернете.
- Проводить консультации за закрытыми дверями с представителями гражданского общества и СМИ с целью обсуждения и поиска путей решения таких чувствительных вопросов, как радикализация, напряженность в отношениях между этническими меньшинствами и т.д.
- Поощрять национальные/местные институциональные кампании по медийной/цифровой грамотности, направленные на повышение осведомленности о фейковых новостях/ дезинформации.
- Увеличить представительство меньшинств в государственных учреждениях и обеспечить предоставление официальной информации на всех соответствующих языках (например, кыргызском, узбекском, казахском и таджикском).

Международное донорское сообщество в Центральной Азии

- Оказывать всевозможную поддержку правительствам и неправительственным организациям в осуществлении вышеизложенных рекомендаций.
- Оказывать поддержку как правительству, так и гражданскому обществу в их усилиях по улучшению доступа населения к СМИ и информации, координируя при этом помощь, связанную с COVID-19 и прозрачность между крупнейшими донорскими агентствами, такими как Организация Объединенных Наций, Европейский союз, Всемирный банк, Международный валютный фонд, Азиатский банк развития и другие.
- Выделять средства для большего количества региональных проектов, которые включают обучение (физическое и

виртуальное) и обмен для журналистов (включая журналистов государственных СМИ и представителей гражданского общества (включая государственные неправительственные организации) по а) проверке фактов, б) фандрайзингу (особенно для независимых СМИ) с) дезинформации и d) освещению усилий по предотвращению насильственного экстремизма или других чувствительных тем (например, беженцы, религия, этническая напряженность и т.д.) в соответствии со Стратегией связи ЕС, которая делает особый упор на обмен между людьми.

- Финансировать исследования по сбору данных в отношении уязвимых сообществ, их потребностей и проблем на региональном и национальном уровнях.
- Содействовать диалогу и сотрудничеству между должностными лицами, НПО и независимыми СМИ в их усилиях по предоставлению точных и научно обоснованных новостей своей аудитории и борьбы с дезинформацией.
- Донорскому сообществу следует рассмотреть вопрос об оказании поддержки общинам, не имеющим права голоса и находящимся в наиболее уязвимом положении, особенно в плане профессиональной подготовки и образования.
- Донорскому сообществу следует рассмотреть возможность оказания поддержки наиболее пострадавшим и уязвимым общинам, в частности трудовым мигрантам и этническим меньшинствам.
- ЕС должен обратить внимание на предстоящих встречах по политическому диалогу на уровень ограничений интернета, о которых сообщают уязвимые сообщества по всей Центральной Азии.

Производители контента

- Максимально использовать возможности различных этнических групп для доступа к информации о COVID-19 на их родных языках.
- Разработать скоординированный подход среди ключевых производителей контента в отношении мер по минимизации распространения фейковых новостей и максимизации повышения достоверности информации о COVID-19 и политических мерах, связанных с пандемией. Необходимо участвовать в обучении фактчекингу, который выходит за рамки официальных источников, а также усилить фандрайзинг для того, чтобы СМИ выживали за пределами доходов от рекламы.
- Сосредоточить внимание на производстве большего объема контента, предназначенного для людей, чья повседневная жизнь и рутина были изменены COVID-19. К ключевым

аудиториям относятся люди, которые вынуждены работать из дома, люди, которые умственно перегружены информацией о COVID-19, дети, обучающиеся онлайн из дома, родители, проводящие гораздо больше времени с детьми, чем раньше.

- Рассмотреть вопрос о производстве контента на других языках, кроме русского и национального языка. К числу отсутствующих языков относятся урду, пушту, дари, а также внутренние языки Центральной Азии в регионе.
- Ряд производителей контента видят риск, связанный с COVID-19 и уязвимыми сообществами, подвергающимся радикализации из-за отсутствия гарантии занятости, бедности и социальной изоляции, а также новых форм экстремистского контента, даже если мало что было изучено/подтверждено относительно этой связи. В этой связи необходима дополнительная информация, проекты и исследования (акцент на производство научно-обоснованного новостного контента).
- Instagram (1) и Вконтакте (2) являются наиболее популярными социальными сетями среди уязвимых сообществ во всех четырех странах. Обучение молодых журналистов улучшению навыков производства контента для социальных сетей, в частности, онлайн-медиаграмотности и навыкам борьбы с фейковыми новостями и пользовательскому контенту.
- Сотрудничество с местными НПО в плане работы с уязвимыми сообществами, давая возможность высказаться беженцам и лицам без гражданства, меньшинствам и другим уязвимым группам и, таким образом, повышая осведомленность об этих группах среди граждан, донорских организаций и должностных лиц.



Internews
Local voices. Global change.

ENC ● ●
ENCouncil.org



European Neighbourhood Council