



ИНФОГРАФИКА - Март 2023

Медиапотребление и дезинформация в Центральной Азии: количественная и качественная оценка в контексте геополитики

Сэмюэл Довери Вестербай, управляющий директор *ENC*

Шаирбек Джураев, соучредитель и президент *Crossroads Central Asia*

Андреас Маразис, руководитель отдела *ENC* по исследованиям в Восточной Европе и Центральной Азии



Проект финансируется
Европейским Союзом



Internews
Local voices. Global change.

ENC ● ●

ENCouncil.org

European Neighbourhood Council



Медиапотребление и дезинформация в Центральной Азии: количественная и качественная оценка в контексте геополитики



Проект финансируется
Европейским Союзом



Internews
Local voices. Global change.

ENC

ENCouncil.org

European Neighbourhood Council



Авторы:

Сэмюэл Довери Вестербай
Шаирбек Джураев
Андреас Маразис

Данная публикация является частью проекта «Устойчивость и взаимодействие с разнообразной информацией для динамичной среды (REVIVE)» и была подготовлена при финансовой поддержке Европейского Союза и реализована Internews. Ответственность за его содержание несут исключительно Европейский совет добрососедства и Internews. Публикация не обязательно отражает точку зрения Европейского Союза.

© – 2023 – Internews Europe. Все права защищены. Лицензировано Европейскому Союзу на определенных условиях.

Все права защищены. Никакая часть данной публикации не может быть воспроизведена электронными или механическими средствами (фотокопии, скачивание, архивирование и т. д.) без разрешения Internews Europe.

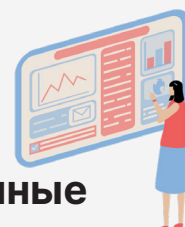
СМЕШАННАЯ МЕТОДОЛОГИЯ



Перекрестные сравнения и сопоставления на национальном и региональном уровне
с фокусом на молодежь, пожилых людей и языковые меньшинства



Выводы и рекомендации



Количественные выводы и качественные полевые наблюдения

КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ВЫВОДЫ



Языковые
предпочтения
при
медиапотребле-
нии



75% респондентов
используют местные
языки, а русский язык
продолжает занимать
значительную долю -
55%.



75% казахстанцев
(старшего и
младшего возраста)
предпочитают
получать новости на
русском, а не на
местном языке



Ключевые
информацион-
ные каналы и
устройства



Национальные
телеканалы (56%) и
социальные сети
(50%, через
смартфоны) являются
основными
источниками
информации



Молодые люди 18-
24 лет потребляют
телевизор гораздо
реже (39%) по
сравнению с
возрастной группой
55+ (79%)



Доверие к
медиа и
фейковые
новости



Пожилые люди и
сельчане больше
доверяют
государственным
СМИ, в то время как
горожане недоверяют



В Таджикистане
самая высокая доля
респондентов,
полностью
доверяющих гос.
СМИ (47%), за ним
следует Узбекистан с
44%



Восприятие
войны в Украине
и других
глобальных
событий в
Кыргызстане и
Казахстане



Представители
старшего поколения
гораздо чаще винят
США в ситуации в
Украине



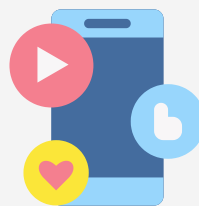
В Казахстане
больше людей
винят в войне в
Украине Россию
(18%) по сравнению
с США (17%)

КАЧЕСТВЕННЫЕ ВЫВООДЫ

Интернет изменил медиапространство в Центральной Азии.

Распространение альтернативных источников новостей (включая социальные сети, блогеров и независимые информационные агентства в Интернете) значительно нарушило доминирование государственных телеканалов.

1



2

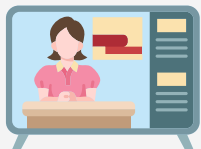
Возрастающее значение онлайн СМИ оказало различное, порой противоположное, влияние на производство контента, однако осведомленность о фейковых новостях очень высока во всех странах и возрастных группах.

Независимо от происхождения, фейковые новости в основном распространяются онлайн.

Различные слои населения легко становятся мишенью для дезинформации.

Старшим поколениям трудно перепроверять информацию, которую они потребляют в Интернете, а молодежь не заботится о перепроверке, поскольку она аполитична. Считается, что сельчане также обладают более низкой медиаграмотностью, что делает их более легкой мишенью для дезинформации.

3



4

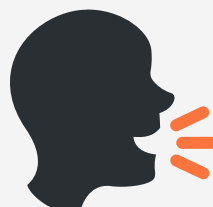
Захватническая война России против Украины повысила осведомленность общественности об информационной войне и политических мотивах, лежащих в основе освещения событий в СМИ.

Хотя в каждой стране можно найти разные мнения, респонденты, которые больше винят Россию, встречаются в Казахстане и Узбекистане.

Роль местных центральноазиатских языков в СМИ растет.

Благодаря усилиям правительств и уменьшению числа людей, говорящих на русском языке, местные языки региона демонстрируют тенденцию к росту в СМИ.

5



РЕКОМЕНДАЦИИ

1.

Создатели контента должны производить больше контента...

- на Youtube и Instagram, затем на Tiktok и Instagram
- для возрастной группы 18-35 лет
- о войне в Украине на русском и местных языках
- на русском языке, освещающего международные новости на нерусских языках для молодежи, сельского и менее образованного населения Казахстана, Кыргызстана и Узбекистана
- на русском языке, освещающего мировые новости для молодежи, городского и более образованного населения Казахстана, Кыргызстана и Узбекистана

2.

Агентствам развития и основным донорам следует рассмотреть возможность увеличения финансирования и инвестиции...

- в СМИ и производство контента по всей Центральной Азии
- в создание межрегиональных связей и сети поддержки СМИ
- в проведение опросов в режиме реального времени и сбор качественных данных о медиапотреблении
- в производство медиа/новостного контента на местных языках с особым акцентом на сельские районы и районы с низким уровнем дохода

3.

Правительства стран Центральной Азии должны рассмотреть возможность...

- оказания поддержки местным языкам в государственном секторе СМИ
- соблюдения и прохождения сертифицированного обучения по глобальным стандартам цифровизации и/или законам или нормативным актам в области СМИ

4.

Все производители контента и производящие контент ОГО из Казахстана и Кыргызстана должны...

- ориентироваться в первую очередь на русскоязычных потребителей в Казахстане и кыргызскоязычных потребителей в Кыргызстане
- создавать больше контента для социальных сетей и онлайн, ориентированного на возрастную группу 35-55 лет

5.

Все производители контента и производящие контент ОГО из Узбекистана и Таджикистана должны рассмотреть возможность...

- больше производить контента для возрастной группы 18-25 лет, но в равной степени сосредоточиться на производстве телевизионного контента для всех других возрастных групп, получающих доступ к контенту на мобильных устройствах
- создания контента для соцсетей и онлайн, и распространения контента через Telegram (в Узбекистане) и WhatsApp и IMO (в Таджикистане)



Проект финансируется
Европейским Союзом



Internews
Local voices. Global change.

ENC



ENCouncil.org

European Neighbourhood Council