Елена Александровна Салихова

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

[salikhova.msu@mail.ru](mailto:salikhova.msu@mail.ru)

Дарья Михайловна Вьюгина

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

**Самоцензура журналистов как фактор влияния на российскую медиаиндустрию во времена кризиса**

Данное исследование изучает значительные изменения в российской медиаиндустрии с февраля 2022 г. Авторы используют PEST-анализ и интервью с экспертами медиа для понимания структурного преобразования в российской медиасистеме. Среди социальных факторов, влияющих на работу медиакомпаний, эксперты отмечают такое явление, как самоцензура журналистов.

Ключевые слова: самоцензура журналистов, трансформация российской медиаиндустрии, времена кризиса.

Начиная с февраля 2022 г. российская медиаиндустрия претерпела очень быстрые и местами радикальные изменения, вызванные как внешними, так и внутренними ограничениями. Постепенно индустрия начала адаптироваться к трансформирующейся рыночной ситуации. Эти изменения еще не завершены, но уже можно говорить о структурном преобразовании медиарынка.

Исследователи активно изучают трансформацию медиаиндустрии в периоды кризиса [3], неопределенности [5] и развития цифровых технологий [2], однако Россия сегодня являет собой уникальный случай. С одной стороны, медиасистема страны подвержена влиянию внутренней цензуры, закрытию большого количества СМИ и юридическим ограничениям. С другой стороны, внешние экономические санкции оказывают давление на рынок из-за границы.

Медиаиндустрия смещает фокус на локальные рыночные ниши, оставленные международными корпорациями, вследствие чего наблюдается диверсификация в рекламных стратегиях и инвестиции в технологии и уникальные компетенции, а прогнозирование будущих моделей потребления медиа остается большой проблемой для экспертов отрасли. В рамках данного исследования был проведен PEST-анализ, он предоставил рамки для понимания состояния индустрии на начало СВО и последующих адаптаций. Глубинные интервью с экспертами (топ-менеджерами медиакомпаний в различных сегментах индустрии) для определения степени влияния каждого фактора подтвердили результаты исследования и предоставили более глубокие представления о реакции индустрии на меняющуюся среду.

Авторы сформулировали исследовательский вопрос следующим образом: «Какие факторы макросреды оказали наибольшее воздействие на преобразование российской медиаиндустрии после февраля 2022 года?» Самые заметные изменения произошли из-за различных политических факторов и трансформации рекламного рынка. Санкции привели к выходу крупных международных брендов, серьезно повлияв на доходы от рекламы. Развитие цифровых экосистем привело к концентрации на медиарынке, а различные законы повлияли на работу как отдельных СМИ и медиа, так и формирование информационной повестки в целом.

Однако важное социальное изменение, на которое обратили внимание почти все эксперты, опрошенные в рамках исследования, это самоцензура журналистов: именно не цензура, часто изучаемая по мотивам советской модели [4], а самоцензура, которая не только приобрела массовой характер [1], но и обострилась в связи с внутренними ограничениями. Важно отметить, что излишняя осторожность журналистов не связана с изменениями в редакционном уставе или обновленной политикой руководства. Ее природа носит персональный характер, а эффект распространяется не только на судьбу отдельной публикации, но и на коммерческую сторону работу СМИ. Как следствие, некоторые редакции принимают меры по борьбе с инициативой журналистов ограничивать себя в отборе и публикации определенных материалов.

В целом исследование показало, что российская медиаиндустрия переживает значительные преобразования как на глобальном, так и личном уровне. Основное внимание уделяется отказу от международного сотрудничества в пользу более самодостаточной модели, адаптации к уникальным вызовам и возможностям, представленным текущей геополитической ситуацией.

Литература

1. Bodrunova S., Litvinenko A., Nigmatullina K. Who is the censor? Self-censorship of Russian journalists in professional routines and social networking // Journalism. 2020. Vol. 22.

2. Hess T., Constantiou I. Introduction to the special issue on “Digitalization and the Media Industry”. Electron Markets. 2018. Vol. 28. P. 77–78.

3. Reilly P., Atanasova D. A report on the role of the media in the information flows that emerge during crisis situations, URL: <http://casceff.eu/media2/2016/05/D3.3-Communication-strategy.pdf>.

4. Schimpfossl E., Yablokov I. Coercion or Conformism? Censorship and Self-Censorship among Russian Media Personalities and Reporters in the 2010s. // Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization. 2014. Vol. 22. P. 295–311.

5. Vartanova E., Vyrkovsky A., Vyugina D. Online Strategies of the Largest Broadcasters in the Times of Uncertainty. The Case of Russia // International Journal on Media Management. 2021. Vol. 23. P. 289–313.