**СТРАТЭГІЯ**

**НЕЗАЛЕЖНАГА МЕДЫЯСЕКТАРА**

**РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ**

**2019 – 2024**

Дадзены дакумент быў падрыхтаваны па выніках чатырох працоўных сустрэч, якія адбыліся на працягу 2017-2018 г. Удзел у сустрэчах прынялі больш за 80 чалавек – прадстаўнікі Беларускай асацыяцыі журналістаў, Асацыяцыі выдаўцоў рэгіянальнай прэсы "Аб'яднаныя масмедыя", Фонда "Масавыя камунікацыі", нацыянальных і рэгіянальных СМІ, медыяэксперты.

Вынікам сустрэчы стала стварэнне працоўнага варыянту Стратэгіі, які грунтуецца на праведзеным падчас сустрэч аналізе сітуацыі ў беларускім незалежным медыясектары, а таксама на бачанні ўдзельнікамі сустрэчы прыярытэтных кірункаў развіцця сектара.

**ВЫЗНАЧЭННЕ НЕЗАЛЕЖНАГА МЕДЫЯСЕКТАРА БЕЛАРУСІ**

Незалежны медыясектар Беларусі з'яўляецца неаднастайным і складаецца з недзяржаўных СМІ з рознымі тыпамі кантэнту – грамадска-палітычнага, забаўляльнага, інфармацыйнага, у тым ліку нішавых выданняў, а таксама замежных СМІ, якія працуюць на беларускую аўдыторыю, і франшыз, зарэгістраваных у Беларусі.

Да незалежнага медыясектара таксама адносяцца няўрадавыя некамерцыйныя арганізацыі (сяброўскія аб'яднанні журналістаў, уласнікаў і кіраўнікоў СМІ), а таксама незалежныя кансультанты і медыяэксперты, сэрвісныя няўрадавыя арганізацыі, рэкламныя агенцтвы і іншыя сатэліты незалежнага медыярынку.

**МІСІЯ**

Незалежны медыясектар у Беларусі дапамагае грамадзянам рабіць усвядомлены выбар на аснове поўнай і праўдзівай інфармацыі, стварае ўстойлівае асяроддзе для свабоднага абмену меркаваннямі, імкнецца да станаўлення фундаментальных грамадзянскіх правоў і свабод чалавека.

**АСНОЎНЫЯ ВЫКЛІКІ, на працу з якімі накіраваная дадзеная стратэгія**

1. **Палітычны ціск, абмежаванне свабоды слова і дзейнасці незалежных СМІ.**

2. **Недахоп фінансавання**, зніжэнне даступных грошай на рынку для незалежных СМІ ва ўмовах дамінавання расійскіх медыя на беларускім рынку.

3. **Кадравыя праблемы незалежных СМІ** – уцечка кадраў, нізкія заробкі, недахоп маркетолагаў, адмыслоўцаў па продажы і прасоўванні медыяпрадукцыі, інш.

4. **Змены форм медыяспажывання** – пераход аўдыторыі ў Інтэрнэт, сацыяльныя сеткі і месэнджары, спажыванне кантэнту праз мабільныя прылады, рост праглядаў відэа і Live-трансляцый.

5. **Недастатковае супрацоўніцтва ў сектары** – слабая кааперацыя, негатыўны ўплыў канкурэнцыі за абмежаваныя рэсурсы (фінансавыя, чалавечыя і інш.).

6. **Уплыў расійскіх медыя і прапаганды на беларускі медыярынак і на беларускую аўдыторыю** – дэфармацыя карціны свету і стаўлення да дэмакратычных каштоўнасцяў, нацыянальнай самаідэнтыфікацыі грамадзян Беларусі, канкурэнцыя за аўдыторыю і рэкламу на беларускім рынку.

7. **Парушэнне аўтарскіх правоў гульцамі медыясектара** – неправамернае выкарыстанне чужога кантэнту, недастатковае самарэгуляванне ў вобласці аўтарскага права.

Кожны з прыведзеных выклікаў быў прааналізаваны па схеме SWOT-аналізу, з дапамогай якога былі вызначаныя моцныя і слабыя бакі сектара ва ўзаемадзеянні з праблемай, а таксама быў праведзены аналіз магчымасцяў і пагроз.

На падставе SWOT-аналізу былі прапанаваныя пяць **прыярытэтных кірункаў** дзейнасці незалежнага медыясектара Беларусі, а менавіта:

1. Пераадоленне прававых і палітычных абмежаванняў свабоды слова.

2. Умацаванне фінансавай устойлівасці незалежнага медыясектара Беларусі.

3. Умацаванне кадравага патэнцыялу СМІ і падвышэнне кваліфікацыі журналістаў.

4. Адаптацыя незалежных СМІ да змен у медыяспажыванні.

5. Развіццё самарэгулявання сектара ў сферы аўтарскага права.

Удзельнікі сустрэчы абмеркавалі таксама магчымыя дзеянні ў межах кожнага з названых вышэй прыярытэтаў.

**СТРАТЭГІЧНЫЯ ПРЫЯРЫТЭТЫ**

**Прыярытэт 1. Пераадоленне прававых і палітычных абмежаванняў свабоды слова:**

**Мэта:** умацаванне здольнасці сектара абараняць свабоду выказвання і правы на атрыманне і распаўсюд інфармацыі.

**Задачы і ключавыя дзеянні:**

**Задача 1: Арганізацыя маніторынгу і апублікаванне фактаў парушэння свабоды слова ў Беларусі**

**Што трэба рабіць:**

* Фіксаваць і абнародаваць факты парушэння правоў журналістаў і свабоды выказвання меркавання.
* Інфармаваць пра вынікі маніторынгу нацыянальныя і міжнародныя арганізацыі і структуры, іншых актораў.
* Сістэматычна абмяркоўваць сітуацыю ў сферы правоў і свабод журналістаў, а таксама свабоды выказвання меркаванняў з выкарыстаннем існуючых пляцовак (праваабарончых арганізацый, грамадскай каардынацыйнай рады ў сферы СМІ і іншых дыялогавых пляцовак).

**Задача 2: Садзейнічанне рэалізацыі і абароне правоў і інтарэсаў прадстаўнікоў незалежнага медыясектара і свабоды выказвання меркавання**

**Што трэба рабіць:**

* Прадстаўляць і абараняць інтарэсы суб'ектаў сектара ў адносінах з дзяржаўнымі органамі, грамадскім сектарам, бізнесам.
* Арганізаваць кансультаванне прадстаўнікоў незалежнага медыясектара, якія сутыкаюцца з парушэннямі іх правоў і свабоды выказвання меркавання.
* Садзейнічаць абскарджанню рашэнняў, якія парушаюць правы прадстаўнікоў незалежнага медыясектара.
* Звяртацца ў дзяржаўныя органы з мэтай прадухілення ці спынення парушэння правоў прадстаўнікоў незалежнага медыясектара.
* Умацоўваць сістэму падтрымкі журналістаў і выданняў, якія трапляюць у крытычныя сітуацыі.

**Задача 3: Прасоўванне змен заканадаўства ў сферы свабоды выказвання меркавання і масавых камунікацый з мэтай яго лібералізацыі**

**Што трэба рабіць:**

* Ажыццяўляць маніторынг, аналіз і экспертызу прававых актаў і практыкі іх прымянення ў сферы свабоды выказвання меркавання і масавых камунікацый.
* Інфармаваць прадстаўнікоў незалежнага медыясектара пра змены прававых умоў дзейнасці (у тым ліку праз правядзенне семінараў).
* Распрацоўваць рэкамендацыі па паляпшэнні прававых умоў дзейнасці суб'ектаў сектара і іншых актораў у сферы свабоды выказвання меркавання і масавых камунікацый, роўна як канцэпцыі і праекты нарматыўных актаў, лабіяваць іх замацаванне ў прававых дакументах.

**Задача 4: Забеспячэнне бесперапыннай прававой адукацыі журналістаў і рэдактараў, іншых прадстаўнікоў незалежнага медыясектара**

**Што трэба рабіць:**

* Праводзіць адукацыйныя мерапрыемствы для журналістаў, рэдактараў і іншых прадстаўнікоў незалежнага медыясектара.
* Ствараць і распаўсюджваць метадычныя і іншыя матэрыялы па пытаннях прававой пісьменнасці.
* Інфармаваць прадстаўнікоў незалежнага медыясектара пра магчымасці выкарыстання міжнародных праграм у сферы прававой адукацыі.

**Задача 5: Умацаванне патэнцыялу медыяюрыстаў**

**Што трэба рабіць:**

* Праводзіць адукацыйныя праграмы і праграмы абмену досведам (у тым ліку міжнародныя) для медыяюрыстаў.
* Садзейнічаць спецыялізацыі юрыстаў у сферы медыяправа.

**Задача 6: Прасоўванне каштоўнасці свабоды слова ў грамадстве**

**Што трэба рабіць:**

* Рыхтаваць і распаўсюджваць публікацыі на гэтую тэматыку.
* Удзельнічаць у публічных дыскусіях на гэтую тэматыку.
* Укараняць праграмы развіцця медыяпісьменнасці і медыякампетэнтнасці.

**Задача 7: Абарона інтарэсаў журналістаў-фрылансераў**

**Што трэба рабіць:**

* Дамагацца прызнання на заканадаўчым узроўні статусу журналістаў-фрылансераў і іх роўных прафесійных правоў з правамі журналістаў, якія працуюць у штаце СМІ.
* Дамагацца спынення незаконнага пераследу журналістаў-фрылансераў за супрацоўніцтва з замежнымі СМІ без акрэдытацыі пры МЗС Беларусі (у прыватнасці, выкарыстанне супраць іх ч. 2 арт. 22.9 КаАП "незаконны выраб і (ці) распаўсюд прадукцыі сродкаў масавай інфармацыі").
* Дамагацца змены прававога ўтрымання тэрміна "акрэдытацыя" (як для журналістаў-фрылансераў, якія супрацоўнічаюць з замежнымі СМІ, так і для ўсіх журналістаў) з мэтай прывядзення яго ў адпаведнасць з дэмакратычнымі стандартамі ў гэтай сферы.

**Прыярытэт 2. Умацаванне фінансавай устойлівасці незалежнага медыясектара Беларусі**

**Задача 1: Падвышэнне кампетэнтнасці менеджараў беларускіх медыя ў сферы кіравання кантэнтам, персаналам, фінансамі, стратэгічнага планавання**

**Што трэба рабіць:**

* праводзіць навучальныя праграмы для медыяменеджараў;
* лабіяваць удзел беларускіх медыяменеджараў у міжнародных адукацыйных праграмах і шукаць сродкі для арганізацыі такога навучання;
* знаёміць з сучаснымі бізнес-мадэлямі і практыкамі (замежны досвед і ўнутрысектаральны);
* навучаць менеджараў эфектыўнаму фандрэйзінгу (у тым ліку краўдфандынгу, розным формам падпісак, пошуку інфармацыі пра конкурсы);
* навучаць маркетолагаў і іншых супрацоўнікаў рэдакцыі (рэкламшчыкаў, праграмістаў, бухгалтараў, тэхнічных супрацоўнікаў, якія вырабляюць мультымедыйны кантэнт і г. д.).

**Задача 2: Замацаваць фінансавую ўстойлівасць беларускіх медыя праз укараненне (у тым ліку сумеснае) інавацыйных падыходаў па развіцці медыябізнесу**

**Што трэба рабіць:**

* Выводзіць на рынак унікальныя платныя прадукты (унікальны кантэнт, які мае пакупніка і г. д.) – праз конкурсы стартапаў, у межах адмысловых конкурсаў, у межах праграмы навучання фандрэйзараў.
* Навучаць стварэнню і ўкараненню прылад аплаты анлайн.
* Папулярызаваць паспяховыя гісторыі прасоўвання і распаўсюду прадукцыі СМІ.
* Вывучыць і абмеркаваць магчымасці арганізацыі сумеснага аўтсорсінгу няпрофільных паслуг (юрыдычных, бухгалтарскіх, маркетынгавых і інш.), выкарыстання інфармацыйных тэхналогій і стварэння сумесных сэрвісаў.

**Задача 3: Паляпшэнне кааперацыі паміж ключавымі гульцамі беларускага незалежнага медыясектара**

**Што трэба рабіць:**

* Арганізаваць абмен інфармацыяй паміж ключавымі гульцамі беларускага незалежнага медыясектара з мэтай каардынацыі іх дзейнасці.
* Лабіяваць інтарэсы сектара перад міжнароднымі арганізацыямі (узмацняць уплыў на вызначэнне прыярытэтаў іх праграм).
* Умацоўваць узаемадзеянне паміж ключавымі гульцамі сектара для выпрацоўкі сумеснай пазіцыі па ключавых пытаннях і для сістэмнай абароны/прасоўвання інтарэсаў сектара перад дзяржавай і бізнесам.
* Арганізаваць сумесную замову даследаванняў, якія тычацца пытанняў развіцця медыясектара, ці лабіяваць іх правядзенне.

**Прыярытэт 3. Умацаванне кадравага патэнцыялу СМІ і падвышэнне кваліфікацыі журналістаў**

**Задача 1: Удасканаленне сістэмы падрыхтоўкі журналістаў і росту прафесійнага майстэрства**

**Што трэба рабіць:**

* Прааналізаваць існуючыя на рынку адукацыйныя праграмы і ацаніць іх патэнцыял, вызначыць запатрабаваныя, але незабяспечаныя кірункі.
* Арганізаваць абмен інфармацыяй пра праграмы, якія рэалізоўваюцца, для журналістаў, рэдактараў, іншых прадстаўнікоў медыясектара.
* Рэгулярна актуалізоўваць навучальныя праграмы з улікам запатрабаванняў сектара і сітуацыі на рынку.
* Удасканальваць сістэму падрыхтоўкі трэнераў.
* Забяспечыць падрыхтоўку і даступнасць падручнікаў, дапаможнікаў, метадычных матэрыялаў.
* Арганізоўваць стажыроўкі ў рэдакцыях.
* Арганізоўваць конкурсы прафесійнага майстэрства.

**Задача 2: Папулярызацыя паспяховых практык працы з кадрамі**

**Што трэба рабіць:**

* Арганізоўваць абмеркаванні кадравай палітыкі з менеджментам рэдакцый.
* Папулярызаваць паспяховы досвед/практыкі арганізацыі працы з кадрамі.

**Задача 3: Абарона працоўных і сацыяльных правоў працаўнікоў медыясферы і спрыянне вырашэння канфліктаў**

**Што трэба рабіць:**

* Навучаць метадам адстойвання сваіх працоўных і сацыяльных правоў (у тым ліку журналістаў-фрылансераў).
* Навучаць менеджмент рэдакцый асновам кіравання канфліктамі.
* Выкарыстоўваць прылады медыяцыі для вырашэння канфліктных сітуацый.
* Рэкамендаваць рэдакцыям распрацоўваць унутраныя дакументы, якія рэгулююць сферу працоўных ўзаемаадносін.
* Выкарыстоўваць досвед незалежных прафсаюзаў па абароне сацыяльных правоў прадстаўнікоў медыясферы (наёмных працаўнікоў і фрылансераў).

**Прыярытэт 4. Адаптацыя незалежных СМІ да змен у медыяспажыванні**

**Задача 1: Даследаванне новых тэндэнцый у медыяспажыванні і інфармаванне прадстаўнікоў сектара пра магчымы іх уплыў**

**Што трэба рабіць:**

* Даследаваць спосабы манетызацыі кантэнту ў сацыяльных асяродках і абменьвацца досведам працы ў гэтым кірунку.
* Даследаваць спосабы дыстрыбуцыі кантэнту ў сацыяльных асяродках і папулярызаваць лепшыя практыкі працы ў гэтым кірунку.
* Вывучаць аўдыторыю і карэктаваць стратэгіі развіцця медыясектара.
* Вывучаць уплыў манапалізацыі каналаў камунікацыі (Facebook, Google, "Вконтакте", "Аднакласнікі" і г. д.) на бізнес-стратэгіі развіцця медыя, з'яўленні фарматаў спажывання кантэнту без пераходу на сайт (Facebook Instant Articles, The Accelerated Mobile Pages (AMP) Project і г. д.).
* Навучаць менеджараў і іншых супрацоўнікаў, якія займаюцца кіраваннем і прасоўваннем кантэнту.

**Задача 2: Уцягванне аўдыторыі ў фармаванне парадку дня беларускіх медыя**

**Што трэба рабіць:**

* Папулярызаваць механізмы ўцягвання аўдыторыі ў планаванне, стварэнне і абмеркаванне медыякантэнту.
* Прыцягваць блогераў да рэдакцыйнай працы і выкарыстоўваць кантэнт, створаны карыстальнікамі (User Generated Content - UGC).
* Абмяркоўваць канцэпцыі рэдакцыі, як куратара UGC.
* Праводзіць адкрытыя рэдакцыйныя мерапрыемствы з прыцягненнем аўдыторыі.

**Задача 3: Умацаванне даверу да незалежных беларускіх медыя ў новых умовах медыяспажывання**

**Што трэба рабіць:**

* Фармаваць лаяльнасць аўдыторыі шляхам стымулявання зваротнай сувязі, стварэння механізмаў уплыву на парадак дня.
* Супрацьдзейнічаць прымітывізацыі кантэнту, штучнай драматызацыі матэрыялаў у СМІ, клікбейту і матываваць да стварэння якаснага кантэнту (шляхам правядзення ўнутрысектаральных дыскусій, конкурсаў і інш.).
* Абмеркаваць унутрысектаральныя стандарты вытворчасці натыўнай рэкламы, прасоўвання ў СМІ брэндаў і г. д.
* Рэалізоўваць і папулярызаваць праграмы медыяпісьменнасці і медыякампетэнтнасці для падвышэння даверу аўдыторыі да якасных медыя.

**Задача 4: Развіццё мультыплатформеннасці**

**Што трэба рабіць:**

* Папулярызаваць магчымасці стварэння і дыстрыбуцыі кантэнту на шматлікіх платформах, уключаючы фарматы спажывання кантэнту без пераходу на сайт (Facebook Instant Articles, The Accelerated Mobile Pages (AMP) Project і г. д.).
* Навучаць магчымасцям выкарыстання розных платформаў для манетызацыі кантэнту і прасоўвання брэнду СМІ: рэклама і падпісныя мадэлі поўнага ці частковага paywall (freemium) на сайтах і ў сацсетках (эксперымент paywall у Facebook Instant Articles).
* Арганізаваць абмен досведам развіцця медыя на прынцыпах мультыплатформеннасці (спажыванне кантэнту на камп’ютарах, у мабільным браўзары і ў мабільных дадатках, з выкарыстаннем розных каналаў – сайты, сацыяльныя сеткі, месэнджары, мабільныя прылады, новыя спосабы дыстрыбуцыі з выкарыстаннем пуш-апавяшчэнняў і г. д.).

**Прыярытэт 5. Развіццё самарэгулявання сектара ў сферы аўтарскага права**

**Задача 1: Стварэнне механізмаў для ўрэгулявання канфліктных сітуацый у сферы аўтарскага права**

**Што трэба рабіць:**

* Ствараць кансультацыйныя пляцоўкі для абмеркавання сітуацыі і канфліктаў у сферы аўтарскага права.
* Рэкамендаваць суб'ектам сектара распрацоўваць і ўдасканальваць унутраныя і сумесныя дакументы ў сферы самарэгулявання.
* Праводзіць маніторынг і аналіз канфліктаў у сферы аўтарскага права.

**Задача 2: Асвета і кансультаванне па пытаннях аўтарскага права і падтрымка самарэгулявання ў гэтай сферы**

**Што трэба рабіць:**

* Навучаць прадстаўнікоў медыясектара асновам аўтарскага права (абарона аб'ектаў аўтарскага права і сумежных правоў, асабістых немаёмасных правоў аўтараў і іншых праваўладальнікаў, маёмасных правоў) і правілам выкарыстання запазычанага кантэнту.
* Арганізаваць дыскусію па выпрацоўцы агульных прынцыпаў працы з запазычаным кантэнтам.
* Стымуляваць распрацоўку і ўкараненне рэдакцыйных палітык, якія ўлічваюць пытанні выканання аўтарскіх правоў.

**Наступныя крокі, якія неабходна зрабіць для распрацоўкі і ўкаранення Стратэгіі**

1. **Абмеркаванне праекта Стратэгіі**

1.1. Стварэнне рэдакцыйнай групы, стылістычная і зместавая вычытка дакумента – 26.03.2018.

1.2. Рассылка абноўленай версіі Стратэгіі патэнцыйным падпісантам – 30.03.2018, 07.12.2018.

2. **Унясенне змен**

2.1. Унясенне правак і прапаноў у тэкст Стратэгіі – 17.12.2018.

2.2. Рэдакцыйная група карэктуе Стратэгію з улікам правак і рэкамендацый – да 18.12.2018.

2.3. Сустрэча працоўнай групы па ўзгадненні і зацверджанні фінальнай версіі Стратэгіі з запрашэннем аўтараў правак і рэкамендацый, іншых зацікаўленых асоб – 18.12.2018.

2.4. Рассылка фінальнай версіі Стратэгіі з заклікам далучыцца да падпісання – 18.12.2018.

3. **Зацверджанне Стратэгіі – 20.12.2018**

3.1. Мерапрыемства па падпісанні Стратэгіі.

3.2. Размяшчэнне Дэкларацыі і Стратэгіі ў адкрытым доступе з магчымасцю далучыцца да падпісання.

3.3. Дэлегаванне абавязкаў дэпазітара Дэкларацыі і Стратэгіі, а таксама абавязкі па інфармаванні пра прыняцце Стратэгіі і яе змесце беларускіх і міжнародных інстытутаў, якія займаюцца падтрымкай і развіццём медыя.

4. **Напісанне працоўных планаў па рэалізацыі Стратэгіі**

4.1. Ініцыяванне стварэння працоўных груп па распрацоўцы сумесных планаў дзейнасці ў межах пэўных кірункаў, задач, відаў дзейнасці.

4.2. Правядзенне кардынацыйных сустрэч па планаванні і маніторынгу дзейнасці ў рамках Стратэгіі.

5. **Выкананне і маніторынг стратэгічнага плану**

5.1. Стварэнне Каардынацыйнай групы для каардынацыі і маніторынгу дзейнасці па рэалізацыі Стратэгіі.

5.2. Пастаяннае інфармаванне беларускіх і міжнародных інстытутаў пра Стратэгію развіцця незалежнага медыясектара Беларусі і ход яе рэалізацыі.

6. **Падвядзенне вынікаў рэалізацыі Стратэгіі і распрацоўка Стратэгіі на наступны перыяд**

6.1. Правядзенне канферэнцыі па абмеркаванні вынікаў Стратэгіі і планаванні Стратэгіі на наступны перыяд.