

## **СМИ И ЖУРНАЛИСТИКА. Их функции и роль в общественной жизни Армении**

"Интервью", 2002  
Армен Саркисян, социолог

**Объект исследования:** эксперты, работающие в разных СМИ, профессиональных журналистских организациях и эксперты, имеющие сопряченную отрасль деятельности.

**Методика исследования:** экспертный опрос методом глубинного интервью.

**Выборка:** целенаправленная, осуществлена методом "снежного кома".

**Сроки проведения полевых работ:** 10. 12. 2002 г. - 25. 12. 2002 г.

**Цели исследования:**

1. Определить насколько выполняются функции СМИ в Армении;
2. Определить роль и значение СМИ в нашем обществе

### **Введение**

Динамика процессов, происходящих в современном обществе, требует не только адекватного представления фактов общественности. С увеличением количества событий, информационных потоков и средств их выражения возрастает потребность в грамотном, своевременном и беспристрастном отборе и интерпретации этих событий и фактов, а также анализе их причин и возможных последствий, т.е. возрастает также роль и ответственность журналиста, который в данных условиях берёт на себя роль проводника в "информационных джунглях". Роль и предназначение журналиста в обществе специалистами определяется по-разному.

Одни видят функцию журналистов в зеркальном отражении явлений и процессов общественной жизни по возможности беспристрастно, без личностных оценок, видя в журналисте и СМИ роль транслятора фактов на суд аудитории, которая сама должна разобраться в этой информации и на основе своих представлений сформировать своё оценочное поведение;

В то же время согласно другим определениям эта функция отнюдь не ограничена "голым представлением фактов". В данной интерпретации, журналист становится активным (а не пассивным, как в первом случае) участником социально-значимых процессов.

тем более, что трудно определить грани как между фактом и его истолкованием (ибо методы выразительности и журналистский арсенал позволяет смазывать эти грани и создавать разное впечатление в зависимости от мотиваций и уровня профессионализма журналиста), так и между общественной значимостью данного факта. В некоторых случаях уже сам отбор фактов говорит об ориентации журналиста на ту или иную идеологическую установку или определённую линию, занимаемую конкретным журналистом или СМИ. Одним словом, существует множество критериев отбора информации, начиная от профессиональных навыков и сложившихся принципов работы конкретного журналиста или СМИ, и заканчивая той идеологией и политической линией, которая диктуется руководителями или "хозяевами СМИ".

Исходя из вышеуказанных предпосылок, попробуем определиться, каковы же факторы отбора информации, и чем должны руководствоваться СМИ для объективного и целостного отражения реальности, прибегнув к теоретическим материалам. Так, В.П.Пугачев выделяет пять основных принципов, на основе которых во многом происходит отбор информации:

1. Приоритетность (действительная и мнимая, актуальная или подлежащая актуализации) и привлекательность темы для общества..
2. Неординарность фактов.
3. Новизна фактов.
4. сообщение об успехе
5. Высокий общественный статус (источника).

Но в силу некоторой нединамичности общественной жизни Армении, данные критерии не всегда оказывают значительное влияние на политику СМИ, которые имеют вполне определённые цели и задачи, и данный ряд критериев отбора для нас очевиден лишь при освещении оперативных новостей и международных событий.

### **Функции СМИ и их сущность**

Если рассматривать медиа в целом, то можно выделить следующие девять функций СМИ в жизни общества:

#### **1. Информационная функция.**

В данном случае имеется в виду удовлетворение потребностей общества в получении необходимой информации, или опубликовании имеющих общественное значение фактов и событий местного и глобального значения, отражающих важнейшие

политические, социально-экономические, культурные и другие процессы, которые в совокупности составляют объективную картину жизни общества.

## **2. Идеологическая функция**

восходит к пропаганде национальных и общечеловеческих ценностей и норм, нравственных ориентиров, политических и экономических основ развития общества, принципов демократии и свободы.

## **3. Функция социального контроля.**

Предполагает публикацию общественно значимых фактов социально-политической и экономической жизни страны, касающихся соблюдения законности, социальной справедливости, защиты конституционных и международно-признанных фундаментальных прав и свобод всех членов общества.

## **4. Нравственно-воспитательная функция.**

Имеет тесную связь с идеологической функцией, отображая морально-эстетические приоритетные образцы общественного поведения, принципы нравственности и эстетического вкуса, представления о том, что такое добро и зло.

## **5. Познавательная-образовательная функция.**

Восходит к общеобразовательной и научно-познавательной тематике материалов, которые решают конкретные задачи дополнительного обучения и повышения квалификации членов общества.

## **6. Консолидационная функция.**

Стремление к выражению интересов всех групп населения, пропаганде терпимости, взаимоуважения, общественного примирения и консенсуса, уравнивания и консолидации во имя всеобщего решения насущных проблем общества.

## **7. Рекреативная функция**

направлена на обеспечение досуга, приятного времяпрепровождения, отдыха, восстановления сил (рекреации), освещения событий и представления материалов развлекательного характера.

## **8. Инновационная функция.**

Сравнительно новая функция СМИ, сущность которой заключается в том, что в условиях динамично развивающихся процессов, СМИ выполняют разъясняющую, подготовительную роль, создают предпосылки для адекватного принятия новых процессов, с целью

избежания неприятия инноваций и скорейшей адаптации к возможным переменам. Данная функция важна ещё и потому, что общества в основном глубоко консервативны и всегда в той или иной степени оказывают сопротивление переменам, в то время как задача СМИ в данном вопросе по возможности ускорить их принятие и способствовать их институционализации.

9. Наряду с явными функциями специалисты часто выделяют также и латентные функции, сущность которых заключается в скрытом воздействии на общественное сознание. Так зачастую демонстрация криминальной хроники и наказаний за содеянные преступления имеет целью удерживания дальнейших преступлений и факта неотвратимости возмездия, т.е. речь идёт о так называемой **превентивной или предупредительной функции** СМИ.

Перечисленные теоретические функции СМИ редко бывают основным ориентиром для СМИ, так как во многих случаях конкретное медиасредство может выбрать для себя миссию реализации одной или нескольких из перечисленных функций. Однако в процессе осуществления функций возможно несколько результативных вариантов: **функциональный**, когда в той или иной мере осуществляется вытекающая из поставленной функции задача; **дисфункциональный**, когда достигается эффект, обратный предписанной функции; **нефункциональный**, связанный с побочными эффектами, которые не связаны с выполнением основной задачи; и **афункциональное** воздействие, или отсутствие каких-либо явных результатов.

Таким образом, средства массовой информации зачастую могут стать "виновниками" негативных тенденций и процессов в обществе. В данном случае мы имеем дело со следующими девиациями функций СМИ, наиболее часто отмечаемые специалистами отрасли :

- В ряду очевидных дисфункций специалисты отмечают, прежде всего, обилие информационных потоков, когда многообразие и шквал информации, предоставленной медиасредствами, приводит к дезориентации личности, и постепенно в его представлениях сглаживаются различия между важной и неважной информацией.
- Другой негативной и опасной тенденцией является с одной стороны склонность как к крайнему негативизму, которая становится причиной различных фобий, так и к излишнему оптимизму и приукрашиванию грядущих событий, что в свою

- очередь может вызвать фрустрационные эффекты, дисфункции ожиданий и разочарование.
- Следует отметить также патологическую зависимость постоянного населения медиапространства от новостей, прогноза погоды, различного рода сериалов, криминальных новостей и сенсаций.
  - Другим опасным явлением эксперты считают представление в позитивном ракурсе наркотиков, алкоголя, сигарет, межэтнических стереотипов, которые во многом отражаются в современном искусстве, молодёжной субкультуре и контркультуре.
  - Ещё одно негативное последствие деятельности СМИ – массовизация культуры и как следствие понижение планки духовных потребностей и создание ложных идеалов и героев.

Вывод напрашивается сам собой: реализация СМИ своих функций должна быть продуманной и многосторонне взвешенной, дабы не только добиться поставленных целей и задач, но и по возможности избежать нанесения ущерба обществу, который не может быть определён материально, но, несомненно, негативно отразится на векторе его дальнейшего развития. И в этом деле первостепенная задача отводится работникам сферы, которые призваны воплотить в дело и реализовать вышеупомянутые функции. А степень профессионализма и преданности своему делу таких специалистов определит качество, роль и место медиа в социальном пространстве.

### **Роль журналиста в общественной жизни**

Теоретические конструкции и механизмы, которые оторваны от повседневной действительности, не могут быть жизнестойкими и определяющими ориентирами в долгосрочной перспективе развития отрасли. Следовательно, целесообразно детерминировать роль журналиста в сегодняшних условиях и учесть оценки действующих специалистов. В вопросе определения первостепенной роли журналиста в обществе армянские эксперты отрасли отмечают, прежде всего, удовлетворение информационных потребностей населения, предоставление объективной и беспристрастной информации, адекватное отражение действительности. Другой важной миссией журналиста, согласно высказанным мнениям, является формирование общественного мнения касательно жизненно важных и насущных проблем, затрагивающих интересы общества в целом и его различных социальных слоёв. Фактически журналист в представлении экспертов должен быть тем звеном общественного процесса, который обеспечивает посредничество между обществом и властями, способным своевременно выявлять и находить, грамотно

обработать и представить широкой общественности объективную реальность, а также привлечь внимание общества к актуальным темам и злободневным проблемам, решение которых носит безотлагательный характер. Коммуникативная роль, однако, должна осуществляться во всех направлениях, и все участники общественных процессов должны выступать в равной мере, как субъектами, так и объектами освещаемой информации. Другой немаловажной ролью журналиста согласно экспертам является осуществление социального контроля, где он исполняет роль "сторожевого пса" общества, однако активное участие в общественных процессах должно ограничиваться всесторонним представлением фактов и событий, а в вопросах носящих характер ценностных оценок важно представление всех мнений по данному вопросу для обеспечения плюрализма.

Что касается анализа происшествий и событий, их оценок и комментариев, то здесь, как отмечают эксперты, необходимо и важно разграничивать мнения и комментарии от фактов, представления журналиста от экспертных оценок: **золотое правило журналистики**, которое, по словам специалистов, зачастую нарушается недобросовестными журналистами как непреднамеренно, по причине низкого профессионального уровня, так и с умыслом, имея целью создать тот или иной общественный резонанс, или манипулировать общественным сознанием. Такое введение в заблуждение и элементы дезинформации, к сожалению, всё более часто становятся орудием в вопросах манипуляции общественного сознания, и данное явление не только подрывает авторитет всего журналистского сообщества, но и способствует усилению негативных тенденций, таких, как атмосфера недоверия, чувства апатии по отношению не только к СМИ, но и другим общественным институтам.

В равной мере роль средств массовой информации как социального института в условиях демократического общества, по мнению экспертов, заключается в отражении плюрализма мнений, создания моральных и мировоззренческих предпосылок для развития общества. Миссия СМИ в этом самом обществе заключается не только в глубинном отражении общественных процессов, но и в обеспечении широкого участия граждан в них, тем самым содействуя становлению демократических институтов и формированию демократического общества. В условиях Армении этот процесс очень актуален поскольку здесь ощущается явный недостаток в понимании функций и ролей общественных институтов, отсутствие механизмов для интеграции личности в общественные процессы и дисбаланс между различными агентами социализации.

## Влияние СМИ на различные сферы жизни общества

В действительности роль СМИ в общественной жизни страны экспертами оценивается как крайне недостаточная. И здесь необходимо отметить как объективные, так и субъективные причины. Прежде всего отметим, что самую серьезное воздействие на общественные процессы в Армении, в той или иной мере может оказывать наиболее влиятельное из медиасредств – телевидение. Печатная пресса, в силу своей малотиражности не может иметь значительного влияния, Радио, в силу своей преимущественно развлекательной специфики, уж тем более. По оценкам экспертов, радио по своему значению на формирование общественного мнения и влияние на социальные процессы, несмотря на несколько больший охват и аудиторию, имеет меньше шансов, чем пресса. Возвращаясь к вопросу о телевидении следует отметить, что наши телеканалы в силу каких-то причин отражают интересы не общества, а различных властных структур, экономической и политической элиты. В этих условиях трудно говорить о возможностях медиасредств каким-то образом позитивно влиять на общественные процессы и создание общественного мнения. Без общественной поддержки и доверия, СМИ теряют своё социально-значимое воздействие на массовое сознание, и в силу своей разобщённости и поляризованности становятся лишь инструментом в псевдо идеологических баталиях их "волеизъявителей". В этих условиях некоторые из наших СМИ, по словам экспертов, напоминают скорее "смысловые галлюцинации общественно-направленного характера", нежели социальный институт, претендующий на роль "четвёртой власти" в обществе. Тем не менее, специалисты утверждают, что определённую конструктивную роль в решении проблем общества они всё же играют, но лишь в тех случаях, когда решаются какие-то мелкие бытовые задачи, а те, что носят глобальный характер мало зависят от деятельности медиа.

**Таблица N1.** Оценка экспертами влияния СМИ в целом на различные процессы в сферах общественной жизни в Армении.

сферы	влияют	влиют частично		не влияют вообще	нет ответа
		скорее влияют	скорее не влияют		
Политическая	22,5 %	37,5 %	32,5 %	5 %	2,5 %
Экономическая	12,5 %	22,5 %	50 %	12,5 %	2,5 %

Социальная	7,5 %	27,5 %	47,5 %	15 %	2,5 %
Культурная	5 %	20 %	52,5 %	15 %	7,5 %
Духовная	5%	22,5 %	55 %	10 %	7,5 %

Как видно из представленной Таблицы N1, кроме политической сферы, в других областях медиасредства имеют незначительное влияние, в некоторых случаях скорее негативного характера. В экономической сфере влияние СМИ ограничивается рекламными кампаниями, которые в определённой степени формируют потребительское поведение и являются немаловажным фактором в экономических процессах. Что касается социальной, культурной, духовной сфер общественной жизнедеятельности, то тут если и есть влияние, то оно скорее опосредованное и неосознанное, нежели имеющее чётко выраженные ориентиры и цели. Существуют определённые объективные трудности, которые препятствуют динамичному развитию и становлению отрасли. Эксперты отмечают целый комплекс взаимосвязанных проблем в данной области, которые можно свести к четырём основным факторам:

### **1. Политический фактор.**

Излишняя политизированность и поляризованность наших СМИ является следствием того, что СМИ не только тесно взаимосвязаны с политической и экономической элитой, которые финансируют СМИ, и, следовательно, диктуют свою политику. В случае конфликта интересов неизменно проявляется их ангажированность. В этом случае финансовая зависимость и отражение интересов того или иного клана препятствует объективному освещению фактов, приводя к избирательности в вопросе их представления и однобокости в их толковании. Подтверждением зависимости можно считать оценку экспертами степени зависимости СМИ от властей, политической и экономической элиты, согласно которой 40% экспертов склонны считать, что СМИ полностью зависимы, 45% выбрали вариант "в основном зависимы", а 7,5% отметили независимость лишь в некоторых вопросах. Как видим, реалии современных армянских медиасредств, по мнению экспертов таковы, что у нас не только нет местных независимых СМИ, но и они чётко разделены на два противоборствующих и непримиримых лагеря (позиция-оппозиция), которые в борьбе за свои клановые, политические, а в некоторых случаях и экономические интересы используют любые средства и поводы, вплоть до дезинформации, лжи и подлогов.

### **2. Экономический фактор.**



В определённой степени является производным от политического, ибо, с одной стороны, рекламный рынок в Армении строго контролируется определёнными структурами, нет свободы выбора, и, следовательно, рекламные средства распределяются опять же исходя из политических интересов, становясь подпиткой и гарантом деятельности "своей идеологической машины", а с другой - скудность ресурсов и отсутствие самофинансирования, и, как следствие, полная или частичная зависимость не создают условий для свободной конкуренции, а, следовательно, для развития СМИ как бизнеса.

### **3. Социальный фактор.**

Отражение интересов различных кланов, а не общества в целом, игнорирование человека и проблем рядовых граждан способствуют подрыву доверия к СМИ, как к социальному институту. Вследствие этого возникают препятствия для создания условий, при которых СМИ могут выполнять свою общественную роль и функции.

### **4. Профессиональный фактор.**

В данном случае имеется несколько параллельных направлений. Прежде всего, речь идёт об отсутствии традиций и "журналистской школы". Истоки данного явления восходят к изменению общественно-политического строя страны и имеют скорее объективные общественно-исторические причины. "Старая гвардия" журналистов, в определённой мере имея высокие профессиональные качества и навыки работы, трудно адаптировалась в новых условиях "демократизации", а новое поколение журналистов пока что не сумела сформировать свою платформу и общепринятые каноны и принципы. И в данном случае явно ощущаются изъяны как теоретико-педагогического, так и практического характера. Другой аспект проблемы является производным от политического фактора: в условиях политической ангажированности акцентируется ставка не на профессиональные качества, а на лояльность и "служение интересам хозяев", что явилось причиной ухода с арены определённого круга профессионалов.

5. Есть также проблемы финансового характера. Специалистам не столь высокого профессионального уровня не надо много платить, а в условиях "диктофонной журналистики садового кольца", компетентность журналистов не столь актуальна и явно проявляется невостребованность журналистики высокого уровня. С другой стороны, налицо несостоятельность в вопросе удерживания кадров высокого класса, так как этого не позволяют скудные финансовые ресурсы СМИ. Следствием вышеупомянутых причин является отсутствие узкой профессионализации, стимула и

финансовых возможностей для использования всего журналистского инструментария, а в некоторых случаях давление и самоцензура, которая продиктована не морально-этическими соображениями, а скорее желанием избежать лишних проблем и сохранить рабочее место. Надо особо отметить также недостатки в вопросах интеллектуальной составляющей, общей эрудиции и мировоззренческих аспектов современной армянской журналистики, которые зачастую ограничиваются узким кругозором конкретных СМИ и еще более узким – некоторых журналистов. Мало используется публицистика и аналитика, глубинные методы, такие как, к примеру, журналистские расследования.

## "Запретные темы" и табу

Согласно экспертным оценкам в средствах массовой информации, есть целый комплекс задач, связанных со сферами общественной жизни страны, которые освещаются мало, актуальные и "запретные" темы и табу. Причины закрытости информации разные, так как в любом обществе данная проблема в той или иной мере существует, и каждый политический режим, государственная, общественная или частная структура в конкретный исторический период закрыта по-своему. Тем не менее, попробуем определиться, как оценивают эксперты отрасли различные сферы общественной жизни страны на предмет информационной прозрачности. Некоторые негативные аспекты всегда раскрываются и критикуются журналистами, однако, как говорят эксперты, это скорее исключение, чем правило и в таких случаях не редки давления и запугивания журналистов (около 35% экспертов, принимавших участие в нашем опросе, признались, что сталкивались с прямым давлением при осуществлении своих профессиональных обязанностей). В целом, "закрытые темы" отмечаемые экспертами страны, можно разделить на следующие категории:

**1. Имеющие отношения к государственным структурам и элите.** Государственные структуры неохотно предоставляют информацию, ссылаясь на то, что есть, мол, отделы по связям с общественностью, которые занимаются этим, а дополнительная информация скрывается под предлогами "не уполномочен", "занят важными государственными делами" и другими подобными. Тем не менее, если большинство государственных структур лишь косвенно препятствуют открытости информации, то есть "зоны", куда большинство журналистов вообще стараются не "заходить" и вопросы, которых "не принято касаться". Наиболее закрыты для СМИ проблемы армии, силовые структуры, места заключения, и на эти темы, за редким исключением, принято писать либо хорошо,

либо ничего. Коррупция и взяточничество, деятельность политической и экономической элиты, также мало освещается. В основном упоминаются преступления, совершённые ранее, в то время как, к примеру, проблема Арментела становится актуальной лишь тогда, когда в этом замешана какая-либо государственная структура.

2. **Имеющие отношение к экономике.** Эксперты отмечают, что даже целый ряд экономических показателей фактически недоступны либо в силу того, что нет точных данных по причине малой изученности, так и в силу непрозрачности экономической сферы и значительной теневой её части. А имеющиеся данные в большинстве своём являются фикцией.

3. **Имеющие отношение к Арцаху,** урегулированию конфликта и истинному положению дел там, к потоку финансовых ресурсов в Арцах, бюджетным затратам: к тому, кто, каким образом и на какие цели их использует?

4. **Социальные вопросы.** Глубинное освещение социальных проблем, бедности, безработицы, эмиграции и её последствий, проституции, проблем национальных меньшинств, образовательные, пропаганда истинных ценностей, проблемы молодёжи, семьи и брака, сексуальная культура, беженцы, марш, СПИД, механизмы адаптации, спорт и здоровый образ жизни. Есть, конечно, и другие проблемные вопросы, так, к примеру "дело 27 октября". Нет глубинного анализа данного явления и возможных негативных последствий. Проблемы деревни и обыденная жизнь сельского жителя – ещё одно белое пятно в наших СМИ, где освещаемые события не выходят за рамки центра города Ереван. Грань между личным и общественным, между правом человека на личную жизнь и её неприкосновенностью и общественным интересом к его образу и гражданским качествам.

**Суммируя вышесказанное, следует отметить, что развитию СМИ в Армении на сегодняшний день препятствуют как экономические, так и политические факторы: скудность финансовых и материально-технических ресурсов, и как следствие зависимое положение, несоответствие количества СМИ и объёмов рекламного рынка. С другой стороны у наших СМИ нет профессиональной ниши, и они за редким исключением повторяют друг друга. Что касается мнения экспертов о механизмах развития СМИ, то они связывают это в основном с общим оздоровлением экономики, с развитием конкурентного рекламного рынка, а также мероприятиями, направленными на повышение квалификации и профессиональных качеств, как журналистов, так и менеджеров СМИ.**

## Реализация функций и дисфункции армянских СМИ

Представим эмпирические данные, отражающие уровень осуществления армянскими средствами массовой информации своих непосредственных функций. Здесь необходимо сказать о том, что в силу своей политизированности и идеологизированной окраски удовлетворительно выполняются информационная и идеологическая функция СМИ, ибо так или иначе определённые идеологические паттерны становятся объектом ценностных оценок, диктуя в той или иной степени своё собственное мировоззрение. Что касается удовлетворения информационных потребностей, то всё это с оговоркой на то, что предписывается освещать, и насколько открыта и доступна информация. Так и в вопросах оценки оперативности были сделаны коррективы с учётом избирательности материалов, т.е. в данном аспекте целый пласт событий важного значения может остаться без внимания СМИ, а, следовательно, и общественности. Что касается нравственно-педагогической и образовательной функций, то здесь телевидение имеет свои позитивы лишь за счёт телекомпании "Айреник". Необычайно низкий уровень консолидационной функции во всех трёх ветвях СМИ говорит о том, что зачастую они наоборот выполняют функцию разобщения, поляризации общества. В Таблице 2 представлено распределение мнений экспертов на предмет оценки степени реализации указанных функций телевидением в целом.

**Таблица 2.** Насколько осуществляются следующие функции телевидением? (всеми местными вещающими телеканалами вместе)

Функции	Осуществляется полностью	Осуществляется частично		Не осуществляется вообще	Нет ответа
		Скорее осуществляется	Скорее не осуществляется		
Информационная	15 %	55 %	25 %	-	5 %
Идеологическая	15 %	47,5 %	25 %	2,5 %	10 %
Социального контроля	-	27,5 %	45 %	20 %	7,5 %
Нравственно - педагогическая	-	17,5 %	50 %	22,5 %	10%

Образовательно-просветительская	2,5 %	30 %	42,5 %	17,5 %	7,5 %
Интеграционно-консолидационная	2,5 %	17,5 %	27,5 %	45 %	7,5 %
Рекреативная	32,5 %	55 %	5 %	2,5 %	5 %

Радио в силу сложившихся традиций в основном больше тяготеет к выполнению развлекательных функций и досуга. И здесь другие функции получили свои позитивы только лишь благодаря широкой деятельности Общественного радио, которое в той или иной мере обеспечивает остальные функции, имея давние традиции и соответствующую профессиональную подготовку. Жаль, однако, что радио, являясь самым динамичным из СМИ, не взяло на себя функций социально-политической и новостной направленности (за исключением радиопередач радиокompаний "Свобода", "Голос Америки", и некоторых тем, освещаемых Общественным Армянским Радио, "Стереостудией"). Между тем, даже в США радио является наиболее влиятельным из медиа, направленным в особенности на элитарную аудиторию.

В Таблице 3 представлено распределение мнений экспертов на предмет оценки степени реализации указанных функций радио в целом.

**Таблице 3.** Насколько осуществляются следующие функции радио?

(всеми местными вещающими радиоканалами вместе)

Функции	Осуществляется полностью	Осуществляется частично		Не осуществляется вообще	Нет ответа
		Скорее осуществляется	Скорее не осуществляется		
Информационная	7,5 %	47,5 %	20 %	5 %	20 %
Идеологическая	10 %	30 %	27,5 %	2,5 %	30 %
Социального контроля	-	15 %	37,5 %	20 %	27,5 %

Нравственно-педагогическая	-	25 %	27,5 %	20 %	27,5 %
Образовательно-просветительская	2,5 %	37,5 %	25 %	10 %	25 %
Интеграционно-консолидационная	-	20 %	22,5 %	30 %	27,5 %
Рекреативная	22,5 %	40 %	12,5 %	2,5 %	22,5 %

Нишу социально политической направленности и соответствующие функции взяла на себя пресса, которая наименее коммерциализирована и наиболее политизирована. Пресса выполняет не общественно значимые, а узко-идеологические функции, хотя и не исключаются тематические общности, когда интересы данного печатного органа отражают интересы большинства касательно данного вопроса.

В Таблице 4 представлено распределение мнений экспертов на предмет оценки степени реализации указанных функций радио в целом.

**Таблица 4.** Насколько осуществляются следующие функции печатной прессой? (всеми органами печати вместе)

Функции	Осуществляется полностью	Осуществляется частично		Не осуществляется вообще	Нет ответа
		Скорее осуществляется	Скорее не осуществляется		
Информационная	10 %	55 %	27,5 %	-	7,5 %
Идеологическая	17,5 %	40 %	27,5 %	2,5 %	12,5 %
Социального контроля	10 % 3	2,5 %	30 %	17,5 %	10 %
Нравственно-педагогическая	2,5 %	12,5 %	42,5 %	35 %	7,5 %
Образовательно-	2,5 %	22,5	40 %	25 %	10 %

просветительская		%			
Интеграционно-консолидационная	2,5 %	10 %	37,5 %	40 %	10 %
Рекреативная	12,5 %	22,5 %	40 %	17,5 %	7,5 %

Некоторые из критериев распространения информации, предложенные специалистам для оценки, представлены ниже без комментариев.

Специалистам было предложено оценить по пятибалльной шкале перечисленные СМИ по указанным критериям.

### **Критерий оперативности**

Телеканал	Средняя взвешенная	Медиана	Мода
ОАТ	3,47059	4	4
Прометей	3,21212	3	3
А1+*	4,35294	4	5
Армения	2,72727	3	3
Шант	3,46667	4	4
Армен Акоб	2	2	2
АЛМ холдинг	2,58621	3	3
Аравот	3,84848	4	4
Азг	3,72727	4	4
Айкакан Жаманак	3,75	4	4
Айастан Анрапетуцюн	2,93548	3	3
Айоц ашхар	3,03448	3	3
Общественное радио	3,36842	3	3

\* *Примечание: экспертам предлагалось провести оценку телекомпании "А1+" за период вещания.*

\*\**В списке представлены электронные СМИ с общей направленностью и ежедневные газеты.*

*Средняя взвешенная - статистическая средняя, позволяющая*

выявить среднее значение в ряде или шкале с учетом повторений того или иного значения.

Мода - это наиболее часто встречающаяся в совокупности величина варианта.

Медиана - один из центральных вариантов рассматриваемой совокупности.

### Критерий актуальности материалов

Телеканал	Средняя взвешенная	Медиана	Мода
ОАТ	2,9697	3	3
Прометей	3,125	3	3
A1+*	4,0303	4	4
Армения	2,9375	3	3
Шант	3,46667	3	3
Армен Акоб	2,07692	2	2
АЛМ холдинг	2,68966	3	3
Аравот	3,93939	4	4
Азг	3,42424	3	3
Айкакан Жаманак	3,58621	4	4
Айастани Анрапетуцюн	2,77419	3	3
Айоц ашхар	3	3	3
Общественное радио	2,94444	3	3

### Критерий беспристрастности

Телеканал	Средняя взвешенная	Медиана	Мода
ОАТ	1,82353	2	1
Прометей	2,30303	2	1
A1+*	3,17647	3	3
Армения	2,28125	2	2
Шант	3,06452	3	3



Армен Акоб	2,46154	2	2
АЛМ холдинг	2,06667	2	1
Аравот	2,64706	3	3
Азг	2,76471	3	3
Айкакан Жаманак	2,22581	2	3
Айастані Анрапетуцюн	2,125	2	2
Айоц Ашхар	1,86667	2	1
Общественное радио	2,7619	3	3

### Критерий достоверности

Телеканал	Средняя взвешенная	Медиана	Мода
ОАТ	2,55882	2,5	3
Прометей	3	3	4
А1+*	3,47059	3,5	4
Армения	2,63636	3	3
Шант	3,21875	3	3
Армен Акоб	2,66667	3	3
АЛМ холдинг	2,34483	2	1
Аравот	2,88235	3	3
Азг	3,26471	3	3
Айкакан Жаманак	2,53333	2	2
Айастані Анрапетуцюн	2,71875	3	2
Айоц Ашхар	2,27586	2	2
Общественное радио	3,2	3	3

Наиболее актуальными из дисфункций СМИ специалисты называют следующие: дезинформация и разобщение общества, разделение его на два полярных лагеря, страхи, атмосфера недоверия к обществу в целом. По мнению экспертов, именно в СМИ наиболее видимы проблемы общества в целом, коррумпированность,

ангажированность, доминанта лести и манипуляций, неравенство возможностей и отсутствие здоровой конкуренции во всех областях общественной жизни, подрыв доверия и создание стереотипа о нелегитимности любых выборов, как демократического механизма делегирования власти.

Специалисты отмечают и другие дисфункции, в частности, такие как негативизм, апатия, агрессия, деградация национальных ценностей и норм, уход от исторических истоков, дезориентация общества и манипуляции различного рода, односторонняя пропаганда, и как следствие поляризованность общества по любому спектру вопросов, понижение уровня интеллекта населения, снижение этического уровня, и эстетического вкуса, безвкусица и очень низкая культурная планка, потеря деликатности, безразличие к проблемам других.

И самое важное, полное пренебрежение символами государства и общества, где патриотизм и идеалы служения родине скорее заменены местничеством, а вместо истинных героев нашего времени, мы видим ложные образы, которые не дают обществу необходимого толчка и духовного подъёма. Почти забыты культурные ценности и налицо чрезмерная открытость тех механизмов, которые выполняли функции внутреннего контроля общества. Говоря о дисфункциях, стоит сказать также о культуре языка и образцов поведения. Образы псевдогероев, которых лепят для нас армянские СМИ, не идут ни в какое сравнение с российскими, которые всегда более идеализированы.

Эксперты соглашаются в мнении, что столь широкий спектр проблем отрасли не может иметь однозначных и легких решений и потребуют не только финансовых, временных, материально-технических затрат, но претворения в жизнь продуманного комплекса взаимосвязанных мероприятий с широким участием всех общественных институтов и ведущих специалистов отрасли, специалистов, готовых бороться не только за свои узконаправленные интересы, но и во благо оздоровления всей отрасли и создания единых, честных и взаимоприемлемых правил игры, начиная с либерализации рекламной отрасли и заканчивая принятием общего этического кодекса журналиста. Одной из важных и первостепенных задач может стать выработка специалистами концепции развития СМИ в Армении, которая может определить приоритеты и этапы развития, и лоббирование в структурах власти для её принятия. Здесь может стать полезным опыт других стран в решении подобной задачи, которая в основном видится специалистами в ключе возможной либерализации после грядущих выборов и принятия законов, временно предоставляющих

налоговые льготы или поддержки государства в виде дотаций. В вопросах перспектив развития специалисты прогнозируют уменьшение количества субъектов данного поля процессы слияния и укрупнения, которые сделают возможными как развитие отрасли, так и усиления влияния СМИ на общественные процессы. В ближайших перспективах технические и технологические инновации возможны лишь в случае возникновения условий для медиабизнеса, а использование интернет технологий и конвергенция с ТВ и радио - лишь в случае демонополизации сферы коммуникаций и создание условий для свободной конкуренции, ведь в этих условиях высокие технологии создадут условия для увеличения аудитории за счет диаспоры. И всё же, по мнению опрошенных., данные преобразования невозможны без участия различных институтов власти и возможны лишь в случае создания открытых прозрачных конкурентных условий, а для этого нужна политическая воля власть имущих и изменение традиционных, уже изживших себя представлений о роли СМИ в обществе.