

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СМИ В АРМЕНИИ

"Интервью", 2003
Армен Саркисян, социолог

Введение

Определяя медиапространство Армении в целом, специалисты отмечают некоторую серость и безликость телевидения и других СМИ, у многих из них нет своего лица, гражданской позиции, нет также различий в стилистике, форме и что самое важное, в содержании предлагаемых материалов. Это имеет как свои объективные, так и субъективные причины. С одной стороны многие представители средств массовой информации объясняют это явление тем, что у нас мало высококлассных специалистов, с другой стороны материально-техническая оснащённость СМИ не позволяет производить высококлассную продукцию с частой периодичностью. Наконец, требования и ожидания публики не столь велики. Явление «желтизны» в журналистике в определённой степени обусловлено склонностью людей к преувеличениям, слухам, интересом к сенсациям и мистификациям, и заболевание "желтухой" характерно для многих СМИ в мире. Сегодня к понятию жёлтой прессы в классическом смысле можно добавить и жёлтое телевидение. По аналогии с механизмом психологической адаптации - проекцией, многие СМИ занимаются подменой объектов внимания и общественного интереса, что создаёт плодородную почву для манипуляций общественным сознанием.

По словам экспертов, лишь небольшая часть общественной проблематики освещается в СМИ, и "Армению невозможно увидеть в армянских медиа, нет общественного диалога, нет плюрализма в рамках как конкретного канала/издания, так и в целом". С другой стороны, все члены общества, и даже профессионалы, недовольны СМИ, но очень мало дебатов и обмена мнениями по данному вопросу. При этом СМИ должны вести постоянный диалог с обществом, а не с властью и элитой. Подобная маргинализация средств массовой информации приводит к экстремальным проявлениям, когда возможны две крайности. С одной стороны, может создаться впечатление, что некоторые наши печатные издания находятся в "наркотическом экстазе от вседозволенности и свободы (причём даже нравственной), когда можно говорить о чём угодно и в любой форме", а с другой стороны наблюдается состояние "творческого паралича или стагнации". Таким образом, самореализация и творческая фантазия многих интересных журналистов проистекает в областях далёких от классических представлений. К счастью таких проявлений в наших СМИ становится всё меньше, и стремлением выделиться именно такой позицией "страдают" всё меньше журналистов. Наступает понимание, что успех возможен лишь при условии сохранения профессиональной

этики и "своего лица", а также дифференциации строго-событийной информации от комментариев.

Основные проблемы, отмечаемые экспертами отрасли можно классифицировать в две группы: внешние (влияющие на отрасль извне) и внутренние (отраслевые).

Структурные проблемы отрасли

Основные проблемы, отмечаемые экспертами отрасли можно классифицировать в две группы: внешние (влияющие на отрасль извне) и внутренние (отраслевые). Говоря о внешних или структурных проблемах в целом, эксперты склонны отмечать следующие:

Давление политической и экономической элиты

Явно или скрыто такое давление, по словам экспертов, ощущается, хотя если у СМИ есть рейтинговые передачи и влияние, то проблем с властями как регионального, так и республиканского масштаба возникает меньше, и они легче решаются. Иначе говоря, СМИ и журналисты должны сами своим влиянием и популярностью завоевать ту степень свободы, которая позволила бы дистанцироваться от проблем подобного характера.

Экономическое положение страны в целом и скудность рекламного рынка.

Социально-экономическая напряжённость в стране и отсталость регионов не способствуют динамичному развитию СМИ. Скудность рекламного рынка, экономическая нестабильность и другие особенности развития экономики не создают условий для конкуренции во многих сферах. Надо отметить и проблему теневого характера значительной части экономики.

Информационный вакуум

Открытость информации и равные возможности для доступа к ней также белое пятно в нашем обществе. Многие ведомства и организации не предоставляют информации на местах, и для её получения необходимо добиваться специального разрешения, что иногда требует времени, по истечению которого полученная информация теряет всякую актуальность. Определённые сферы общественной жизни вообще недоступны, в том числе некоторые важные макроэкономические показатели, статистическая информация и т.д..

Отсутствие государственной политики по отношению к СМИ

В вопросе повышения роли СМИ и её значения в общественно-политической жизни страны первостепенную роль должны играть сами СМИ, но только в случае государственной поддержки, либо выработки стратегического подхода к их долговременному развитию. Развитие столь важного института требует стратегического подхода государства в этом вопросе, причём это должно

отражаться как на общенациональном уровне, так и в вопросе развития региональных СМИ.

Несовершенство законодательной базы и необходимость создания равных условий для конкуренции в отрасли

Наличие продуманных законов в любой сфере это гарантия от потрясений и предпосылка для развития субъектов права. Таким образом, создание равных гарантированных возможностей для всех участников данной сферы, вне зависимости от их направленности и политической окраски и территории распространения, может стать первым шагом к построению реальной силы, под названием ЧЕТВЕРТАЯ ВЛАСТЬ.

Осознание роли и функций СМИ в обществе

Непродуманная и ангажированная политика некоторых медиа привела к девальвации роли и значения СМИ в обществе вообще. Фактически, из мощного инструмента поддержки свободы слова и механизма его реализации, в массовом сознании СМИ стали лишь субъектом манипуляций и рупором для их учредителей, руководителей или той части экономической и политической элиты, интересы которых они выражают, либо от которых они получают финансовые или материальные субсидии.

Внутриотраслевые проблемы отрасли

Внутренние или внутриотраслевые проблемы средств массовой информации, в свою очередь можно разделить на институциональные и материально-технические. В числе внутренних проблем, препятствующих развитию СМИ, по словам экспертов, можно назвать следующие основные:

I. Институциональные:

- Кадры (журналисты, режиссёры, операторы, дизайнеры, специалисты по эфиру, монтажу и другие работники ТВ, радио и прессы)
Во многом именно слабое материальное положение СМИ ведёт к скудным профессиональным ресурсам и отсутствию высококвалифицированных кадров. Профессиональные, высококлассные специалисты не достают не только в регионах, но и на крупных национальных каналах потребность в кадрах всегда стоит остро. Операторов, режиссёров, квалифицированных журналистов, телевизионных и эфирных специалистов не хватает на все СМИ, количество которых в Армении огромное и продолжает расти. Девальвировались ценности, профессиональные критерии работников СМИ. Идет ориентация на бизнес не в самом цивилизованном смысле этого понятия. По оценке специалистов, нашим журналистам очень не хватает смелости, и "самоцензура" работников СМИ является определяющим в их деятельности. А профессиональный уровень журналистов предполагает не

только информационную насыщенность, но и удовлетворение запросов аудитории, постановка актуальных проблем. В этом случае будут полезны контакты и обмен опытом с передовыми журналистами из зарубежных СМИ. Сегодня в Армении необходимо развивать некоторые жанры, такие как журналистское расследование. Нужны исследовательских и некоммерческие проектов в социальной и культурной сферах, но они, пока, к сожалению, носят единичный характер и влиятельные СМИ мало вовлечены в этот процесс.

- **Менеджмент**
Проблема руководства и управления актуальна и многие сферы общественной жизни в Армении нуждаются в кардинальной управленческой реформе. Проблема характерна и для СМИ. Руководство СМИ предполагает решение сложного комплекса организационных, материально-технических и творческих проблем. Далеко не последнее место в менеджменте СМИ занимает кадровая политика, которая предполагает создание команды нацеленной на успех.
- **Маркетинг**
Эффективный многоуровневый маркетинг в области средств массовой информации может также решить множество проблем отрасли. Именно с его помощью можно определить целесообразность громадных финансовых затрат на производство и решить проблему привлечения финансов.
- **Гражданская ответственность журналистов, отражение мнений общества и плюрализма.**
Отделение мнений от комментариев, свобода слова и плюрализм мнений как фундаментальных понятий современной демократии, предоставление всех возможных точек зрения и разворачивание полемики в рамках одного СМИ есть неперемное условие для СМИ. Кроме всего прочего, профессия журналиста обязывает иметь высокую степень гражданской ответственности и осознания того, что в центре всех событий и происшествий в обществе стоят ЗРИТЕЛЬ, СЛУШАТЕЛЬ и ЧИТАТЕЛЬ.
- **Контент**
Содержание многих армянских СМИ оставляет двойственное впечатление, с одной стороны в большинстве случаев мы имеем дело с непрофессиональным подходом, с другой – недостатком тематического и жанрового разнообразия, как признака очевидной маргинализации многих СМИ (в данном случае термин маргинализация используется в контексте утраты социальным институтом своих основных функций и ролей).

II. Материально-технические:

- **Экономическая нестабильность, скудность финансовых ресурсов**
Слабая экономическая активность имеет своё воздействие на сферу СМИ и, учитывая финансовые риски и неопределённость в вопросе дальнейших перспектив развития и оборотности средств препятствуют серьёзным инвестициям в отрасль, за редким исключением. У многих СМИ недостаток материальных средств чувствуется даже на стадии покрытия расходов и

выдачи заработной платы, а о реальных оборотных средствах на техническое оснащение, инвестиции в новые проекты, создание студий, павильонов, других непереносимых атрибутов развития многие из них не могут даже мечтать, если окупятся расходы, и то уже хорошо.

- **Техническое оснащение**
Часть армянских медиа отметили в 2003 году некоторый технический прогресс за счёт средств от политической рекламы. Однако, оборудование ряда армянских СМИ морально и материально устарело и изнашивается. Тем не менее, не всегда технические средства и высокое качество есть результат лишь финансовых капиталовложений, но и за счёт проявления смекалки и технической фантазии.
- **Коммуникационные проблемы (связь, активный видеообмен информацией)**
Наверняка данная проблема СМИ является производной от финансовой, ибо чаще для обеспечения оперативности, живых кадров с места событий, обеспечивающих эффект присутствия и, следовательно, интерес зрительской аудитории необходимо иметь надлежащие системы коммуникаций (релейная связь, оптико-волоконная связь, спутниковая связь). Эти средства стоят денег, и пока в эфирах наших телеканалов можно видеть лишь редкие примеры таких инноваций. Надо отметить, что исходя из своих особенностей, технически более мобильным в данном вопросе в Армении является радио, которое уже активно использует интернет. Печатные СМИ имеют большую степень независимости от технологий, чем электронные. Однако в силу большей финансовой зависимости и небольших тиражей они не в состоянии иметь реальное воздействие на формирование общественного мнения. И всё же, часть специалистов склонна считать, что в печатной прессе есть свободная конкуренция, чего нет в электронных СМИ. Если электронные СМИ являются в основном источником коммерции, то газеты - это политика чистой воды, где ведётся идейно-политическая борьба за умы, а не кошельки обывателя. Специалисты отметили также явный недостаток в вопросе распространения прессы. Возобновление системы подписки и создание нового, альтернативного "Аймамулу" агентства могут в значительной степени стимулировать развитие отрасли.

Множественный характер проблем отрасли создаёт трудности для определения наиболее важных из них, а также их причинно-следственных связей. И лишь небольшая часть экспертов полагает, что в сложившихся обстоятельствах в ближайшей перспективе состояние СМИ может улучшиться кардинально, все остальные специалисты настроены пессимистически и полагают, что развитие отрасли возможно лишь при серьёзных изменениях в общей политике и стратегии всех сил общества.

Перспективы развития СМИ в Армении

Развитие телевидения и радио в Армении сопряжено с целым рядом проблем и трудностей, наиболее важным из которых является реализация принятых Арменией международных договоров по соблюдению авторских и смежных прав. Не секрет, что кроме собственного производства наши электронные СМИ используют в большом количестве пиратские видеоматериалы. Законное приобретение фильмов и другой продукции также связано с финансовым состоянием СМИ. Рано или поздно, на Армению будет международное давление по защите авторских прав, и, следовательно, наши СМИ уже сегодня постепенно должны адаптироваться к реалиям вещательного бизнеса. Это требует, прежде всего, повышения качества собственной продукции, готовность, как финансовую, так и психологическую, к покупке передач, фильмов, и к выплате авторских гонораров за использование интеллектуальной собственности.

Для этого нужно ещё подготовить как общество, так и самих работников СМИ. Исходя из этих позиций, перспективы дальнейшего развития СМИ зависят от институциональных преобразований отрасли, создания законодательных основ и равноправных условий для всех акторов информационного пространства. А это предполагает некоторые изменения:

Повышение роли СМИ в общественной жизни страны:

По мнению большинства специалистов, важной задачей является повышение роли средств массовой информации в обществе и ответственности журналистов. Повышение значимости СМИ является производной от достижения реальной политической и экономической независимости. Международные организации, миссия которых включает в себя развитие демократических институтов и средств массовой информации, посредством грантовых программ различные комплексные мероприятия, связанные с деятельности СМИ. При такой поддержке государственному аппарату требуется лишь политическая воля для создания эффективной, отвечающей духу времени законодательной базы и, что самое главное, создания эффективных и действенных механизмов для их имплементации.

Создание благоприятной законодательной базы:

С одной стороны средства массовой информации должны, так или иначе, действовать по законам рынка, и если их рассматривать в качестве одной из отраслей бизнеса, то, учитывая рентабельность, норму прибыли, другие важные экономические показатели, законодательные органы страны должны создать соответствующие условия для их развития у нас. Однако, учитывая тот факт, что СМИ имеют также огромное социальное, идеологическое, воспитательное значение и осуществление многих социально значимых проектов никак не связано с коммерцией и, наоборот скорее требует субсидирования. В этой связи необходимо законодательно определить основы функционирования разных СМИ и применить дифференцированный подход к ним (коммерческие и некоммерческие СМИ). Речь, конечно, идёт также об условиях лицензирования, реальных уровней субсидий для регионального развития СМИ и осуществления социально значимых

проектов, для чего можно создать механизм тендеров на производство и трансляцию программ за счёт государственных средств или фондов.

Сотрудничество разных СМИ:

Работники сферы масс-медиа сами должны ратовать за создание атмосферы идеологической, технической и профессиональной альтернативы, которая станет гарантом развития отрасли. Что касается внешних проблем развития, то консолидированный подход к их решению, привлечение всех здоровых сил в деле решения задач и принятие общих, принимаемых всеми правил игры является фундаментальным требованием для существования сильных, профессиональных и независимых СМИ.

Техническое развитие:

Ввиду вышеуказанных проблем телекоммуникаций, интеграционные процессы между традиционными СМИ и интернетом проходят крайне замедленно. Отсутствие у большинства телекомпаний своих активных и часто посещаемых сайтов и низкая степень интерактивности также свидетельствуют о том, что руководители ТВ либо пока не осознают важность интернета, либо не всегда имеют заинтересованность в диалоге со зрителем, в нуждах аудитории и удовлетворении именно их потребностей и желаний. Исходя из этих соображений, наиболее доступными и технически осуществимыми у нас могут стать новые проекты по внедрению кабельного телевидения и телеканалов с кодированным сигналом. Другой альтернативой быстрого и динамичного развития может стать развитие телесетей, примеры которых уже были ("Амаспюр"), а сегодня уже на стадии осуществления два проекта по объединению региональных телекомпаний в телесеть. Именно телесети, по мнению многих специалистов, могут стать гарантом существования и развития региональных телекомпаний.

Ещё одним перспективным направлением может стать укрупнение СМИ, конвергенция телевидения и других СМИ, а в дальнейшей перспективе - создание медиа-холдингов. Попытки и примеры таких объединений у нас уже есть, но насколько оправданы и органичны такие слияния, покажет время.

Повышение уровня программ:

Специалисты в один голос утверждали, что армянским СМИ "грозит" также неминуемое повышение качества и содержания телепередач. Стимулом к этому стало понимание того, что именно содержание программ может обеспечить привлечение новых рекламных средств. Даже компания Procter&Gamble, активно рекламирующая на нашем рынке свои брэнды, недавно заявила о кардинальном изменении стратегии, и вскоре P&G полностью перейдёт на стратегию рекламных акций. Наиболее удачным примером такой стратегической направленности являются спортивные передачи (футбол), которые создают заманчивые условия для размещения рекламы или спонсорства.