МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САХАЛИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Гуманитарный институт
Кафедра журналистики

Попова Анастасия Валерьевна

Общественное телевидение: зарубежные и российские модели

Выпускная квалификационная работа
Специальность 030601.65 «Журналистика»

Научный руководитель:
Доцент кафедры
журналистики
Н. В. Зиновьева

Допущен(а) к защите:
и. о. зав. кафедрой
журналистики
_____Н. В. Зиновьева
«____»_____2015 г.
Рег. № _____ (__ экз.)

Южно-Сахалинск
2015

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....3
Глава I. ОБЩЕСТВЕННОЕ ВЕЩАНИЕ КАК ЯВЛЕНИЕ.....8
1.1. Основные модели общественного телевидения.....8
1.2. Зарубежная модель общественного телевидения.....19
Глава II. ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ:
ЭВОЛЮЦИЯ И ОСОБЕННОСТИ.....29
2.1. История общественного телевидения в России.....29
2.2. Сравнительный анализ телеканалов BBC и ОТР.....43
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....52
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....57
ПРИЛОЖЕНИЯ…….....61

ВВЕДЕНИЕ

На протяжении многих лет телевидение остается одним из самых сильных инструментов формирования общественного мнения. Телевидение, являясь самым доступным и распространенным средством массовой информации в условиях современной России, обеспечивает большинство людей сведениями из всех областей человеческой деятельности, тем самым, влияя на информационную и культурную ситуацию в современном обществе. Телевидение заполняет досуг человека, информирует его о состоянии мира, развлекает, иногда обучает его, а также достаточно сильно воздействует на духовные ценности, на весь строй мышления людей, на стиль мировосприятия, на тип культуры сегодняшнего дня. Современная же культура складывается не только из совокупности освоенных и вновь созданных ценностей, но также формируется средствами массовой коммуникации, в том числе телевидением, которое выступает механизмом распространения этих ценностей. Поскольку телевидение является средством массовой коммуникации и мощным инструментом формирования общественного сознания, собственник того или иного канала (будь то государство или коммерческая организация) не может преследовать только прагматические цели. Он обязан учитывать национальные, социальные особенности аудитории.

Порядка 90 лет существует общественное телевидение в мировой телевизионной практике. Российскому общественному телевидению как телеканалу и как явлению 19 мая 2014 г. исполнился ровно год. За этот короткий срок телеканал уже успел обзавестись постоянными заинтересованными зрителями и постоянными критиками своей работы. Но, что еще более важно, сформирован телеконтент и выработана общая концепция телеканала. Сегодня ОТР можно рассматривать на федеральном уровне не просто как набор телепрограмм, расставленных в сетке вещания, а как целостный проект со своими миссией и задачами.

Все средства массовой информации вне зависимости от их политики вещания должны отвечать требованиям так называемого системного подхода. Иными словами – выполнять возложенные на них социальные функции по информированию, рекреации, культурному просвещению, социализации и так далее.

Однако современное телевидение редко выдерживает баланс в выполнении этих функций. Таким образом, один телеканал больше тяготеет к информационному вещанию, другой – к развлекательному, а третий – к аналитическому, и это зависит не только от предпочтений учредителя. Многие факторы вкупе влияют на формирование образа канала, в том числе и технические. Такие, например, как частота вещания, охват территории, возможность устраивать свое программное производство.

Сегодня телевидение выступает как некая самостоятельная, значительная сила, выражающая общесоциальные тенденции. И эта медиафункция утрируется, когда речь заходит о российском общественном телевидении. Ведь ОТР – это не просто информационный или развлекательный канал. Основными задачами он ставит перед собой развитие гражданского общества и пропаганду общечеловеческих ценностей. Однако насколько приписываемые ОТР социальные функции и качества соответствует действительности? Для этого и необходимо провести анализ формата телеканала.

Актуальность темы исследования связана с тем, что вопрос развития телевидения в России является одним из важных и дискуссионных по своей сути. Варианты и прогнозы развития телевидения в России и в мире предлагаются и рассматриваются самые различные, но одна из очевидных тенденций последних лет - общественное телевидение, которое является новым типом и форматом вещания. Общественное телевидение отличается своей независимостью, свободой слова, большим выбором предложений программ и прочих медиа решений.

Сторонники общественного телевидения, прежде всего, журналисты, которые отстаивают свободу слова, его независимость и выступающие за активное развитие телевидения выступают за создание общественного ТВ, которое может стать источником информации, свободным от какого-либо влияния различных групп и интересов. Формирование и развитие демократического гражданского общества в России делает рассмотрение феномена общественного телевидения довольно актуальным.

Важный вклад в изучение национальных систем общественного телевещания внесли международные организации, такие как ЮНЕСКО, Европейская ассоциация регионального телерадиовещания (Circom), а также международные исследовательские компании.

Объект исследования - общественное телевидение в целом как реальная форма социально-функциональной организации института телевидения.

Предмет исследования – конкретные общественные телеканалы (BBC, ОТР).

Цель исследования - на основе анализа социальных условий в России и изучения мирового опыта определить предпосылки становления отечественного общественного телевидения.

Для достижения данной цели нам потребуется решить следующие **задачи**:

- рассмотреть основные модели общественного телевидения;
- изучить зарубежную модель общественного телевидения;
- провести исторический анализ общественного телевидения в России;
- провести сравнительный анализ телеканалов BBC и ОТР.

Научная новизна исследования состоит в том, что, несмотря на достаточно широкое освещение темы развития и трансформации концепции общественного телевидения в условиях современного медиарынка, общественное телевидение как таковое практически не попадало в поле

зрения исследователей. В работе предметом исследований избрана национальная модель общественного телевидения Великобритании, осуществлен анализ последних тенденций и проблем в данной сфере, рассмотрены первые признаки трансформации концепции в условиях развития цифрового телевещания, а также рассмотрение возможности создания регионального общественного вещания.

Теоретическая и практическая значимость результатов настоящего исследования представляется достаточно высокой. Его основные положения, выводы и прогнозы создают предпосылки осуществления на практике оптимального планирования, формирования, регламентации, обеспечения системного функционирования и контроля общества за деятельностью телевидения в информационном обществе сообразно существующим национальным, социальным, экономическим, политическим и культурным предпосылкам и с учетом опыта зарубежных медиасистем.

Материалы и источники исследования. К вопросу об автономности общественного телевидения как некой социальной единицы в своих теоретических работах обращаются такие отечественные исследователи, как А.Г. Качкаева[1], В.И. Савинков[2], С.С. Сумленный[3], И.В. Григорьева[4].

Основными **методами исследования** в работе стали анализ документов, как отечественных, так и зарубежных, особенно на английском языке, изучение аналитических монографий, статей и обзоров, посвященных деятельности британских средств массовой информации, а также изучение освещения исследуемой темы в сети Интернет.

При непосредственном написании практической части работы использовался системно-структурный подход.

---

[1] Качкаева, А. Г. История телевидения в России: между властью, свободой и собственностью // http://www.ru-90.ru/node/1316/ 09/00/ (15.04.15)

[2]Савинков,В.И. Общественное телевидение – инструмент формирования культурно-информационного пространства России / В. И. Савинков // Экономика и управление. – 2012, № 5. – С. 6.

[3] Сумленный, С. С. Россия и мир в новом веке // Общественное телевидение в России и мире: проблемы и перспективы: –М, 2010. – С. 40-54.

[4]Григорьева, И.В. Трансформация общественного телевидения в мультимедийной среде: зарубежный опыт: М -2012. С. 25.

Структура работы: работа состоит из введения, двух глав (четырех параграфов), заключения и списка используемой литературы.

Глава I. ОБЩЕСТВЕННОЕ ВЕЩАНИЕ КАК ЯВЛЕНИЕ

1.1. Основные модели общественного телевидения

Мировой опыт создания общественного вещания предполагает, по крайней мере, два варианта зарождения общественного вещания. Первый из них создавался по инициативе власти, ну а второй под давлением народа.

Исторически, первой моделью был британский вариант. Общественное вещание в этой стране было создано в 20-х годах прошлого века Королевской хартией. Ну а как следствие, по такому же принципу создавались большинство европейских моделей общественного вещания. Альтернативные варианты были созданы во Франции и Чехии[5].

Предпосылкой создания института общественного телевидения во Франции было недовольство молодежи вещательной политикой государственных телеканалов. Во время усиления волнений, когда население уже пошло на штурм Эйфелевой башни, власти пошли на создание нового - общественного формата вещания.

За годы войны во всех странах была создана радиопромышленность, которая в массовых масштабах поставляла армии радиооборудование. После войны эти заводы остановились, и промышленники стали искать новые рынки сбыта своей продукции. Первый взгляд пал на продажу радиоприемников населению. Но проблема возникала в том, что не существовало передач, которые можно было бы предложить слушателям. Кроме того, не было также системы сбыта, которая могла бы продавать и обслуживать технически сложные аппараты населению. Для решения этих проблем стали создаваться корпорации, в которые стали вступать заводы, сбытовые сети и специально созданные программные службы, которые стали делать развлекательные и информационные передачи. Именно таким образом

[5] Союз журналистов России, Энциклопедия общественного вещания / Под ред. Т. А. Бриляковой. – М. 2005. – С. 9.

и была создана ВВС. Это был достаточно долгий процесс трансформации государственных телеканалов. Для превращения коммерческих корпораций в общественные понадобился политический фактор.

Миллионы погибших людей во время войны разрушили религиозную мораль, веру в прогрессивный характер развития человеческой цивилизации. Кроме того, эффективность военной пропаганды напугала европейское общество. Если до этого господствовало представление о человеке как о разумном индивидууме, стремящемся к познанию, то после войны представление о человеке сменилось на образ толпы управляемой эмоциями и легко подверженной внешнему воздействию. В 1917 году в России произошла революция и к власти пришли коммунистическая партия, социалистические идеи стали очень популярны в Европе.

У европейских правящих политических элит, сформировалось убеждение, что ограничением «красной пропаганды» удастся остановить рост популярности демократических и рабочих партий.

Именно поэтому во второй половине 1920-х годов в большинстве стран мира коммерческие корпорации были преобразованы в общественные. Кроме того, было введено монополия на вещание – были запрещены все остальные вещатели[6].

Давление общества на власть в поддержку общественного вещания имеет место и в других странах. Громкие истории в Чехии и США, когда народ был недоволен попытками Парламента контролировать телевидение. Национальные модели общественного вещания, несмотря на многообразие форм, имеют четыре объединяющих признака.

Во-первых, все общественные телерадиоканалы формируются только на основе специального законодательства. Это могут быть отдельные законы, как, например, Королевская хартия, составляющая правовую базу Би-би-си,

[6] Союз журналистов России, Энциклопедия общественного вещания / Под ред. Т. А. Бриляковой. – М. 2005. – С. 10.

или Закон об общественном вещании, принятый в 1967 году в США, давший старт развитию общественного вещания в этой стране.

Во-вторых, любое общественное вещание предусматривает контроль со стороны общества через соответствующие коллегиальные органы, представляющие структуры гражданского общества, и гарантирует вещателю независимость от государства[7].

В-третьих, финансирование общественного вещания производится в соответствии с законом и исключает возможность подчинить канал коммерческим интересам.

В-четвертых, содержание общественного вещания, его программная политика строится на основе объективной информации и стремится удовлетворить интересы самой широкой аудитории.

Прежде чем переходить к анализу общественного телевидения как самостоятельного явления, целесообразно ввести понятие «общественного» в более широком виде.

Общественным вещанием является всякое вещание, удовлетворяющее трем условиям: оно должно служить интересам общества, финансироваться обществом, контролироваться обществом. Под обществом в данном случае подразумевается «все население страны (региона), которую обслуживает общественная вещательная организация» [8].Это определение хотя и выражает основную идею общественного вещания, но при этом не носит строгого характера: каждый из его пунктов допускает неоднозначное толкование. Служить интересам общества, информируя его о последних событиях, развлекая и просвещая его, предоставляя отдельным его членам возможность донести до других свою точку зрения - это в той или иной степени цель телевидения как такового. В то же время именно способы достижения этой цели, особенности того, как «служит» обществу тот или

[7] Батурин, Ю.М. Закон о СМИ: на перекрестке веков и мнений / Ю. М. Батурин, М.А.Федотов, В.JI. Энтин. М., Союз журналистов России. – 2004. – С. 223.

[8] Склярова, Я. Нужно ли России общественное ТВ? / Я. Склярова // Телевидение и радиовещание. Broadcasting. – 2003. – 30 марта. – С. 57.

иной телевещатель, являются важнейшим результатом его деятельности, так как в конечном итоге, с точки зрения общества, важна именно социальная миссия телеканала: то воздействие, которое телеканал оказывает на людей, формирующих это общество. От этого напрямую зависит и контент телеканала, он должен быть максимально разнообразным и включать в себя все жанры программ, от новостных и аналитических до развлекательных.

На сегодняшний день в научной литературе существует несколько понятий «Общественное телевидение». И.В. Григорьева считает, что общественное телевидение – это средство массовой информации, которое предоставляет информацию, помогающую зрителю сформировать наиболее объективное понимание сути происходящего. Факты, сообщаемые общественным телевидением, должны подвергаться тщательной проверке. Автор статьи отмечает, что обеспечение зрителей независимой, объективной информацией – одна из основных задач общественного вещания.

Н.Е. Орешкина придерживается мнения, что общественное телевидение – это «некоммерческий институт, находящийся в общественной или государственной собственности, отвечающий за выполнение ряда общественных функций, возложенных на него государством или иным институтом регулирования вещательной деятельности в стране, посредством вещания на одном или нескольких телевизионных каналах» [9].

С.С. Сумленный в своей статье «Общественное телевидение в России и мире: проблемы и перспективы» определяет общественное телевидение как независимые медиа, отражающие интересы широкого спектра общественных групп[10].

На современном этапе общественные телеканалы функционируют более чем в 40 странах мира.

---

[9] Орешкина, Н. Е. Общественное телевидение в информационном обществе: британская модель. – М., – 2005 – С. – 123.

[10] Сумленный, С. С. Россия и мир в новом веке // Общественное телевидение в России и мире: проблемы и перспективы: –М, 2010. – С. 40-54.

В Северной Америке можно наблюдать две разных модели общественного телерадиовещания. Ее можно назвать уникальной. Если в Европейских моделях общенациональное общественное телевидение создавалось через трансформацию государственных телерадиокомпаний, и тем самым ликвидировало государственную монополию в эфире, то в США вообще никогда не было общенациональных государственных телерадиокомпаний. И изначальная идея создания общественного вещания в США была преимущественно в противовес коммерческому и потому в первую очередь акцентировало свое внимание на детских и образовательных передачах, от которых навряд ли можно ждать большой прибыли, но в то же время они являются общественно значимыми, особенно с непрерывным ростом образования[11].

В 1951 году Федеральная комиссия связи, FCC, зарезервировала первые 242 телевизионных канала для некоммерческого вещания, завив, что эти частоты необходимы для образовательных целей. Стали запускаться первые каналы. Правительство США выделило средства на создание материально-технической базы некоммерческого вещания. Это вызвало рост не только числа некоммерческих вещателей, но так же увеличился охват населения. Если коммерческое телевидение просуществовало исключительно за счет доходов от рекламы, то общественное было наоборот совершенно свободным от нее, и лишено мотивации, присущей коммерческим вещателям. Но это не значит, что меркантильные подоплеки не играют никакой роли в выборе политики общественного вещания. Известный американский социолог Роберт Путнам связывает социальную роль общественного вещания с задачей накопления «социального» капитала. «Общество, для которого характерна обобщенная взаимность, более эффективно, чем общество всеобщего разобщения, точно так же, как деньги

[11] Союз журналистов России, Энциклопедия общественного вещания / Под ред. Т. А. Бриляковой. – М. 2005. – С. 217.

эффективнее бартера.» - пишет Путман[12]. Общественное вещание в США вопрос спорный и поэтому зачастую является предметом дискуссий. Его сторонники считают, что именно эти вещатели смогли создать популярные во всем мире детские и молодежные программы, и остались свободными от властей и корпораций.

Противники же критикуют его финансовую несостоятельность, и постоянное выпрашивание денег у Конгресса и неэффективный менеджмент.

Но, несмотря на разногласия, в 1967 году была учреждена некоммерческая корпорация «Служба общественного вещания» (PBS) . Эта организация включает себя 356 местных станций общественного телевидения, и каждая из них имеет свою собственную организацию. Поэтому и управление компанией строится в соответствие с ее характером. Согласно уставу PBS, утвержденному в 2000 году, членами корпорации могут стать только некоммерческие образовательные телевизионные станции, как они определены в Законе о коммуникациях. Для участия в управлении делами, каждая станция должна иметь по три представителя в том числе двух внештатных, которые и являются членами совета директоров. В свою очередь Совет директоров создает исполнительный комитет, а так же финансово-бюджетный комитет для контроля за финансовыми делами корпорации. Совет также назначает президента PBS, который является главой всей корпорации.

Финансирование представляет собой острейшую проблему для всех организаций общественного вещания. В отличии от европейской практики организации общественного вещания, в США нет лицензионных сборов за пользование телеприемниками или специальных налогов. Финансирование складывается на местах, и распределяется в неравных долях между станциями. И в результате получается небольшая сумма из федерального бюджета.

---

[12] Союз журналистов России, Энциклопедия общественного вещания / Под ред. Т. А. Бриляковой. – М. 2005. – С. 219.

Программная политика общественного вещания также является ареной постоянных споров. Одни полагают, что общественному вещанию в первую очередь следует заниматься образовательными и детскими передачами, избегая дискуссий или документального кино. К числу сторонников таких взглядов относился президент США, Ричард Никсон, который хотел прекратить финансирование общественного вещания, видя в нем опасность для правления Республиканской партии. Напротив, сторонники демократической партии стремились к тому, чтобы телерадиовещание больше внимания уделяло общественным проблемам. В Европейских моделях общественного вещания больше сходств.

1. Франция.

Вопросы общественного вещания решены в законе о свободе вещания 1986 года.

В настоящее время во Франции существует шесть национальных компаний, три из них являются теле- и три - радиовещательными компаниями:

- Франс 2, с мандатом транслировать телевизионные программы на всю центральную территорию;
- Франс 3, с мандатом транслировать телевизионные программы национального или регионального характера на всю центральную территорию;
- Ля синкъем, с конкретным мандатом транслировать программы культурного и образовательного характера;
- Радио-Франс, с общим мандатом транслировать радиопрограммы;
- Радио-Франс-Отр-Мер, с мандатом делать радио- и телевизионные программы для трансляции в заграничных департаментах и территориях;
- Радио-Франс-Интернасьональ, с мандатом транслировать международные радиопрограммы.

Кроме того, общественный спутниковый канал Ля Септ-АРТЕ отвечает за трансляцию культурных и европейских программ[13].

2. Япония.

Организация общественного вещания Эн-эйч-кей создана в 1926 году на основе трех городских радиовещательных компаний.

В настоящее время Эн-эйч-кей функционирует как классическая организация общественного вещания, в соответствии с Законом о вещании от 1950 года с внесенными в него поправками.

Эн-эйч-кей является оператором пяти национальных телевизионных и трех национальных радиостанций. Она также предоставляет вещательные услуги во всем мире, имея в своем составе Эн-эйч-кей Уорлд ТВ, Эн-эйч-кей Уорлд Премиум и Эн-эйч-кей Уорлд Радио Джапан. У Эн-эйч-кей есть две наземные телевизионные службы: Дженерал ТВ (Общее ТВ) и Эдьюкейшнл ТВ (Образовательное ТВ) [14].

3. Великобритания.

Британская вещательная корпорация (Би-би-си) была создана в 1926 году в соответствии с Королевской грамотой (Патент), и по сей день она имеет свой прежний статус. С самого своего начала в 1926 году и до 1954 года Би-би-си обладала монополией на вещание. Даже после 1954 года монополия на радиовещание оставалась в силе, поскольку эта область рассматривалась как традиционный рынок Би-би-си, однако независимые телевизионные станции были лицензированы. До 1981 года независимые вещательные компании также, как и Би-би-си, были обязаны обеспечивать вещание в качестве «общественной образовательной, информационной и развлекательной службы». В 1973 году было разрешено местное коммерческое радиовещание.

---

[13] Союз журналистов России, «Энциклопедия общественного вещания» под ред. Бриляковой Т. А. М., – 2005. – С. 259.

[14] ? Там же. – С. 311.

В настоящее время Би-би-си предоставляет широкий спектр услуг, включая наземные каналы телевещания, и пять радиовещательных программ для общего приема на территории Соединенного королевства, по одной дополнительной радиовещательной программе для Шотландии и Северной Ирландии, две для Уэльса, а также целый ряд местных радиовещательных программ. Эти услуги называют местными службами. Би-би-си также имеет всемирную службу вещания, которая осуществляет трансляцию программ и оказывает услуги зарубежной аудитории на разных языках. Все эти услуги Би-би-си предоставляет как единый корпоративный орган[15].

4. Германия.

Германская модель общественного телевидения - публично-правовые каналы.

Отличительной стороной немецкой модели общественного вещания является государственный правовой надзор за деятельностью публично-правовых вещателей.

Общество также реализует свой контроль программной политики общественного телевидения через систему общественных советов, объединяющих представителей политических партий, профсоюзов, независимых представителей общественности.

Система финансирования общественного вещания в ФРГ значительно отличается от принятых в других западноевропейских странах. Оба общественных канала - ARD (АРД, Arbeitsgemeinschaft der Offentlich - Rechtlichen Rundfunkanstalen der Bundesrespublik Deutschland, "Всеобщее телевидение Германии", создан в 1954 году) и ZDF (ЦДФ, Das Zweite Deutsche Fernsehen, "Второе германское телевидение", создан в 1963 году) - финансируются за счет рекламных поступлений[16].

---

[15] Общественное вещание: Британская модель / Под ред. Любимова Б.И. – М.: «ВК», 2006. – С. 15.

[16] Склярова, Я. Нужно ли России общественное ТВ? / Я. Склярова // Телевидение и радиовещание. Broadcasting. – 2003. – 30 марта. – С. 57.

Другой особенностью публично-правовых каналов, определяющей их чисто немецкую специфику, является значительная децентрализация, в том числе и организационная.

Канал ARD - это федералистское объединение публично-правовых телерадиокомпаний, в котором единая финансовая и программная политика согласованно определяется компаниями земель. По первому каналу наряду с общими информационными и развлекательными программами транслируются и программы земельных компаний в соответствии с их долей доходов от абонентской платы. По третьему каналу также идут региональные программы.

Программы ZDF имеют отчетливый общенациональный фокус, однако часть времени на канале отводится и региональным и местным программам.

5. Страны Северной Европы.

Для аудитории стран Северной Европы монополия общественного вещания стала привычной. Географическая и лингвистическая близость этих стран, способствовавшая развитию приграничного приема телепрограмм соседей, только упрочила положение общественных вещательных монополий[17].

Общими чертами, характерными для программной и экономической политики вещания стран Северной Европы являются: сохранение общественной (прежде всего государственной) собственности в сфере общественного вещания; опора на абонентскую плату как единственный или главный источник финансирования общественного вещания; доминирование национальных, главным образом документальных программ при значительной доле программ, произведенных общественными вещателями (55-60%); замкнутость национальных рынков телепрограмм (телепрограммы различных жанров, производимые в странах Северной Европы, редко экспортируются в другие страны, что лишает общественных вещателей

[17] Муратов, С. А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений / 2-е изд. – М.: изд-во МГУ, 2009. – С. 75.

дополнительных источников доходов, однако усиливает национальное и культурное своеобразие телевидения).

Несмотря на наличие общих принципов программной политики, между общественными вещателями Северной Европы существуют определенные экономические и организационные различия. Экономически "чистая" система общественного вещания существует только в Швеции и Норвегии, где национальные общественные вещатели SVT и NRK финансируются полностью за счет абонентской платы зрителей.

Вопрос о необходимости для России обзавестись общественным телевидением относится к числу тем, дискуссия по которым возникает и прекращается с завидной регулярностью. Ключевыми понятиями в подобных дискуссиях обычно выступают «ответственность», «объективность», «высокое качество передач», «малое количество рекламы» и другие, несомненно, замечательные качества, которые априори приписываются общественному телевидению[18].

1.2. Зарубежная модель общественного телевидения

[18] Склярова, Я. Нужно ли России общественное ТВ? / Я. Склярова // Телевидение и радиовещание. Broadcasting. – 2003. – 30 марта. – С. 37.

Собственно, дискуссия об общественном телевещании зачастую сводится к критике некачественного и ангажированного современного ТВ и рассуждениям о необходимости появления в России качественных и объективных медиа – что само по себе не может вызвать особых протестов, но вряд ли способно привести к сколько-нибудь конструктивному результату и уж в любом случае имеет мало общего с обсуждением проблемы общественного телевидения. На сегодняшний день мировые медиа полны примеров некачественного общественного телевидения: во всем мире существуют лишь две действительно успешные общественные телерадиокомпании: британская BBC (Би-би-си) и немецкая ARD, речь о них пойдет ниже. С другой стороны, среди мировых медиа можно обнаружить массу вполне качественных частных телерадиокомпаний – достаточно вспомнить, что все крупные американские ТРК: CNN, ABC, NBC, CBS и т.д. – находятся в частной собственности. Кроме того, из подобных дискуссий обычно совершенно невозможно понять, нужно ли России вообще общественное вещание, или же речь идет о простой необходимости реформ – более или менее основательных – в области уже существующей, достаточно развитой, системы отечественных телемедиа[19].

Необходимо помнить, что общественное телевидение в первую очередь характеризуется не содержанием или формой транслируемых им передач, не объемом транслируемой рекламы или другими подобными, несомненно, важными, но вторичными показателями, а формой собственности. На этом пункте необходимо остановиться подробнее. Традиционно медиа принадлежат либо частным владельцам (одному или нескольким – в последнем случае юридически компания обычно организована в виде акционерного общества), либо государству (в России, например, полностью государственные медиа представляют собой государственные унитарные предприятия – ГУП, либо федеральные государственные предприятия –

[19]См.: Общественное телерадиовещание. Документы. Комментарии. Рекомендации // СПб. Информационно- издательское агентство «ЛИК», 2000. С.176.

ФГУП, к последним, например, относится холдинг ВГТРК). Существуют также смешанные формы собственности: акционерные общества, часть акций которых принадлежат государству (либо через ГУП, либо через другие акционерные общества, находящиеся под контролем государства), а часть распределена между физическими лицами или частными компаниями (так было организовано ОРТ, и так обстоят дела с компанией НТВ, значительным объемом акций которой владеет холдинг «Газпром-медиа», входящий в компанию «Газпром», контролируемую государством[20]).

Очевидно, что все вышеперечисленные формы организации телерадиокомпании предполагают вполне четкую персонификацию владельца медиа: от частного лица или частной компании до государственного предприятия (которое, в свою очередь, управляется вполне конкретными учредителями – правительством РФ, правительством региона либо другими властными структурами). В случае с общественной компанией все обстоит иначе. Общественное телевидение не принадлежит ни государству, ни частным лицам, а объявляется собственностью общества – для закрепления такой не вполне обычной практики в начале XX в. было создано понятие «корпорации общественного права». Крупнейшие мировые общественные медиа были созданы на основании специальных законодательных актов, закрепивших их независимость от государства и частных лиц. Ни государство, ни частные лица не могут приобрести в собственность никакую часть общественной компании – ее имущество, если и может быть продано, то должно быть выведено из структуры медиа; прибыль от деятельность общественной компании должна быть инвестирована исключительно в деятельность компании; существуют и другие ограничения на ее деятельность.

Разумеется, несмотря на то, что компания принадлежит не персонифицированному «обществу», ее управление осуществляется вполне

[20] Бабич, Н. С. // Эволюция типологического метода в западной социологии XX век:. –М, 2010. – С. 55.

конкретными людьми[21].Традиционно управление общественным телевидением отводится избираемому из представителей основных общественных, политических и религиозных объединений совету, что гарантирует, в отличие от советов директоров частных или государственных компаний, взвешенность программной политики телеканала, отражение на нем максимального числа точек зрения, а также – обеспечение права меньшинств на просмотр интересных им передач. Конечно, общественный совет обладает должной свободой в кадровых вопросах, в определении направления развития компании и т.д., но его деятельность связана вышеперечисленными ограничениями устава компании, хотя и только ими – государство, например, не вправе вмешиваться в деятельность общественных компаний.

Как и любое другое СМИ, общественное телевидение нуждается в финансовой базе. В отличие от частных каналов, которые получают значительный объем средств от размещения рекламы, большинство общественных каналов осознанно пошло по пути максимального сокращения объема транслируемой рекламы. Обычно финансирование общественного телевидения осуществляется двумя способами. Во-первых, это сбор абонентской платы со всех граждан страны, имеющих телеприемники. Такой способ финансирования общественных каналов применяется в странах, где общественное телевидение являлось в свое время (а зачастую является и до сих пор) основным телемедиа – и, разумеется, именно такой способ финансирования общественных каналов и стал одной из главных причин их доминирующего положения на медиарынке этих стран. Второй способ финансирования общественных каналов – это сбор пожертвований от частных лиц, фондов и т.д. (ситуация, характерная для США). В данном

[21] Петрова, М.В., Пинус, М.М., Социокультурный контент «Общественного телевидения России» // Ярославский педагогический вестник . – 2015. – № 2. – С. 246-252.

случае, разумеется, каналы получают существенно меньше денег, и их финансовое положение далеко не так стабильно.

Грамотно созданное общественное телевидение, получив через сбор абонентской платы финансовую независимость, ускользает и от государственной пропаганды, и от бесконечных реалити-шоу частного ТВ, ориентированного на увеличение рекламного рейтинга через завоевание максимальной аудитории любыми способами. Такие общественные медиа действительно способны стать четвертой властью, всесторонне информирующей население и не испытывающей (или испытывающей в минимальной степени) влияние заинтересованных политических или финансовых групп. Форма собственности таких медиа, равно как и схема финансирования, при которой финансовые потоки не проходят через государственный бюджет, ограждает их от воздействия со стороны государства, а устав ставит преграду на размещение в эфире значительных объемов рекламы, что автоматически освобождает канал от необходимости поддерживать высокий рейтинг для всех своих передач[22].

Финансовая независимость позволяет общественному ТВ выпускать в эфир программы, от которых, по экономическим причинам, отказываются частные каналы, а наличие в управленческих структурах представителей различных политических групп обеспечивает всестороннее освещение политических и экономических процессов. Впрочем, таких примеров общественных СМИ в мире совсем немного, а большинство общественных каналов влачат вполне жалкое существование, оставаясь бедными и плохо оснащенными медиа, платящими низкие зарплаты и делающие низкобюджетные передачи. Тем не менее, при всех отличиях масштаба и уровня развития крупнейших общественных СМИ (как BBC и ARD) и самых мелких общественных компаний именно форма собственности – эта экономическая вариация «вопроса о власти» – является ключевой для

[22] Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции.: учеб. пособие / Г.П. Бакулев. – М.: Аспект Пресс, 2010. – С. 178.

характеристики медиа как «общественных каналов», и именно с этой точки стоит начинать анализ перспектив развития общественного телевидения.

Можно сказать, что общественное телевидение – это в значительной степени независимые медиа, отражающие интересы широкого спектра общественных групп, чье существование, однако, существенным образом зависит от финансовой поддержки со стороны аудитории. Однако и этот образ общественного телевидения является не полным, а скорее – излишне обобщенным. Ведь, если принять его, то необходимо согласиться с тем, что мощный общественный канал можно создать в любой стране в любое время. А между тем, весьма существенной для понимания особенностей появления и развития общественного телевидения является история его появления как особого способа развития электронных СМИ. С этой точки зрения крайне важен тот факт, что все успешные (то есть развившиеся до положения ведущих национальных) общественные телерадиокомпании, во-первых, обязаны своим появлением экстраординарным обстоятельствам, а, во-вторых, в течение длительного времени (а именно – десятков лет) развивались, являясь монополистами на национальных медиа-рынках[23].

На сегодня в мире существуют лишь две страны, обладающие общественными телерадиокомпаниями, развитыми настолько, что по своей технической мощи и объему вещания они могут быть сопоставимы с крупнейшими транснациональными и телемедиа. Это Великобритания с ее Британской вещательной корпорацией – BBC, и Германия с крупнейшей в мире общественно-правовой телерадиокомпанией ARD6 и общественно-правовым вторым каналом немецкого телевидения ZDF. Однако появлению этих ТРК предшествовали уникальные исторические предпосылки. В первом случае это была необходимость, во-первых, объединить в единую сеть появившиеся к тому времени частные, полулюбительские радиостанции и

[23] Avery R. and R. Pepper., An institutional history of public broadcasting .//Journal of communication 30 – №3:C.138.

выстроить одновременно единую Имперскую службу вещания (Empire Service) – сети редакций и передатчиков, которые могли бы покрыть своими передачами всю территорию Британской империи и обеспечить единство информационного пространства уже готовой распасться колониальной системы.

Во втором случае подобной уникальной исторической обстановкой было послевоенное положение западных оккупационных зон, находившихся под полным контролем со стороны Союзных военных администраций. Союзники, не желавшие отдавать такой мощный инструмент воздействия на общественное сознание, как телемедиа, в руки даже слабого немецкого государства, законодательно установили общественно-правовую форму собственности как единственно возможную для телемедиа. Отдельно стоит отметить тот факт, что телерадиокомпания ARD создавалась по образу и подобию британской BBC, а ее «отцом» считается Хью Карлтон Грин – руководитель немецкой службы BBC, откомандированный британской военной администрацией для создания оккупационного вещания в Западной Германии и занявший впоследствии пост генерального директора BBC[24].

Таким образом, обе крупнейшие современные общественно-правовые телерадиокомпании имеют общие корни, общую историю, общую структуру и даже, в некотором роде, общих отцов-основателей. Уже исходя из одного этого можно сказать, что общественное телерадиовещание, достигшее лидирующих позиций – уникальное явление. В отличие от малозначимых общественных телерадиокомпаний в десятках стран мира, как BBC, так и ARD, на протяжении нескольких десятков лет являлись монополистами на национальных медиарынках. Первое коммерческое вещание в Великобритании появилось лишь в конце 70-х годов, а в ФРГ общественно-правовые станции располагали полной монополией на радио и телевидение вплоть до конца 80-х годов.

[24] Crisell An., An introductory history of British broadcasting, // London: Routledge, 1997- C.79

Этот факт сам по себе достаточно удивителен – ведь общественное телевидение существует не только в странах старых западных демократий. В 90-х годах общественные телеканалы были созданы не только во многих бывших социалистических странах, но и в некоторых бывших республиках СССР. В чем же причина такого развития событий, при котором Российская Федерация оказалась лишенной любого общественного канала – в том числе даже самого неразвитого[25]?

Достаточно часто высказывается мнение, что общественное телевидение может возникнуть в России исключительно как следствие развития гражданского общества. Из этой посылки логичным образом следует, что отсутствие общественного вещания в России связано, в основном, с недостаточной зрелостью гражданского общества, которое пока не в состоянии ни четко сформулировать свою потребность в подобном вещании, ни, собственно, добиться формирования общественной телерадиокомпании. Однако можно ли с уверенностью говорить о том, что общественное ТВ является порождением гражданского общества? Вряд ли в Британии 20-х годов, в которой создавалось общественное вещание BBC, было сформировано такое влиятельное гражданское общество, какое мы ожидаем увидеть в России и видим сегодня во многих странах мира.

И, разумеется, не могло идти и речи о существовании гражданского общества в Германии в конце 40-х годов, когда, в условиях действующей военной цензуры оккупационные власти по образцу BBC создали немецкое общественное вещание с целью не допустить появления никакого иного вещания, кроме дружественного по отношению к оккупационным властям и готового вести такую информационную политику, которая была бы направлена на воспитание немецкого народа в демократическом духе по образцу стран Запада. Как раз наоборот, эти созданные в приказном порядке оккупационными администрациями медиа смогли помочь формированию

[25] Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции.: учеб. пособие / Г.П. Бакулев. – М.: Аспект Пресс, 2010. – С. 186.

гражданского общества, а также его дальнейшему развитию, обеспечивая права меньшинств на распространение ин формации, создавая сюжеты на непопулярные темы и обладая значительной степенью свободы в кадровой и финансовой политике.

Исходя из этого, вряд ли можно говорить, что отсутствие гражданского общества в России является главной причиной, тормозящей создание общественного вещания – оно, несомненно, может быть создано здесь точно так же, как создавалось в Британии или Западной Германии – т.е. посредством инициативы сверху. Очевидной, вместе с тем, представляется совершенно другая причина – а именно физическая невозможность введения в России абонентской платы за пользование телевидением. Абонентская плата, которую в странах с развитой системой общественного вещания платят все владельцы теле- и радиоприемников, вне зависимости от того, смотрят ли они передачи общественных каналов, является залогом финансовой независимости этих медиа, и ее отмена либо превращение в чисто символическую сумму приведет ни к чему иному, как к профанации идеи общественного вещания (как это, например, происходит в США). Между тем в Великобритании ежемесячная плата составляет 9,67, а в Германии колеблется от 5,32 за радиоточку до 16,15 как отдельно за телеприемник, так и за телеприемник и радиоточку. Очевидно, что введение такой же платы в России вряд ли возможно. Отдельно необходимо отметить, что и в случае с BBC, и в случае с ARD из данной суммы финансируется лишь вещание станций на территории страны (весьма ограниченных по площади), а зарубежное вещание компаний (BBC World Service и Deutsche Welle) осуществляется на деньги, перечисляемые из государственного бюджета. В России же из-за несравнимо большей территории и физической необходимости для федеральных телекомпаний осуществлять значительный

объем своего вещания исключительно через спутник размер абонентской платы неминуемо должен быть еще выше[26].

В любом случае, если рассматривать абонентскую плату как условие получения зрителем более качественного (или просто отличного по содержанию) продукта, то можно сказать, что сегодня нишу предоставления доступа к ин формации за деньги успешно занимают спутниковое телевидение и Интернет. В самом деле, сегодня в России подписка на пакет спутниковых каналов стоит от 10 до 30 долларов – в зависимости от содержания оплаченного пакета, причем увеличение стоимости пакета связано, обычно, с увеличением в нем доли сугубо развлекательных каналов. При этом в минимальный пакет традиционно включаются как обычные эфирные каналы, так и международные информационные каналы CNN и BBC, а также культурные, научные и образовательные каналы, т.е. все то, что обычно составляет основное содержание общественного телевидения. Таким образом, российский зритель имеет все возможности доступа к телевидению без рекламы, к информационному телевидению, а также к киноканалам – за те же или еще меньшие деньги, что и предполагаемая абонентская плата за общественное телевидение. Всевозрастающую долю информации современный человек получает через Интернет, что в условиях падения цен на пользование высокоскоростными каналами, позволяющими в том числе смотреть телепередачи и слушать радиотрансляции в прямом эфире, выводит на рынок совершенно новый продукт, составляющий значительную конкуренцию традиционным медиа.

Разумеется, в странах Европы граждане также могут подключиться к спутниковым телеканалам или к высокоскоростному выходу в Интернет, и тем не менее общественное телевидение Германии и Великобритании продолжает существовать. Но, подчеркнем еще раз, общественные каналы этих стран являются давней традицией их медиаландшафта, хотя они

[26] Вартанова,Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. Учеб.Пособие / Е.Л Вартанова. – М.: Аспект Пресс, 2003. – С.270.

создавались в принципиально другой ситуации – в ситуации полного отсутствия любых других электронных медиа. Поэтому сегодня перед Россией встает резонный вопрос: насколько жизнеспособна в современной ситуации идея создания общественного телевидения, существующего на полноценную абонентскую плату?

Помимо прочего, оно будет связано с покупкой достаточно дорогого оборудования (компьютера с ADSL-модемом либо сетевой картой, или же TV-ресивера с параболической антенной), в то время как традиционное аналоговое телевидение доступно и привычно даже для самых малообеспеченных слоев населения.

Может сложиться парадоксальная ситуация – общественное вещание, создаваемое в целях распространения независимой и взвешенной информации, а также обеспечения трансляции внебюджетных передач, не только окажется, в основном, дублером уже существующих услуг спутникового телевидения и Интернета, но также будет предлагать их за не меньшую, а, возможно, даже за большую плату, чем аналогичные медиа.

Собственно, такой конфликт пришедшей из середины века системы общественного телевидения и многообразия современных медиа вовсю разыгрывается в современной Европе.

Практика обязательных платежей общественным компаниям регулярно подвергается критике в Германии и Великобритании, которая лишь усиливается после заявления общественных компаний о планах сбора абонентской платы за пользование Интернетом.

Все больше и больше граждан этих стран начинают считать систему общественного вещания ненужным и громоздким анахронизмом, который дошел до нас в совершенно чуждом современному обществу виде[27].

[27] Вартанова,Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. Учеб.Пособие / Е.Л Вартанова. – М.: Аспект Пресс, 2003. – С.300.

Глава II. ОТЕЧЕСТВЕННОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ: ЭВОЛЮЦИЯ И ОСОБЕННОСТИ

2.1. История общественного телевидения в России

В конце 2011 – начале 2012 года в нашей информационной атмосфере произошли серьезные изменения. Можно сказать, что это были потрясения. Они связаны с созданием общественного телевидения. Общественное телевидение в России рождалось в муках. Впервые о нем заговорили сразу после того, как был избран Верховный Совет, – многие выдвигали идею общественного телевидения, но она тогда не получила поддержки в нашем журналистском обществе, среди представителей телевизионной элиты. Тем не менее популярность самой идеи общественного телевидения была очень велика, и была сделана попытка создать такое телевидение.

Это общественное телевидение создавалось достаточно формально, и можно сказать, что «общественное телевидение № 1» было во многом просто пародией на общественное телевидение. Дело в том, что финансировалось это телевидение Борисом Березовским, который играл весьма важную роль в политической жизни России того времени. Он предложил свои услуги для создания общественного телевидения. Было создано Общественное российское телевидение, ОРТ, которое было не столько общественным телевидением, сколько частной инициативой Березовского. Тем не менее, оно существовало официально, и ОРТ можно считать проектом общественного телевидения № 1[28].

Можно легко разобраться, в чем была особенность этого проекта, – это телевидение было связано с одним из главных игроков в информационном пространстве. Березовский тогда не только финансировал ОРТ, но и играл

[28] Пиронкова О. Ф. "Живые новости" или О времени и пространстве в телевизионном эфире // Социол. исслед. 2000. N 8. – С. 7.

важную роль в финансировании информационных проектов. В данном случае Березовский восполнял отсутствие финансовой базы для создания общественного телевидения, для развития новых институтов, информационных и медийных. Березовский сразу стал одним из главных игроков в экономике информационного пространства. И если считать ОРТ первой попыткой создания общественного телевидения, то это была попытка, скорее, замаскировать телевидение, которое принадлежало одному из самых богатых и влиятельных в информационных структурах человеку. И если мы назовем ОРТ общественным телевидением № 1, то за этим мы увидим, с одной стороны, признание важности общественного телевидения, а с другой стороны, неспособность создать его на реально общественных основах[29].

Борис Абрамович Березовский, безусловно, человек очень способный и проявивший себя весьма ловким дельцом и предпринимателем в информационно-коммуникационной сфере, сумел сыграть свою роль в том, что попытался каким-то образом доказать, что в России есть общественное телевидение.

Конечно, на деле это было не общественное телевидение, а частная инициатива Березовского, который был тесно связан с Борисом Николаевичем Ельциным, служил ему в данном случае. Как проект общественного телевидения, ОРТ был проект неудачный, сразу же потерпевший поражение, использовавший название «общественное телевидение» для того, чтобы замаскировать отсутствие этого общественного телевидения и создать его видимость. А на деле это телевидение, принадлежавшее Березовскому, было частью процесса олигархизации телевидения, который имел для нашего телевидения губительные последствия.

Прошедшие с тех пор события привели, в конце концов, к сегодняшнему решению руководства России о создании общественного

[29] Петрова, М.В., Пинус, М.М., Социокультурный контент «Общественного телевидения России» // Ярославский педагогический вестник . – 2015. – № 2. – С. 240.

телевидения. С 19 мая 2013 года оно начало свое вещание начать вещание. Таким образом, это будет начало нового этапа в развитии телевидения и нового этапа в развитии информационного пространства в России. Дело в том, что концепция общественного телевидения долго обсуждалась, был принят документ об общественном телевидении, издано Постановление правительства о создании общественного телевидения, наконец, назначен директор общественного телевидения и создан Попечительский совет телевидения.

Конечно, это меняет ситуацию по сравнению с телевидением Березовского. Новый вариант общественного телевидения связан с развитием гражданского общества, где важную роль играют Общественная палата, журналистская общественность и особенно президентская комиссия по правам человека во главе с Михаилом Александровичем Федотовым, одним из авторов Закона о печати[30].

В июле 2012 года сделан важный шаг – директором общественного телевидения назначен Анатолий Григорьевич Лысенко и избран Попечительский совет. Таким образом, имеется руководитель и имеется институт, который обеспечивает общественный характер этого телевидения в виде Совета, который был избран в результате длительных усилий различных общественных организаций[31]. Достигнут известный компромисс между действиями разных сил. Результатом этого компромисса является создание этого второго варианта общественного телевидения. Так или иначе, судя по решению, которое принимается, руководство России твердо намерено изменить атмосферу нашего телевизионного вещания, создав новый центр вещания в виде этого общественного телевидения, которое будет возглавлять Анатолий Григорьевич Лысенко.

---

[30]Реформирование телевидения В России и перспектива формирования общественного телевидения// http://ecsocman.hse.ru/data/2013/03/11/1251433745/Zotov.pdf (12.04.2015)

[31] ? **Назаров, М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и иследования.: -М., «Аванти плюс». 2004. -С. 116.**

Лысенко является в данном случае очень важной фигурой, поскольку он уже сыграл ключевую роль в развитии Российского телевидения. Он стоял у истоков рождения ВГТРК, и когда ВГТРК создавалась Лысенко, это, можно сказать, был вариант того самого общественного телевидения, которое мы бы и хотели видеть в России.

В силу различных обстоятельств, трудностей в развитии концепции общественного телевидения, нежелания многих видных деятелей согласиться с тем, что будет создана новая телевизионная структура, создание общественного телевидения заняло достаточно длительное время. Но сегодня уже созданы два института: избран директор и Попечительский совет, принято решение о начале вещания с 1 января 2013 года. Это заставляет задуматься над тем, что принесет российской информационной структуре новое общественное телевидение.

Ясно, что изменения будут очень существенными. Новый директор общественного телевидения, Анатолий Григорьевич Лысенко, уже имеет за своими плечами опыт создания прекрасно и активно действовавшего канала, который стал называться «Российским телевидением». ВГТРК – это, по существу, во многом как раз детище Анатолия Григорьевича Лысенко. И этот опыт, конечно, будет им использован.

Мы можем подумать о том, какие же новые моменты возникнут в России. Создание общественного телевидения дополнит картину имеющихся федеральных каналов. Все они на слуху. «Первый» канал, возглавляемый Константином Эрнстом, – канал, который отличается высоким качеством художественного вещания, взвешенным освещением международных событий, качественными программами, которые получили признание и в России, и за ее пределами. Второй канал, «Россия 1», под руководством Олега Добродеева. Канал НТВ, который принадлежит «Газпрому» и управляется Владимиром Кулистиковым, и является, по существу, главным информационным каналом, как бы он ни назывался иначе. Можно сказать, что лучшие информационные программы идут по НТВ. Формально это

частный канал, но принадлежит он государственной нефтегазовой монополии. Это три основных канала. Конечно, есть еще канал «Культура», но он рассчитан на интеллигентную, элитарную, относительно небольшую аудиторию. Имеется канал «Россия 2», который сочетает спорт и культуру. Они не могут состязаться с другими каналами, но тем не менее их можно считать важными элементами телевизионной культуры.

Если мы возьмем основные задачи телевидения, которые были обозначены при создании других общественных каналов телевидения, таких, как Би-би-си, Евроньюс, то мы увидим, что наши главные федеральные каналы – «Первый», «Россия 1» и НТВ – основные, которые обслуживают информационные интересы аудитории. Другие каналы имеют более четко выделенные группы зрителей. Наконец, имеется новый канал, «Вести 24», который постепенно становится самым оперативным информационным каналом. Его возглавляют молодые и очень талантливые журналисты, во главе канала стоит наш выпускник.

И в этой структуре с 1 января 2013 года появляется новый федеральный канал, который будет называться «Общественное телевидение», будет иметь свою информационную службу, свою образовательную службу и свою службу художественного вещания. Контролировать этот канал будет Попечительский совет. Этот канал будет проводником идей гражданского общества. Пока программа этого канала еще не сформулирована. Сейчас можно сказать, что во главе этого канала поставлен очень талантливый и многоопытный телевизионный журналист, знаток телевидения Анатолий Григорьевич Лысенко, который известен многими идеями. На его счету замечательная молодежная команда, которая создала «Взгляд», и многие другие интереснейшие инициативы. Поэтому мы вправе ждать от него реальных открытий в телевизионном вещании. Это хорошая перспектива, и, мне кажется, в любом случае уже можно сказать, что если канал откроется в январе 2013 года, то общественное телевидение изменит структуру нашего информационного, образовательного и

художественного телевизионного вещания, сделав их более содержательными, интеллектуально насыщенными. Это телевидение будет задавать более высокие стандарты телевизионного искусства.

Руководство нового канала в лице Анатолия Григорьевича Лысенко пока еще не высказало свое видение телевизионных программ. Ясно, что будет новая сетка информационного вещания, которая будет стремиться отразить интересы гражданского общества, которое будет хозяином этого телевидения.

Можно надеяться, что интересы гражданского общества будут представлять лучшие журналистские силы, которые себя уже проявили в сфере гражданского общества, – а это сегодня очень востребовано российским информационным окружением.

Помимо того, что будет создан новый федеральный канал, уже действующие федеральные каналы также должны будут учесть наличие этого нового канала, что сулит существенные изменения в атмосфере телевизионного вещания. Телевизионная информационная среда должна существенно измениться.

Какие возможны изменения? Во-первых, в информационном вещании, как определил Анатолий Григорьевич Лысенко в своих немногочисленных, но очень точных выступлениях, он будет ориентироваться на развитие самостоятельного взгляда на телевизионное творчество, на развитие интеллектуального потенциала аудитории. Одной из отличительных сторон общественного телевидения станет то, что это будет телевидение интеллектуальное, телевидение, развивающее интересы и понимание тех проблем, которые сегодня волнуют наше общества. Конечно, сам факт создания более конкурентной среды уже является существенным фактором, который изменит наше телевидение в будущем году. И мы вправе на это рассчитывать.

У нас имеются богатые ресурсы, которые не были полностью использованы ни первым, ни российским каналом, ни НТВ. Конечно,

ситуация будет более интересной, более живой. Мне представляется, что откроются возможности для появления новой поросли телевизионных журналистов, выросших уже в условиях зрелого телевидения и имеющих свою концепцию. Население России, в свою очередь, проявляет слабую заинтересованность в политической и гражданской жизни общества, не имеет веры в то, что ситуацию можно изменить к лучшему, что борьба с коррумпированными чиновниками и государственным контролем над СМИ возможна. Обладая низким материальным достатком, основная масса россиян заинтересована прежде всего в повышении благосостояния своей семьи, а не в участии в каких-либо общественных процессах. В связи с тем, что основным источником информации и видом рекреационной деятельности для них является просмотр телевизионных передач, можно сказать, что гражданская активность жителей России, как и многие другие виды деятельности, подменяется просмотром телепередач.

Складывается впечатление, что молодые телевизионные силы, которые во многом были воспитаны тем же Анатолием Григорьевичем Лысенко, и в рамках «Первого» канала, и канала «Россия 1», и НТВ, показавшие интересные образцы творчества, но все-таки далекие от интересов растущей молодой аудитории. Таким образом, явно произойдет обновление и омоложение нашего телевидения[32]. Речь будет идти не только о том, что мы получим новые программы на канале общественного телевидения, но и о том, что изменится вся атмосфера телевидения, в которой будет в большей степени развиваться культура гражданского общества. Конечно, те заделы, которые были сделаны в начале 2010-х годов и в ходе предвыборных кампаний, и в ходе дискуссий, которые были в преддверии выборной кампании в Думу и президентской кампании, с одной стороны, показали слабости нашего телевизионного вещания, а с другой стороны, проявили наличие новых тенденций, новых стремлений к телевидению диалогичному,

[32] Сумленный, С. С. Россия и мир в новом веке // Общественное телевидение в России и мире: проблемы и перспективы:. –М, 2010. – С.58.

к телевидению думающему, к телевидению открытому. Эти качества необходимы общественному телевидению – открытость, способность к диалогу с аудиторией и, наконец, умение предлагать новые идеи, новые решения проблем современного общества, которое по праву называется информационным и живет в условиях новых информационных технологий. Это мультимедийные цифровые технологии, они облегчают и усиливают возможности восприятия информационных программ. Очень важно, что появляется новый лидер в виде общественного телевидения, которое не будет иметь административной функции, но будет показывать новые образцы решений телевизионных задач. Эти новые моменты, прежде всего, в развитии состязательности на телевидении, в развитии диалогичного телевидения, в развитии познавательного телевидения, телевидения думающего, борющегося за зрителя и отстаивающего новые ценности гражданского общества. Данные моменты будут существенными изменениями в том, что происходит в нашей жизни.

За этим должно последовать многое другое. Если мы посмотрим на опыт зарубежного общественного телевидения, то мы увидим, что в жизни Англии, Франции, Италии и других стран общественное телевидение играет очень важную роль. Би-би-си – это не только замечательные информационные программы, но и замечательные образовательные программы, замечательные фильмы, интереснейшие дискуссии по проблемам развития человечества, науки, интеллектуального потенциала общества. Если мы обратимся к французскому телевидению, то увидим, что важнейшим элементом развития современной французской телевизионной культуры являются фильмы, которые выпускает французский общественный канал. Также на английском телевидении продукция Би-би-си является важным фактором развития английской культуры, как традиционной, так и новой – кинокультуры, театральной культуры и культуры дискуссий, споров, диалога.

Таким образом, мы можем рассчитывать на то, что наше телевидение будет способствовать развитию интеллектуальных ресурсов журналистов в большей степени, чем это было до сих пор. Многое здесь зависит от того, насколько наше общественное телевидение сможет вызвать интерес у нашего молодого образованного зрителя и у традиционного зрителя российского телевидения. Внедрение дискуссионного и интеллектуального элементов будет очень важным фактором.

Если спросить у студента факультета журналистики, что интересного есть на телевидении, он скажет: «Я смотрю новости, а так, в общем-то, живу в Интернете» [33]. И сблизить общественное телевидение с интернет-действительностью – это важнейшая проблема для современного телевидения, для общественного телевидения, потому что новая интернет-аудитория отличается очень высоким уровнем творческого подхода, самостоятельности и живости восприятия мира. Мы не сможем создать настоящее общественное телевидение, если мы не сумеем найти пути не только для дискуссии, но прежде всего для обмена идеями с миром Интернета, с той огромной интеллектуальной и информационно богатой аудиторией, которая нас окружает и которая живет не только в национальных системах, но и в тех социальных сетях, которые существенно расширяют и ускоряют развитие новых форм восприятия мира и его анализа.

Применительно к телевидению формула формата выглядит следующим образом: «субъект управления – ТВ – объект управления». Таким образом, типоформирующими факторами для телевидения будут являться учредитель, телеканал и зритель. Подспудно эти факторы являются и элементами информационно-коммуникативного пространства[34].

Все три элемента находятся в неразрывной связи и взаимном влиянии. Так, именно учредитель определяет концепцию телевизионного вещания,

---

[33]Ахмадиева, А. Зрители «Общественного телевидения» предпочитают новости.// http://izvestia.ru/news/552988 (20.05.2015)

[34] Аналитический доклад «Перспективы создания общественного телерадиовещания в Российской Федерации», 2011. ... М.: Союз журналистов России, 2004. – 400с.

которое, между тем, влияет на выбор аудиторной группы и также, в значительной степени, определяется ею.

В случае ОТР схема учредитель – телеканал – зритель не выглядит простой и прозрачной, начиная с определения фигуры учредителя.

Телеканал был создан по указу президента РФ Д. А. Медведева как автономная некоммерческая организация с высшим органом его управления Наблюдательным советом. Исходя из этого, учредителем является государство. Ведь именно оно подало идею создания нового СМИ, занялось его финансированием и до сих пор продолжает финансово поддерживать ОТР. Ежегодно на нужды Общественного телевидения России государством выделяется порядка 1,5 млрд рублей.

И, по признанию директора телекомпании А. И. Лысенко, «эти деньги в рамках функционирования телеканала с собственным программным производством буквально ничтожны».

Также государственный аппарат принимает решения о найме руководства. Члены высшего органа управления ОТР Наблюдательного совета назначаются на трехлетний срок Общественным советом, состав которого, в свою очередь, утверждается президентом России из кандидатур, нашедших одобрение в Общественной палате РФ. Таким образом, можно сделать вывод, что государство берет на себя все функции учредителя.

ОТР не ставит себе целью конкурировать с популярными развлекательными телеканалами.

На Общественном телевидении нет рекламы, а значит, нет необходимости погони за рейтингами и привлечением рекламодателей. Поэтому телеканал создает свой контент для членов зрительских групп «знатоки» (нуждающиеся в аналитическом, научном, развивающем телеконтенте, который поможет им продемонстрировать окружающим наличие собственного мнения, компетентность, владение ситуацией. Отдают предпочтение аналитике, полемике, познавательным, научно-популярным и историческим программам, кино «не для всех»), «принимающие решения»

(делают выбор в пользу официального информационного телевидения, позволяющего им тем самым как бы приобщиться к власти, знать детали экономической, политической, социальной ситуации, принадлежать к определенной статусной группе).

В сетке вещания ОТР наиболее востребованными способами подачи материала являются беседа или дискуссия. Это студийные программы с приглашенными гостями-специалистами в той или иной сфере общественной жизни («Студия «Здоровье», «Школа 21 век», «Прав?Да!»).

Анализируя соотношение частоты выхода в эфир и жанровой принадлежности программ телеканала, можно прийти к выводу, что лидируют информационные и аналитические жанры телепублицистики. ОТР нацелен на узкий сегмент аудитории, которой интересны общественно-политические и социальные проблемы. При этом на ОТР нет медийных, растиражированных ведущих. Программы, по сути, не являются авторскими, к чему тяготеет сегодняшнее телевидение в целом («Неделя с Марианной Максимовской», «Воскресное время с Ирадой Зейналовой», «Женский взгляд с Оксаной Пушкиной»). Программы ОТР выглядят как простая по форме подача информации в разных вариациях и журналистских жанрах.

Стоит отметить, что, безусловно, основной организующей составляющей сетки вещания на телеканале стандартно являются новостные выпуски. Шесть раз в день зритель может следить за происходящим в стране и мире. На федеральных каналах достаточно давно оформилась тенденция, говоря о Российской действительности, отдавать предпочтения событиям, происходящим в Москве, и мало внимания уделять регионам.

ОТР переломило эту ситуацию. Анатолий Лысенко, генеральный директор Общественного телевидения, в интервью газете «Известия» подчеркивал, что выпуски новостей на ОТР «адресованы простому зрителю» и этим отличаются от подобных программ на других каналах: «Нам казалось, что есть ниша, которая не заполнена, – региональные новости. Но такого масштабного интереса к нашим новостным программам мы не ожидали.

Очень довольны, что интерес к жизни за МКАД выше интереса к жизни в пределах Садового кольца».

В рамках новостной программы есть отдельно выделенный блок под названием «С востока на запад», посвященный только региональным новостям без фильтрации по их важности и федеральному значению.

При этом, как показала статистика зрительских предпочтений, вопреки ожиданиям, познавательные программы находятся на последнем месте по зрительским предпочтениям среди всех программ ОТР. Анатолий Лысенко предполагает, что познавательные программы оказались не столь привлекательны для посетителей сайта из-за излишней сложности содержания. По его мнению, «чтобы привлечь зрителя, передачи должны быть более популярными, а не такими академичными».

Ток-шоу сегодня – это неотъемлемый элемент в программе любого телеканала. Острая дискуссия, провокационная тема, неожиданные герои, журналист «с именем» в качестве ведущего – отличают такие программы на большинстве телеканалов. Однако на ОТР ток-шоу «Прав?Да!» выглядит несколько скромнее. Во-первых, следует отметить, что это единственное ток-шоу на телеканале, при этом оно не носит развлекательного характера. Темы для разговоров актуальные, но назвать их острыми, наболевшими, требующими незамедлительного решения отнюдь нельзя. Интересным и новым кажется подход, когда центральной фигурой программы становится приглашенный гость – телережиссер Сергей Урсуляк, экономист и бывший министр экономики Евгений Ясин или экономист РАН Руслан Гринберг. Да, сам прием не нов в телевизионной практике, но на других отечественных телеканалах «хедлайнерами» ток-шоу обычно заявляют звезд-юбиляров или героев, попавших в экстраординарную ситуацию.

Однако сценарный ход с приглашением гостя в студии ток-шоу явно требует доработки. Когда в программе «Прав?Да!» появляется главный герой, кажется, что остальные приглашенные гости лишние, не понятно,

какую роль они должны играть по заложенной режиссерами драматургии, если диалог в основном строится между главным гостем и ведущим.

Проект «Прав?Да!», хоть и далек от изначального жанра, придуманного еще в прошлом веке Филом Донахью, все же соответствует основным параметрам ток-шоу. Здесь есть дискуссия в рамках заданной темы, гости либо небезразличны обсуждаемой проблеме, либо являются консультантами по вопросу. Ведущий – человек эрудированный и известный журналист, способный вести шоу и импровизировать на ходу.

Аналитические и новостные блоки на ОТР требуют перемежения с развлекательным контентом. И статус общественного телевидения не ставит табу на развлекательные программы, ведь зарубежные общественные каналы не отказываются от развлекательного сегмента. На британском BBC есть целая дирекция, занимающаяся выпуском и разработкой сценариев развлекательных телепередач.

Выбор «развлечений» на ОТР скуден. К развлекательным можно отнести лишь 4 программы – «Социальная сеть 2.0», «Уроки русского чтения», сериал «Адъютанты любви» и блоки игрового кино преимущественно по выходным дням. Беря на вооружение изобретенный BBC формат чтений, когда литературное произведение с экрана читают известные актеры, ОТР полностью отказывается от юмористических шоу, викторин, спортивных программ (не считая пятнадцатиминутных репортажей «Спортивный регион», носящих явный пропагандистский характер). На ОТР нет популярных сегодня рейтинговых ситкомов, нет реалити-шоу и абсолютно нет интерактива. Отсутствуют форматы, в которых зрители могли бы принимать непосредственное участие.

Среди региональных телеканалов в России нет таких, которые могут называться общественными в соответствие с введенным в данной работе определением. Время от времени «общественными» называют телеканалы, выделяющие в своем эфире временное «окно» для трансляции социально-ориентированных передач независимых производителей. Деятельность этих

телекомпаний имеет высокую социальную значимость, однако этого недостаточно для того, чтобы говорить о них как об общественных телевещателях[35].

Несмотря на это, деятельность упомянутых телекомпаний может стать основополагающей для дальнейшего создания общественного телевидения в России. Это связано, в первую очередь, с тем, что создание общественных вещателей местного масштаба представляет собой намного более простой процесс, по сравнению с трансформацией общероссийской ВГТРК из государственной в общественную[36]. Во-первых, для этого необходимы на порядок меньшие организационные усилия, человеческие и материальные ресурсы; во-вторых, этот процесс по определению должен встретить намного меньшее сопротивление со стороны государственного аппарата, заинтересованного, прежде всего, в сохранении контроля над общероссийскими телевизионными вещателями.

Однако даже идея создания сети региональных общественных телеканалов содержит в себе множество вопросов, ответа на которые пока не существует. В числе этих вопросов отсутствие правовых и экономических механизмов функционирования общественного телевидения, отсутствие единого понимания феномена регионального общественного телевещателя, отсутствие единого центра, координирующего деятельность региональных общественных телеканалов. По поводу последнего пункта стоит отметить, что существует «Фонд развития общественного телевидения» под руководством В. Познера, который потенциально может стать таким центром. Однако эта недавно созданная структура ограничивается на сегодняшний день организацией конференций и созданием научных и юридических документов, посвященных общественному телевидению, не оказывая непосредственного влияния на деятельность телекомпаний.

---

[35]Материалы международной конференции «Региональная модель общественного вешания в России». : – М, 24 февраля 2004. С. 6.

[36] Бузин, В. Н. Социальное управление российским медиапространством: системно-деятельностный подход / В. Н. Бузин. – М.: Юнити-Дана , 2012. – С. 75.

2.2. Сравнительный анализ телеканалов BBC и ОТР

Общественное телевидение России (ОТР) – новый российский федеральный телеканал.

Основные цели и задачи Общественного телевидения:

- развитие гражданского общества в России;
- просвещение и образование;
- пропаганда общечеловеческих моральных ценностей.

ОТР – новая площадка для обсуждения самых актуальных проблем, волнующих общество, а также средство открытого и прямого взаимодействия между властью и гражданами России.

Особенности программной политики ОТР:

1. Вещание строится преимущественно на прямом эфире и других формах активного взаимодействия с аудиторией. Многие программы создаются с участием непрофессиональных «активистов»-корреспондентов.
2. Значительное внимание в эфире уделено освещению жизни регионов.
3. Вещание ОТР свободно от политической и коммерческой, внутренней и внешней цензуры. Все самые острые и актуальные вопросы должны обсуждаться равномерно и непредвзято.
4. Приоритетны на ОТР программы, в которых разные национальные, социальные, религиозные и субкультурные группы общества вступают в конструктивный диалог друг с другом.
5. Основные форматы: новости, аналитические дискуссии, развивающие («умные») развлечения, качественные игровые, документальные и анимационные фильмы, просветительские программы.

История:

2011, 22 декабря – Президент РФ Дмитрий Медведев в ходе оглашения послания народу предложил создать в России общественное телевидение. По словам президента, ни один из владельцев этого нового СМИ не должен

иметь определяющего влияния на принятие любых решений – ни государство, ни частный владелец.

2012, 22 января – рабочая группа представила президенту шесть вариантов создания общественного телевидения, срок появления которого мог бы занять от одного месяца до двух лет.

2012, 17 апреля – Президент РФ подписал указ о создании телеканала.

2012, 18 июля – Анатолий Лысенко назначен Генеральным директором Общественного телевидения России.

2012, осень – начало формирование команды телеканала, работа над съёмками пилотных передач.

2013, 19 мая – начало вещания ОТР.

«Общественное телевидение России» войдет в состав первого мультиплекса цифрового эфирного телевидения DVB-T2.

BBC – крупнейшая вещательная корпорация в мире. По числу зрителей она опережает такого гиганта, как американская сеть CNN (не говоря уже о CBS, ABC, Fox). В её штате только на территории Соединённого Королевства состоит 28 500 человек, а годовой бюджет приближается к восьми миллиардам долларов. И что самое удивительное – это общественное телевидение. Началом формирования современного британского вещания можно считать 80-е годы 20 века, когда был создан четверый, «альтернативный» канал, британского эфирного телевидения, канал новый и необычный, вызвавший массу споров и дискуссий. С его появлением стало расширяться и время вещания, и дошло до 24 часов в сутки[37].

В то же время британское телевидение вышло за рамки эфирного вещания: начало развиваться кабельное, а затем и направленное спутниковое телевещание. Реформы, осуществленные при правительстве Маргарет

[37] Любимов, Б. И. Общественнное вещание: Британская модель / Б. И. Любимов. – М.: «ВК» 2006. – С. 10.

Тэтчер, заложили основы для роста многоканального телевидения и коммерческого радиовещания, перехода их на цифровую основу.

BBC в прямом смысле национальная вещательная компания. Основанная группой коммерческих компаний (многие из которых сейчас входят в состав General Electric и AT&T) в 1922 году, через пять лет она получила Королевский патент и превратилась в государственную корпорацию. Вплоть до 80-х сеть BBC, включая два телеканала и четыре радиочастоты, фактически оставалась монополистом на вещательном рынке Великобритании, несмотря на появление независимого телеканала ITV в 1955 году и многочисленных пиратских радиостанций в 60-х[38].

В правовом аспекте BBC является частично независимой государственной корпорацией, существующей по условиям Королевского патента, или Хартии. Этот документ, дающий организации внутри Соединенного Королевства право выполнять функции, определенные правительством (например, градоначальнику управлять городом), продлевается и обновляется каждые десять лет. До недавнего времени корпорацией управлял совет членов правления, выдвигаемых правительством и утвержденных монархом, со сроком полномочий четыре года. С 2007 года Совет Правления сменил Опекунский совет BBC Trust. Этот совет независим от BBC и других организаций и состоит из представителей наций, входящих в Соединённое Королевство. Собственно управлением занимается Исполнительный совет.

Королевский патент предъявляет к работе BBC конкретные требования, изложенные не кем-нибудь, а парламентом страны. Во-первых, компания должна быть «независима от политического и коммерческого влияния и отчитываться только перед своими зрителями и слушателями»[39]. Во-вторых, в своём вещании корпорация обязана «информировать, обучать и

[38] Reith J. Broadcasting Over Britain. : – London. Hodder and Stoughton. 1924 – C.53

[39] Public service broadcasting: a best practices sourcebook. Edited by Indrajit Banerjee and Kalinga Senevirante. UNESCO, 2005- C.24.

развлекать». В частности, согласно последнему патенту, в её общественные обязанности входит помимо прочего «поддерживать институт гражданства и гражданское общество, продвигать образование и тягу к знаниям, стимулировать творчество и культурное совершенствование», а также «стать лидером в переходе нации к цифровому телевидению».

Также программы BBC обязаны отвечать по крайней мере одному из определений: высокое качество, оригинальность, новаторство, вызов аудитории и увлекательность. В общем и целом, BBC обязан показывать, что во всех его действиях присутствует «ценность для общества».

В финансовом плане BBC устроена так. Основным источником финансов для корпорации является лицензия на приём телесигнала, взимаемая с каждого домовладения ежегодно (примерно 140 фунтов стерлингов в год, или около 180 евро). Почти в пять раз меньше BBC получает от своей коммерческой деятельности в пределах страны, и ещё в три раза меньше приносят международные вещательные услуги. При этом, во-первых, лицензионные деньги переправляются в BBC при условии, что корпорация будет производить достаточное количество рейтинговых телепрограмм наряду с программами общественного характера, проще говоря, при условии, что её вещание будет интересным налогоплательщикам. Во-вторых, 90% денег от зарубежных услуг составляют дотации, выделяемые BBC МИДом. Таким образом, BBC практически полностью существует на централизованно собранные деньги британских налогоплательщиков.

Больше трети этой суммы корпорация тратит на свой флагманский канал, BBC ONE, ещё по 15% – на второй канал и радио, «федеральное» и региональное, 10% на региональное ТВ-вещание. Примечательные статьи расхода – цифровое ТВ (9%, 3 и 4 каналы), сайт bbc.co.uk (3%), цифровое радио и интерактивное ТВ (по 1%), и, до недавнего времени – бесплатная

служба онлайн-образования BBC jam (1%). Оставшиеся 10% идут на расходы по сборам налога[40].

Примечательные статьи примечательны потому, что даже 1% от 4 с лишним миллиардов фунтов стерлингов – это 43 миллиона фунтов стерлингов. Таким образом, только на сайт корпорации ежегодно уходит 130 миллионов (это 190 миллионов долларов). Цифровое ТВ – больше полумиллиарда долларов. Недаром BBC jam закрыли: этого потребовали компании по онлайн-образованию, т.к. то, что они делали за деньги, BBC предлагало бесплатно. То есть BBC в данном случае оказалось чуть более общественным, чем смогло выдержать капиталистическое общество.

В контентном отношении телеподразделение BBC предлагает два центральных канала, доступных всем обладателям обычных ТВ-приемников, и два цифровых канала (Three и Four). Отметим, что в Великобритании аналоговое ТВ выключат довольно скоро, в 2012 году. Существует даже два канала специально для британских вооруженных сил, транслируемые в т.ч. и в удалённые гарнизоны (напр. в Ирак) [41].

При этом первый канал BBC One имеет блоки для местного программирования (в т.ч. ирландского, шотландского и валлийского), на создание которого, как видим, идут немалые суммы. При этом местные блоки можно включать и выключать по желанию и смотреть вместо них центральный сигнал.

Ещё в 1974 году на BBC появился телетекст, приспособленный под новости. Неудивительно, что развитие интернет-вещания, цифрового и HD-вещания идёт полным ходом. Цифровое вещание освоено давно: именно по нему передаются BBC News, BBC World News, BBC Parliament и множество других каналов, в т.ч. на иностранных языках[42].

---

[40] BBC: Massenhafter Stellenabbau // Journalist. – Bonn, 2004. – N 12. – S. 53 перевод inosmi.ru

[41] Curran J., Gurevitch M. Mass media and society. London: Sage, 1993, C. 82.

[42] Public service broadcasting: a best practices sourcebook. Edited by Indrajit Banerjee and Kalinga Senevirante. UNESCO, 2005.

Примерно та же ситуация и в радиовещании. Существует 5 центральных каналов, в том числе музыкально-развлекательный, «взрослый» (менее «попсовый» и самый популярный), для ценителей (классика, джаз, этно и т.п.), информационно-развлекательный (новости, познавательное, юмор и радиопостановки), и, наконец, 24-часовой новостной. В данный момент радиовещание ещё сильнее расширяет тематику за счет цифрового радио.

Для сравнительного анализа каналов проведем сравнение этих каналов в течение одного дня и можно сделать такие выводы[43].

Механизм государственного целевого финансирования телевизионной корпорации, которая сама является государственным предприятием, показывает в благоприятных экономических условиях необыкновенную эффективность. Не слишком обременительный, привычный для граждан Великобритании налог обеспечивает телесети не просто достаточный, а избыточный, крупнейший в мире бюджет. Даже в современной ситуации, когда владельцы телевизоров могут вообще не смотреть BBC, ограничиваясь другими каналами, против налога раздаются лишь отдельные голоса. Практика показывает, что государственный налог на ТВ может стать традицией. В богатой стране он обеспечивает сверхбогатое телевидение.

Дополнительным финансовым «бонусом» становится то, что фактически государство экономит: правительство сбрасывает с себя солидную часть бремени по разработке политики в сфере вещания и надзору за вещанием – этим занимается само BBC и его надзирающий орган за те же деньги.

В отличие от коммерческих СМИ, большинство недостатков которых вытекает из необходимости зарабатывать деньги, такая вещательная корпорация может выполнять нормативные функции СМИ в полном объеме. То есть:

[43] См. Приложение.

- быть относительно независимой от государства;
- быть социально ответственной (причем эта обязанность закреплена;
- выполнять целевые социальные задачи, в том числе образование, пропаганду национальных ценностей (гражданская ответственность, образованность, здоровье и любые другие), беспристрастное информирование;
- успешно выполнять развлекательные функции, удовлетворяя не только усредненные массовые запросы, но и запросы групп меньшинства;
- выделять достаточные средства на техническое и контентное обновление вещания в плановом порядке, ставя перед собой долгосрочные цели.

В условиях большой многонациональной и мультикультурной страны такая вещательная корпорация способна распределять ресурсы так, чтобы вещание во всех регионах развивалось синхронно, на одинаково высоком качественном уровне. Появляется возможность удовлетворять региональные информационные запросы, невзирая на разницу в экономическом развитии и сложности культурного контекста.

Подобная схема развития национального вещания представляется возможной для Российской Федерации. Это отвечает:

- большой площади страны, пестроте регионов и их неравномерности в развитии, мультикультурной и многонациональной природе федерации;
- неравномерности в распределении финансовых ресурсов внутри страны;
- традиционно централизованной модели управления, по мнению многих, подходящей для такой страны;
- текущей политике укрепления государственного контроля за развитием страны, в том числе в сфере СМИ.

Сегодняшние попытки регулирования вещательных СМИ государством страдают от неоформленности их отношений. Формально независимые вещатели подвергаются закулисному давлению. Из-за этого стремительно ухудшается качество журналистики, процветает политический и административный произвол, перестраховочная самоцензура. Централизация выражается в унификации и отуплении СМИ – десяткам совершенно разных регионов достается одно и то же выхолощенное вещание, при этом нет ни изучения запросов аудитории в регионах, ни осмысленной информационной и культурной политики по этим регионам. Кроме того, это унифицированное вещание, по существу, ведётся по модели коммерческих телесетей, что понижает качество программ и их культурный уровень.

Местные СМИ в условиях неразвитого рекламного рынка и слабого экономического развития регионов не могут выйти на рентабельность сами.

Техническое развитие национального ТВ не ведётся, а происходит в частном секторе очагами и стихийно. Государственные дотации на ТВ без закрепленной инструкции по национальной политике в СМИ и без независимого надзирающего и управляющего органа разворовываются или осваиваются бездарно. Социальная политика в СМИ вообще отсутствует, остается только политическая пропаганда.

Модель общественного вещания BBC по многим параметрам подходит для создания полноценного национального вещания в России. Кроме того, она может создать основу для развития независимых вещательных компаний, после того, как техническая оснащенность в регионах улучшится, а зрительские запросы и зрительская образованность перейдут на новый уровень. Если нынешние правители страны собираются строить на территории Российской Федерации социальное, гражданско-правовое государство, с высоким уровнем жизни, образования, культуры, науки, при этом централизованное и патерналистское – они должны сами взяться за создание достойного национального телевидения и радио, а не «позволять» ему развиваться стихийно, местами уродливо, вне закона и моральных

обязательств, перенимая самые худшие черты западного коммерческого вещания; «позволять», надеясь на полицейский контроль и самоцензуру, причуды ханжей-парламентариев и «комитет по надзору» [44].

[44] Полуэхтова, И. А. Телевидение глазами телезрителей // И.А. Полуэхтова– М.: ООО «НИПКЦ Восход–А», 2012. – С. 354.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

К числу социальных сил, способных инициировать создание общественного телевидения, относятся также государство и власть. Однако сегодняшнее российское государство использует телевидение (в первую очередь, крупнейшие общенациональные телеканалы (Первый канал, «Россия», НТВ) для оказания влияния на общественное мнение. Особенно актуальной для государственных чиновников эта возможность становится во время предвыборных кампаний. Создание общественного телевидения – независимого от власти и в то же время способного оказать существенное влияние на общественное мнение – в ближайшей перспективе невыгодно для высших чиновников российского государства. Общественное вещание опирается на ряд основных принципов, которые сформированы в эпоху государственного телевещания, задолго до возникновения многоканальной системы. Принципы универсальности, разнообразия и независимости остаются сегодня основными в концепции зарубежного общественного вещания и не утрачивают своей актуальности.

Таким образом, важнейшие социальные силы – общество и государство – не готовы и не заинтересованы в создании в России общественного телевидения. Вместе с тем предпосылки создания общественного телевидения в России все же существуют. Растет интерес к проблематике общественного телевидения в научной, журналистской и политической среде. Ведется работа по созданию и принятию закона об общественном телевещании в России. Предпринимаются попытки учреждения общественных телеканалов в региональном масштабе. Существует проект создания общенационального телевидения путем трансформации Всероссийской государственной телерадиокомпании в общественную вещательную корпорацию.

Сегодня общественные телеканалы нередко опережают коммерческие в вопросах внедрения новых технологий. Практически все общественные

вещательные компании предлагают сегодня зрителю не один-два телеканала, а целый пакет, состоящий из основных - общетематических - каналов и большого количества малых специализированных каналов, транслируемых при помощи новейших технологий и призванных удовлетворить самый широкий круг зрительских интересов.

Несмотря на то, что общественные телеканалы достаточно успешно «отбиваются» от выдвигаемых в их адрес обвинений, на сегодняшний день не вызывает сомнений тот факт, что задачи общественных телеканалов, прописанные в их уставах и лицензиях, сформулированы подчас в самом общем виде и зачастую не позволяют однозначно отвечать на вопрос, насколько успешно эти телеканалы справляются с возложенной на них миссией в обществе. В связи с этим в последнее время все больше внимания уделяется разработке процедур оценки деятельности общественного телевидения и попыткам формализации критериев эффективности его работы.

Зарубежный опыт организации и функционирования общественного телевещания представляет интерес в рамках данного исследования, прежде всего, в связи с идеей и перспективами создания общественного телевидения в России. Эта идея широко обсуждается со времени начала демократических преобразований в нашей стране.

Мировой опыт показывает, что общественное телевидение является неотъемлемой и органичной частью того, что принято называть публичной сферой, развивающейся в рамках гражданского общества.

В России сложилась иная ситуация. Основываясь на заключениях отечественных и зарубежных специалистов, данных исследовательских компаний, можно сделать вывод о том, что гражданское общество в России развито слабо. Лишь незначительная часть населения занимает активную гражданскую позицию; интересы граждански активных членов общества зачастую не совпадают с интересами широких слоев. Создание общественного телевидения всероссийского масштаба в ближайшее время

представляется маловероятным. Даже в случае если общественная вещательная компания такого уровня будет создана, она еще на протяжении долгого времени будет бороться за освобождение от влияния государства. Более того, мировой опыт показывает, что государственная власть в любом обществе в той или иной степени стремится к установлению контроля над общенациональными телеканалами. Не менее важное препятствие на пути создания общественного телевидения в России представляет собой экономический аспект его деятельности. В современном мире общественные телевещатели получают финансирование одновременно из нескольких источников, важнейшими среди которых являются абонентская плата, реклама и государственные субсидии. Вероятнее всего, введение абонентской платы будет представлять трудно реализуемую задачу и не будет пользоваться популярностью у жителей России. С одной стороны, это связано с нехваткой денег у населения и общей проблемой неуплаты ежемесячных платежей (например, за коммунальные услуги). С другой - с отсутствием у населения России традиции и привычки платить за телевидение, которое воспринимается как благо, которым государство, согласно широко распространенному стереотипу, обязано снабжать людей на бесплатной основе.

Одним из аргументов, способным «примирить» население с введением абонентской платы за общественное телевидение, является отсутствие в его эфире рекламы. Однако практика показывает, что телевидение в условиях современных высококонкурентных рынков не может финансироваться только за счет абонентской платы. Ее оказывается недостаточно для покрытия значительных затрат на распространение телевизионного сигнала, производство и закупку программ, а также другие статьи расходов, необходимых для функционирования любого, в том числе и общественного, телевидения.

Можно сказать, что отношение телеканалов к возможному появлению в России общественного телевидения обусловлено прежде всего

экономическими соображениями. В условиях рыночной экономики они могут как поддерживать эту идею, рассчитывая на перераспределение «рекламных» денег. Статус общественного вещателя, существующего на деньги своих зрителей, обязывает его более ответственно подходить к освещению событий и подаче информации. Обеспечение зрителей независимой, объективной информацией одна из основных задач, помогающая понять значимость общественного вещания.

Развитие цифровых технологий делает количество каналов вещания самого разного профиля практически неограниченным, но это многообразие не снижает ценности общественного сектора распространения информации.

Еще одним возможным направлением создания общественного телевидения в стране является так называемая региональная модель. В ее основе лежит идея создания местных общественных телеканалов в субъектах Российской Федерации с возможным последующим объединением этих телеканалов в единую сеть. Предполагается, что объединяющую и координирующую роль при создании такой сети может выполнить «Фонд развития общественного телевидения», который возглавляется известным тележурналистом и общественным деятелем В. Познером весной 2006 г[45].

Мы считаем, что общественное телевидение, созданное в любой его форме в России, не будет в полной мере отвечать требованиям нормативной теории общественного телевидения. Главными причинами этому могут стать отсутствие опыта общественного вещания, слабо развитые традиции независимой журналистики, пассивная гражданская позиция, занимаемая большинством населения страны, традиционно сильное влияние на средства массовых коммуникаций со стороны государства.

При этом, общественное телевидение, даже в том несовершенном виде, в котором оно может быть создано в России, будет опережать общий

[45] Выступление В.Познера на заседании Попечительского совета Фонда развития общественного ТВ в России 17.04.2006 г.

уровень развития гражданского общества в стране. Именно поэтому создание общественного телевидения в России представляется нам чрезвычайно сложным, едва ли вообще осуществимым процессом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

I. Общетеоретическая литература

1. Бакулев Г. П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М.: Аспект Пресс, 2010. – 350с.

5. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. – М.: МГУ, 2009. – 331с.

6. Грабельников А.А. Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества: Монография. М., Издательство РУДН. 2001. – 300с.

7. Любимов Б.И. Общественнное вещание: Британская модель. Изд-во «ВК», 2006. - 400с.

2. Муратов С. А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений. 2-е изд. М.: Изд-во МГУ, 2009. – 150с.

3. Общественное телерадиовещание: документы, комментарии, рекомендации. Информационно-издательское агентство «ЛИК». СПб., 2000. -550с.

8. Орешкина Н. Е. Общественное телевидение в информационном обществе: британская модель. Москва. 2005. – 160с.

9. Энциклопедия общественного вещания // под ред. Бриляковой Т. А. – М., 2005. – 600с.

II. Периодические издания

10. Ахмадиева, А. Зрители «Общественного телевидения» предпочитают новости. / А. Ахмадиева. – 2014.04.02 – http://izvestia.ru/news/552988, свободный.

11. Бабич, Н. С. Эволюция типологического метода в западной социологии XX века: автореф. дис. … канд. соц. наук // Официальный сайт ИС РАН / Н. С. Бабич. – 2010.: http://www.isras.ru/publ.html?id=17377

12. Запесоцкий А. С. Метаморфозы СМИ: новое качество или новые болезни. Социол. исслед. 2010. N 7.

13. Пиронкова О. Ф. "Живые новости" или О времени и пространстве в телевизионном эфире // Социол. исслед. 2000. N 8.

14. Полуэхтова И. А. Телевидение глазами телезрителей // "Телефорум". 2001. N 1-2

15. Склярова Я. Нужно ли России общественное ТВ? // Телевидение и радиовещание. Broadcasting. – 2003, 2 (30). – С. 47–49

16. Сумленный, С. С. Общественное телевидение в России и мире: проблемы и перспективы / С. С. Сумленный // Россия и мир в новом веке. – 2010. – № 3. – С. 40–54.

III. Интернет-источники

17. Аналитический доклад Союза журналистов России «Перспективы создания общественного телерадиовещания в Российской Федерации»: http://www.ruj.ru/otv-about.htm (15.05.2015)

18. Архив Центра экстремальной журналистики http://www.cjes.ru/lenta/view_news.php?id=3600&year=2003&lang=rus; Федеральный закон «Об общественном телерадиовещании» (27.04.2015)

19. Аудитория Пятого канала выросла в 2011 году более чем в два раза / Пятый канал. Официальный сайт. URL: http://www.5-tv.ru/about/press/54806/ (07.05.2015)

20. Бузин В. Н. Социальное управление российским медиапространством: системно-деятельностный подход. М.: Юнити-Дана, 2012. Выборы экрана // Ведомости. 2011. 18 августа. N 153 (2919). URL: http://www.vedomosti.ru/tech/news/1343276/vybory_ekrana (28.04.2015)

21. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Vart/index.php (06.04.2015)

22. Видеозапись заседания Попечительского совета Фонда развития общественного ТВ в России 17.04.2006 г. http://www.public-tv.ru/ index.sema?a=news#n29 (26.05.2015)

23. Концепция развития телерадиовещания в Российской Федерации на 2008 - 2015 годы (в ред.: Постановления Правительства РФ от 10.03.2009 N 219). URL: http://www.admhmao.ru/inform/law/koncep5.htm (15.05.2015)

24. Молодежный научный форум: общественные и экономические науки. http://nauchforum.ru/archive/MNF_social/2(9).pdf (03.05.2015)

25. Пояснительная записка к тексту законопроекта.// http://www.ruj.ru/index_74. htm (13.05.2015)

26. Электронный портал новостей «Новая политика» 22 декабря 2005 г. http://www.novopol. ru/print5184.html (20.05.2015)

27. Ахмадиева, А. Зрители «Общественного телевидения» предпочитают новости. // http://izvestia.ru/news/552988 (20.05.2015)

IV. Иностранные источники

28. Avery R. and R. Pepper. An institutional history of public broadcasting. Journal of communication 30(3): 126-138.

29. BBC: Massenhafter Stellenabbau // Journalist. – Bonn, 2004. – N 12. – S. 53

30. European Association of Regional Television (Circom). Report on regional public television in Europe. Lugano, April, 2005.

31. http://main.news.izvestia.ru/community/news21074

32. Public service broadcasting: a best practices sourcebook. Edited by Indrajit Banerjee and Kalinga Senevirante. UNESCO, 2005

33. Reith J. Broadcasting Over Britain. London. Hodder and Stoughton. 1924

34. Crisell An., An introductory history of British broadcasting, London: Routledge, 1997.

35. Curran J., Gurevitch M. Mass media and society. London: Sage, 1993.