



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)

Институт социально-гуманитарных наук
Факультет «Журналистика»

Кафедра «Журналистика и массовые коммуникации»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, корреспондент ГТРК

«Южный Урал»

_____ У.С. Верина

« ____ » _____ 2019 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, д.фил.н., доц.

_____ Л.П. Шестеркина

« ____ » _____ 2019 г.

КОНЦЕПЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ
РАБОТЕ

ЮУрГУ–42.03.02.2019.406.ПЗ.ВКР

Консультант, к.и.н., доцент

О.Ю.Харитоновна

_____/_____

« ____ » _____ 2019 г.

Руководитель ВКР, преподаватель

_____ М.Н. Булаева

« ____ » _____ 2019 г.

Автор ВКР

студент группы СГ-411

_____ М.О. Асмолов

« ____ » _____ 2019 г.

Нормоконтролер, преподаватель

_____ М.Н. Булаева

« ____ » _____ 2019 г.

Челябинск 2019

АННОТАЦИЯ

Асмолов М.О. Концепция общественного телевидения в России и за рубежом. – Челябинск: ЮУрГУ, СГ-411, 2019. – 62 с., библиогр. список – 34 наим., презентация.

Ключевые слова: журналистика, СМИ, общественное телевидение, концепция.

Объектом исследования являются – общественное телевидение.

Предмет исследования - специфика концепции современного общественного телевидения в России и за рубежом.

Цель работы – исследовать концепцию общественного телевидения в России и за рубежом и определить проблемы и перспективы его развития.

Задачи работы – изучить концепции общественного телевидения; исследовать становление и развитие общественного телевидения за рубежом; проанализировать проблемы и перспективы развития общественного телевидения России и зарубежья.

Новизна дипломной работы заключается в попытке обобщить опыт, принципы работы и специфику контента российского и зарубежного общественного телевидения на современном этапе, а также в определении проблем функционирования общественного телевидения в России и за рубежом, выявлении перспектив его развития.

Результаты исследования – работа ориентирована на решение актуальных проблем в сфере общественного телевидения в современных условиях развития аудиовизуальных СМИ в России и за рубежом.

Работа может представлять интерес для студентов, обучающихся по направлению «Журналистика», а также для практикующих журналистов.

ANNOTATION

Asmolov M.O. The concept of public television in Russia and abroad. – Chelyabinsk: SUSU, SG-411, 2019. – 62 pages, bibliography – 34 titles, presentation.

Keywords: journalism, media, public television, concept.

The object of research paper is public television.

The subject of research paper is specificity of the concept of modern public television in Russia and abroad.

Goal of research paper is explore the concept of public television in Russia and abroad and identify problems and prospects for its development.

Tasks of research paper is explore the concepts of public television; explore the formation and development of public television abroad; analyze the problems and prospects of development of public television in Russia and abroad.

The novelty of the research paper is in an attempt to summarize the experience, working principles and specifics of the content of Russian and foreign public television at the present stage, as well as in defining the problems of the functioning of public television in Russia and abroad, identifying the prospects for its development.

The result of research paper is the work is focused on the solution of actual problems public television in modern conditions of development of audiovisual media in Russia and abroad.

The research paper may be of interest for students studying in the field of "journalism", as well as practicing journalists.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ	
1.1 Концепция общественного телевидения: общая характеристика.....	10
1.2 Становление и развитие общественного телевидения за рубежом.....	24
1.3 Организация общественного телевидения в России.....	32
2. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В РОССИИ	
2.1 Специфика функционирования АНО «Общественное Телевидение России».....	37
2.2 Особенности деятельности Public Broadcasting Service в США	46
2.3 Проблемы и перспективы развития отечественного и зарубежного общественного телевидения.....	50
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	58
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	60

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной работы во многом продиктована самой ее тематикой, так как идея создания в нашей стране общественного телевидения, то есть телевидения, на которое не имеют влияния ни бизнес-структуры, ни государство, так как оно предназначено для общества (под обществом в данном случае понимается все население страны), контролируется обществом и финансируется тоже им, высказывалась многими учеными, общественными деятелями, политиками и журналистами постоянно, начиная еще с 1990-х годов. В то время создание в России подобного телевидения могло бы стать одним из символов победы демократических ценностей, показателем усиления роли социума в жизни государства, а также присоединения нашей страны к передовым странам Запада, в которых общественное телевидение (примером которого является PBS, BBC) почти всегда имеет популярность и по-настоящему может считаться независимым от политических и бизнес-структур. Оно имеется во многих западноевропейских странах (Великобритания, Франция, Германия, Италия, Нидерланды). Кроме этого, общественное телевидение имеет Япония, Индия, Австралия, Канада, а также страны СНГ.

Зарубежное общественное телевидение сейчас является одной из доминирующих моделей организации мировой телевизионной индустрии, на чей опыт необходимо опираться, чтобы поднимать уровень отечественного общественного телевидения и выстраивать международные телевизионные отношения.

Идея создания общественного телевидения в России долгое время не получала развития, однако в дальнейшем о необходимости создания подобного медиаресурса высказывались В. Путин, Д. Медведев, Г. Греф, В. Познер и другие общественные деятели и политики. Наконец, по поручению Д. Медведева в январе 2012 г. была начата работа по запуску общественного телевидения России, а уже в ноябре 2012 г. были отсняты пилотные выпуски нескольких программ и телевидение начало регулярное вещание.

Следовательно, на сегодняшний день Общественное телевидение России (ОТР) функционирует уже почти 7 лет, поэтому изучение принципов его работы является достаточно актуальным, так как предоставляется возможным оценить его деятельность с точки зрения востребованности в обществе (целевой аудитории данного медиаресурса) и проанализировать то, насколько цель, миссия и принципы работы ОТР совпадают с действительностью.

Степень научной разработанности проблемы. Изученность принципов деятельности общественного телевидения в теории отечественной журналистики на сегодняшний день невысока, так как внимание данной проблеме начало уделяться сравнительно недавно. Кроме того, многие теоретические изыскания, посвященные данному вопросу, базируются на трудах зарубежных исследователей и не в полной мере учитывают современные российские реалии.

Теоретической базой данного исследования стали труды таких исследователей, как Е.Л. Варганова, А.М. Гладько, И.В. Григорьева, Я.Н. Засурский, А. Зубок, С.Г. Корконосенко, Г.В. Лазутина, В.И. Савинков, С.С. Сумленный, и прочих.

Новизна исследования состоит в предпринятой попытке обобщить опыт, принципы работы и специфику контента российского и зарубежного общественного телевидения на современном этапе, а также в определении проблем функционирования общественного телевидения в России и за рубежом, выявлении перспектив его развития.

Объект исследования – общественное телевидение.

Предмет – специфика концепции современного общественного телевидения в России и за рубежом.

Цель выпускной квалификационной работы – исследовать концепцию общественного телевидения в России и за рубежом и определить проблемы и перспективы его развития.

Задачи выпускной квалификационной работы:

1. Изучить концепции общественного телевидения;
2. Исследовать становление и развитие общественного телевидения за рубежом;
3. Рассмотреть организацию общественного телевидения России;
4. Выявить специфику функционирования АНО «Общественное Телевидение России»;
5. Охарактеризовать особенности деятельности Public Broadcasting Service в США;
6. Проанализировать проблемы и перспективы развития общественного телевидения России и зарубежья.

Методы исследования: в ходе выполнения работы были использованы методы анализа, синтеза, сравнения, прогнозирования, а также эмпирические методы: наблюдение, анализа контента.

Практическая значимость: ВКР может быть использована студентами, обучающимися по направлению «Журналистика», а также практикующими журналистами.

Структура работы: ВКР состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка.

Во введении сформулированы цель и задачи исследования, обозначены актуальность и новизна темы работы, определены предмет и объект изучения, указаны методы исследования, обозначена эмпирическая база.

В первой главе «Теоретические основы изучения общественного телевидения», состоящей из 3 параграфов, изложен теоретический материал, касающийся общих представлений об общественном телевидении, истории его становления и развития в зарубежных странах и в России. Во второй главе «Проблемы и перспективы развития общественного телевидения в России и за рубежом», содержащей 3 параграфа, изучены история создания Общественного телевидения России, и американского телеканала PBS, рассмотрены их миссия, цели, тематическое

наполнение эфира, основные принципы работы, а также выявлены проблемы и перспективы развития общественного телевидения в России и за рубежом.

Заключение содержит основные выводы по результатам исследования.

Библиографический список включает перечень источников, на основании которых было проведено исследование.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

1.1 Концепции общественного телевидения: общая характеристика

В теории журналистики, а также в мировой практике устоялось деление телевидения на общественное, коммерческое (частное) и государственное. И если в самом начале развития телевидения как особого средства массовой коммуникации множество телекомпаний финансировалось из госбюджета, соответственно, государство определяло специфику их контента и многое другое, то в настоящее время практически все развитые страны мира не имеют государственного телевидения, либо подобные компании не в приоритете. Чаще всего, параллельно функционируют телевидение общественное и телевидение частное.

Подобная ситуация, прежде всего, обусловлена конкуренцией СМИ между собой за внимание целевой аудитории и в данном случае выигрывает та компания, которая в наибольшей степени ориентирована на зрителя и способна удовлетворить его запросы и ожидания. Соответственно, довольно часто государственное телевидение трансформируется в общественное, стремясь наилучшим образом учитывать интересы аудитории. Ведь что такое общественное телевидение? Это не телевидение общественных организаций. Это публичное телевидение, которое находится на службе общества. Следовательно, если государственное вещание во многом базируется на потребностях и интересах госкорпораций и чиновников, а коммерческое вещание обслуживает интересы рекламодателя, то приоритет общественного вещания – интерес зрителя.

Однако любое действие средств массовой информации связано, прежде всего, с целью получения доходов. Для освещения политической жизни СМИ необходим источник информации, которым может являться сам орган власти, либо его должностное лицо. Государство, в свою очередь, стремится создать собственный положительный имидж, популяризовать среди граждан тот или иной политический курс, повысить уровень доверия, обеспечив легитимность, отмечает

П.И. Акаемов¹. В этом контексте, современные СМИ, формируя редакционную политику, становятся перед выбором: артикуляции интересов целевой аудитории или взаимовыгодное сотрудничество с государством. Эти факторы и определяют конфликт, заложенный в основу отношений данных институтов.

Государство предпринимает огромные усилия для расширения лояльности общества. Появилось отдельное направление медиаполитики. Зарубежные исследователи отделяют информационную и государственную политику. Российская практика исследований, напротив, выделяют огромное значение формирования информационной политики государственным институтам. А.Ю. Карпова отмечает: «Информационная политика, призванная стать консолидирующей силой в обществе, на деле выступает средством достижения конкретных политических задач политических лидеров, партий, чиновничества, крупных собственников»².

Таким образом, взаимодействие СМИ и государственной власти можно охарактеризовать как противоречивое. Причина рассогласованности между СМИ и органами власти заключается в наличии противоположных интересов. Конфликты между указанными институтами – естественное состояние динамичной, развивающейся социальной системы. Отношения «Государство-СМИ» носят многогранный характер, и имеют множество форм (от конструктивного диалога до конфронтации).

Сегодня взаимоотношения органов власти и традиционных средств массовой информации претерпели трансформацию. Зависимость СМИ не столь очевидна, но существование частных СМИ еще не говорит о том, что они не приближены к органам власти. Еще раз подчеркнем, лояльные медиа, которые необходимы аппарату государственной власти. Государство всегда может рассчитывать на поддержание благоприятного имиджа, а средства массовой информации на

¹ Акаемов П.И. История и роль парламентской журналистики во взаимодействии Государственной Думы и средств массовой информации // Преподаватель XXI век. 2009. № 2. С. 361-365.

² Карпова А. Ю. Императивы информационной политики // Информационное общество. 2014. № 2. С. 10-16.

финансовую поддержку и относительную свободу слова, что является одним из важнейших стимулов их деятельности.

В 90-е СМИ стали движущей силой происходящих перемен. Обладая значительным суверенитетом, они внедряли в массовое сознание либеральные ценности. Перестройка одновременно являлась и золотым веком гласности, и периодом борьбы за лояльность СМИ, эпохой образования новых подконтрольных СМИ. Устранение цензуры изменило порядок взаимодействия СМИ и государства. Авторитарная модель «государство-СМИ» сменилась в сторону коммерческой. На первое место в условиях жесткой конкуренции и мобильности новых социальных медиа вышли особенности финансирования. Анализ доходов редакций позволяет выделить наиболее распространенные стратегии существования СМИ в современной России:

- Основной доход – бюджетные дотации (денежные средства распределяются на полное покрытие производства контента и сигнала, выплату зарплат сотрудникам);
- Основной доход – реклама;
- Основной доход – средства спонсоров и инвесторов.

По мнению А.А. Вилкова, С.Ф. Некрасова и А.В. Россошанского¹, сегодня для СМИ первоочередной задачей является поиск денежных средств, потому что сам информационный продукт не может покрыть все расходы на производство. Социальная результативность в этом случае становится зачастую декларацией. А это значит, что проблемы политизации СМИ, их политическая лояльность не теряют свою актуальность.

Государственные расходы федерального бюджета на СМИ в 2016 г. – 76,61 млрд руб., 2017 – 83,2 млрд руб., а в 2018 предусмотрены на сумму 82,7 млрд руб., в 2019 г. – 67,8 млрд руб., а в 2020 г. – 67,9 млрд руб. .

¹ Политическая функциональность современных российских СМИ: кол. монография / Вилков А.А., Некрасов С.Ф., Россошанский А.В. С., Наука, 2011. С. 6-54.

Эксперты в области журналистики утверждают, что наименее зависимы от государства – интернет-СМИ. Конкретизируя степень влияния на СМИ по субъектам и уровням власти, выдвигается мнение, что СМИ находятся в наибольшей зависимости от лиц, занимающих высшие должности в исполнительной власти.

Необходимо поддерживать позитивное взаимодействие государственной власти и средств массовой информации. Связано это, прежде всего с тем, что именно СМИ содействуют формированию морально-нравственных, культурных и идеологических ценностей общества. Одним из инструментов развития взаимоотношений является нормативно-правовая база.

Состояние нормативно-правовой базы, а также политической системы определяют положение средств массовой информации. Они задают для медиа вектор функциональности и целеполагания. Речь идет не только о законах, регулирующих деятельность СМИ или государственную информационную политику, но и о документах, определяющих деятельность органов государственной власти, институтов гражданского общества, избирательной системы.

Закрепление нормативно-правовых принципов открытости публичной власти было осуществлено с принятием Конституции Российской Федерации 1993 года. Формально Конституция обеспечила свободу информации, открытости органов государственной и муниципальной власти, а также прозрачность и гласность принимаемых ими решений. Согласно 24 статье, органы государственной власти и местного самоуправления, а также должностные лица данных учреждений обязаны обеспечить каждому гражданину возможность ознакомления с материалами и документами, касающихся его прав и свобод. 29 статья регламентирует право свободного поиска, получения, передачи и

распространения информации любым законным путем, а статья 42 – право на достоверную информацию о состоянии окружающей среды¹.

Отсутствие механизмов реализации прав и свобод, прописанных в Конституции, продиктовали необходимость принятия других нормативно-правовых актов, в том числе поправок к ФЗ «О средствах массовой информации». Закон еще в 1991 году установил, что должностные лица не имеют право игнорировать запрос редакции, если только информация не попадает под 40 статью закона, запрещающую сведения, составляющие государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну.

Попытки ликвидировать информационную закрытость были предприняты в Указе Президента «О дополнительных гарантиях прав граждан на информацию». Требования президента в дальнейшем были отражены и в ФЗ РФ «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных СМИ», ФЗ РФ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления», ФЗ РФ «Об улучшении информационного обеспечения населения РФ», Постановлении Правительства РФ «Информационное общество 2011-2020 годы».

Документы гарантировали свободу поиска, получения, передачи и распространения информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления любым законным способом, а также соблюдение прав граждан на неприкосновенность частной жизни, права организаций на защиту деловой репутации при предоставлении информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления. Кроме того, обеспечивали систематическое информирование граждан пресс-службами федеральных и региональных органов государственной власти и должностными лицами информации о планах и решениях, а также возможность контроля со

¹ Конституция Российской Федерации: официальный текст. – Права и свободы человека и гражданина, 2001. - 17-64с.

стороны граждан за принятыми решениями и, в целом, их деятельностью. Накладывали частичный или полный запрет на требования со стороны должностных лиц, государственных органов, предприятий и учреждений, общественных организаций от редакции согласовывать сообщения и материалы, если только должностное лицо не является интервьюируемым или автором, т.е. на цензуру.

Примечательно, что на принятие закона «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» потребовалось 15 лет, а главной причиной принятия стали международные обязательства России. Дело в том, что подписанная в 2000 году Окинавская хартия глобального информационного общества требовала практической реализации обеспечения прозрачности функционирования государственного аппарата, формирование открытых государственных информационных ресурсов.

Огромное значение в области регулирования вопросов, связанных с доступом к социально значимой информации, находящейся в распоряжении государственных органов, сыграло принятое в 2003 году Постановление Правительства РФ № 98 «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства Российской Федерации и федеральных органов исполнительной власти».

Следует отметить, что механизм прозрачной государственной экономической поддержки в девяностые годы прошлого столетия почти не работал. Это стало причиной сначала распространения «теневых» практик финансирования деятельности, а затем влияния частного капитала на информационную политику.

Попытки сформулировать новую систему выделения дотаций были предприняты в ФЗ «Об экономической поддержке районных (городских) газет», ФЗ «О государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации», Постановлении Правительства РФ № 11 от 12 января 1996

г. «Об улучшении информационного обеспечения населения Российской Федерации». Наиболее продуктивным из них оказался ФЗ № 191, просуществовавший до января 2005 года. Его нормы позволяли средствам массовой информации, неспособным по объективным причинам компенсировать свои расходы через размещение рекламы, продажу тиража, воспользоваться определенными льготами (налоговые, таможенные, валютные). Налоговые льготы утратили силу уже в 2001 году, а таможенные были сведены к тем, которые вытекают из Соглашения о ввозе материалов образовательного, научного и культурного характера от 17 июня 1950 г. (Флорентийское соглашение).

Таким образом, можно констатировать, что в России создан благоприятный нормативно-правовой ландшафт, задающий вектор функционирования СМИ и обеспечивающий открытый допуск к поиску, получению и передаче информации о деятельности государственных органов, а также прозрачность и гласность принимаемых решений. Это, безусловно, важно, потому что модель взаимоотношений государства и средств массовой информации позволяет судить о гарантиях прав, в том числе, на свободу слова и печати, степени развитости гражданского общества.

В научной литературе на данный момент существуют несколько различных определений понятия «общественное телевидение». В частности, И.В. Григорьева полагает, что общественное телевидение представляет собой особый вид средства массовой информации, которое предоставляет информацию, помогающую зрителю сформировать наиболее объективное понимание сути и смысла происходящих в стране и мире событий и процессов. Поэтому все новости, факты и аналитические материалы, излагаемые общественным телевидением, необходимо подвергать тщательной проверке. По мнению автора, обеспечение целевой аудиторией данного вида СМИ (то есть всего общества) независимой,

объективной информацией является одной из важнейших задач общественного вещания¹.

Н.Е. Орешкина полагает, что общественное телевидение представляет собой особый «некоммерческий институт, находящийся в общественной или государственной собственности, отвечающий за выполнение нескольких важных общественных функций, возложенных на него государством или иным институтом регулирования вещательной деятельности в государстве, при помощи вещания на одном или нескольких телевизионных каналах»².

С.С. Сумленный в своей статье «Общественное телевидение в России и мире: проблемы и перспективы», трактует общественное телевидение как независимые медиа, действующие в интересах широкого спектра общественных групп³.

СМИ образуют среду для политического и экономического дискурса и выступают, по мнению К.Е. Виноградовой, в качестве социального резонатора. Е.Г. Богомолова в работе «Особенности взаимодействия органов государственной власти и средств массовой информации» подчеркивает, что выявление недостатков власти реализуется в посреднической роли медиа, которая работает следующим образом: общество декларирует свои потребности и интересы через СМИ, власть, стремясь сохранить собственное и государственное благополучие, отвечает на импульсы, поступающие из СМИ, а сами СМИ не только получают финансовую выгоду, но и сохраняют за собой статус контролера между государственной властью и обществом.

Следовательно, многие отечественные ученые трактуют данное понятие, во многом исходя из разного понимания его функций, задач и принципов работы, отсюда и разночтения.

¹ Григорьева, И.В. Эталон классической модели общественного телевидения в новомедийной среде / И.В. Григорьева // Ученые записки Российского государственного социального университета. - 2015. - № 9 (85). - С. 215.

² Общественное телерадиовещание – документы, комментарии, рекомендации / Сост. Ю.И. Вдовин. - СПб., 2000. - 112 с.

³ Сумленный, С.С. Общественное телевидение в России и мире: проблемы и перспективы // Россия и мир в новом веке. - 2005. - № 3. - С. 40.

Что касается определения общественного телевидения, чаще всего используемого в мире, им является трактовка, сформулированная в так называемом Типовом законе «Об общественном телерадиовещании», разработанном ЮНЕСКО и Международным союзом электросвязи в 1998 г., который подготовил директор Юридического департамента Европейского вещательного союза В. Румпхорст. В данном законе отмечается, что общественное телевидение – это «любое телевидение, удовлетворяющее трем условиям: оно должно служить обществу, финансироваться обществом и контролироваться обществом». Подобный подход к определению понятия «общественное телевидение» до сих пор является классическим и используется повсеместно.

Однако необходимо отметить, что подобное определение, хотя и дает некоторое представление об общественном телевидении, является слишком размытым и чрезмерно обобщенным. Действительно, одна только категория «служения обществу» может иметь несколько десятков различных трактовок, часть которых в некоторых случаях может относиться и к государственной, и к коммерческой формам социальной организации телевидения.

Соответственно, в настоящее время во многих странах мира, имеющих общественное телевидение, приняты свои трактовки данного понятия.

Так или иначе, общественное телевидение представляет собой отдельный и уникальный вид средств массовой информации, поэтому оно обладает несколькими объединяющими признаками, отличающими данный коммуникативный институт от коммерческого, частного и государственного телевидения. Они включают в себя несколько условий¹:

В первую очередь, все общественные телерадиоканалы формируются только на основе специального законодательства. Это могут быть отдельные законы, как, например, Королевская хартия, составляющая правовую базу ВВС, или Закон об

¹ Зубок А. Телевизионный бизнес / А. Зубок. – М., – Изд-во: национального института бизнеса, 2012. – 297 с.

общественном вещании, принятый в 1967 году в США, положивший начало развитию общественного вещания в данном государстве, либо другой нормативно-правовой акт, определяющий правовую специфику деятельности данного коммуникативного института.

Во-вторых, любое общественное телевидение предусматривает контроль со стороны общества, который осуществляется через соответствующие коллегиальные органы, представляющие различные структуры гражданского общества и гарантирует общественному телевидению независимость, как от государства, так и от различных коммерческих структур.

Как правило, представители полномочных общественных организаций формируют Вещательный Совет, который может, как входить в структуру общественного телевидения, так и представлять собой независимый орган управления. Совет может быть назначен несколькими способами:

1. либо его представители выбираются на определенный срок;
2. либо определенное число его членов назначаются Парламентом или несколькими общественными институтами.

Важнейшими функциями Вещательного Совета являются:

- Назначение Генерального Директора органа общественного вещания, который является исполнительным главой данной организации и несет основную ответственность за всю ее продукцию и деятельность;

- Назначение Административного Совета, обладающего полномочиями наблюдения и контроля, а также принимает решения в области администрирования и финансов. Данный орган играет важную роль в гарантировании эффективного и прозрачного распределения средств, полученных от общества.

- Осуществление фактического мониторинга продукции общественного телевидения, с возможностью изменять их содержание. Следовательно, общество (а точнее, его полномочные представители) осуществляет полный контроль над всеми сферами деятельности общественного телевидения.

В-третьих, финансирование общественного телевидения выполняется в соответствии с законом и только соответствующими общественными организациями, что исключает возможность подчинить его коммерческим интересам. И не случайно вопрос финансирования играет чрезвычайно важную роль в деятельности и самом существовании общественного телевидения, так как в зависимости от того, каковы финансовые источники, способность общественного телевидения выполнять возложенные на него задачи может усиливаться, или ослабляться.

В настоящее время разработаны несколько вариантов финансирования общественного телевидения: абонентская плата, добровольные пожертвования населения и государственная поддержка. В некоторых случаях возможно использование нескольких вариантов финансирования¹.

Так или иначе, какой из вариантов финансирования не был бы выбран, оно должно:

-значительным, дабы общественное телевидение могло являться противовесом коммерческим службам и его роль не была маргинальной.

- независимым от коммерческого или политического влияния;

- регулярным, то есть должны гарантироваться его стабильность и независимость от внешних условий, дабы общественному телевидению не пришлось самому изыскивать финансовые средства, делая тем самым себя уязвимым перед попытками давления на него или контроля его деятельности.

В-четвертых, содержание общественного телевидения, его программная политика строится на основе объективной информации и стремится удовлетворить интересы самой широкой аудитории².

Кроме того, при необходимости на общественное телевидение могут возлагаться и особые функции, в частности защита национальной и культурной

¹ Вачнадзе Г.Н. Всемирное телевидение / Г. Н. Вачнадзе. – Тбилиси, Изд-во:1989 «Ганатлеба» - 342 с.

² Егоров В.В. Телевидение: теория и практика: учебное пособие / В.В. Егоров. - М., - Изд: Аспект пресс, 2013. - 97 с.

идентичности, укреплении национальной самобытности, однако важнейшими функциями общественного телевидения остаются информирование, просвещение и развлечение.

Естественно, все вышеизложенное является признаками общественного телевидения, которыми оно должно обладать «в идеале», поэтому соответствие данного коммуникационного института этим критериям не всегда возможно на практике. Однако к соблюдению основных условий его деятельности необходимо стремиться.

Как любой уникальный коммуникативный институт, общественное телевидение обладает особыми целями, принципами и функциями, в соответствии с которыми и строится его деятельность. В данном случае, общественное телевидение, в какой бы стране оно не развивалось, базируется на нескольких важнейших принципах, которые во многом определяют его своеобразие: универсальность, независимость, разнообразие, а также специфичность наполнения¹.

Рассмотрим данные принципы более подробно:

1. Универсальность.

Принцип универсальности проявляется в том, что общественное вещание должно быть доступно для каждого члена общества, причем не только с технической точки зрения, но и с точки зрения его информационного наполнения. То есть общественное телевидение должно выпускать программы, понятные и доступные для всей целевой аудитории, учитывая при их разработке и выпуске актуальные региональные, национальные, языковые и религиозные характеристики того или иного региона. Кроме того, контент общественного телевидения должен способствовать пропаганде и развитию национального и культурного самосознания граждан. Являясь демократическим, общественное телевидение должно обеспечивать программы, которые отражали бы как интересы

¹ Григорьева, И.В. Эталон классической модели общественного телевидения в новомедийной среде / И.В. Григорьева // Ученые записки Российского государственного социального университета. - 2015. - № 9 (85). - С. 215.

всего населения в целом, так и отдельных социальных слоев, таких как инвалиды, дети, молодежь, женщины, люди пожилого возраста и прочие группы населения.

Иными словами, общественное телевидение должно реализовывать общественно важные проекты, за которые не берутся прочие виды СМИ.

2. Разнообразие.

Согласно данному принципу, информационное содержание различных продуктов, предоставляемых общественным телевидением, должно быть достаточно разнообразными, по крайней мере, в трех отношениях: с точки зрения жанра предлагаемых программ, аудиторий, для которых они предназначены, и анализируемых в них тем и событий. Разнообразие общественного телевидения должно отражать разнообразие общественных интересов с помощью предоставления различных видов программ, начиная с новостных и заканчивая развлекательными.

3. Независимость.

Принцип независимости гласит, что ни у какой из ветвей власти нет возможность, так или иначе, влиять на работу общественного телевидения, в том числе используя финансовые рычаги воздействия.

Данный принцип воплощает основное отличие общественного телевидения от государственной либо коммерческой его разновидности. Именно независимость позволяет общественному телевидению заострять внимание общества на наиболее злободневных темах, анализировать проблемы, больше всего волнующие социум.

При этом принцип независимости не отменяет ответственности общественного телевидения перед его целевой аудиторией - обществом. Поэтому соответствующие структуры и подразделения должны регулярно обнародовать информацию, касающуюся собственной деятельности и разработать способы обратной связи, которые позволяли бы телезрителям высказывать свою точку зрения на то, как телевизионщики выполняют свои обязанности.

Кроме ответственности перед публикой, общественное телевидение также несет ответственность за текущую деятельность всех своих подразделений, а также отдельных медийных личностей. Деятельность телеканала не должна противоречить основным принципам его функционирования.

4. Специфичность или отличие от прочих.

Стремление данного телевизионного канала отличаться от других требует, чтобы различные услуги, оказываемые общественным телевидением, не были идентичны услугам, предоставляемым другими телеканалами. Ведь только качественный, профессиональный информационный продукт наравне с особым характером программ общественного вещания позволит общественному телевидению быть действительно интересным для своей целевой аудитории и отличаться от прочих вещательных телеканалов. И вопрос даже не в том, чтобы производить те виды программ, в которых не заинтересованы другие службы, предназначать их для аудиторий, которыми они пренебрегают, или затрагивать вопросы, которые игнорируются другими. Речь идет о том, чтобы создавать уникальное вещание, используя при этом всевозможные жанры, не противоречащие целям и принципам общественного телевидения. Данный принцип определяет профессионализм сотрудников общественного телевидения, осознание ими своей особой роли и миссии, понимание того, что они должны всегда быть наиболее актуальными и уникальными, разрабатывать новые направления и стили, дабы прочие телевизионные каналы следовали их примеру.

1.2 Становление и развитие общественного телевидения за рубежом

К изобретению и распространению телевидения было причастно множество людей в конце 19-го и начале 20-го века. Частные лица и корпорации конкурировали в различных частях мира за поставку устройства, которое заменило предыдущую технологию. Многие были вынуждены извлекать выгоду из изобретения и получать прибыль, в то время как некоторые хотели изменить мир с помощью визуальных и аудио-коммуникационных технологий.

Первым и наиболее успешным и влиятельным представителем общественного телевидения является британская телекомпания BBC, созданная в 1922 г., а через 5 лет ставшая общественной вещательной корпорацией. BBC является самой старейшей общественной телекомпанией, была образована в 1922 году. Первое время компания вещала только на радиочастотах, а с 1932 г. начались выпуски телевизионных передач на постоянной основе. В 1939 г., с началом Второй мировой войны, деятельность BBC была приостановлена и возобновилась только после окончания войны.

Деятельность BBC осуществляется согласно Королевской Хартии, которая вступила в силу в 2007 году, а завершится ее действие в конце 2016 года. Документ признает полную редакционную независимость BBC и определяет общественные цели корпорации. На территории Соединенного Королевства BBC предоставляет своей аудитории возможность принимать 8 интерактивных телевизионных каналов, 10 радиосетей, более 50 местных теле- и радиостанций, пользоваться интернет-сайтом BBC, услугами телевидения и радио «по требованию», а также программой BBC iPlayer.

Основным источником доходов BBC является абонентская плата зрителей, доля абонентской платы составляет 72% от общих доходов корпорации. Размер абонентской платы устанавливает британское правительство, в 2018 году он составлял 146 фунта стерлингов (122 евро) в год. Эта сумма не зависит от количества проживающих в доме или квартире людей, или устройств, способных принимать телевизионный сигнал.

Органы, контролирующие деятельность ВВС и других вещательных организаций: Министерство культуры, СМИ и спорта, а также Независимая организация, контролирующая эту сферу в Великобритании – Ofcom (Office of Communications).

В контентном отношении телеподразделение ВВС предлагает два центральных канала, доступных всем обладателям обычных ТВ-приемников, и два цифровых канала (Three и Four). Существует даже два канала специально для британских вооруженных сил, транслируемые в т.ч. и в удалённые гарнизоны (напр. в Ирак).

При этом первый канал ВВС 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 ВВС 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.

В настоящее время ВВС является широко известной корпорацией, предоставляющей широкий выбор теле и радиовещательных услуг. Вещание ВВС распространяется на территории Великобритании, Шотландии и Северной Ирландии, Уэльса и прочих территорий, причем помимо телепрограмм общего назначения, ВВС также выпускает множество местных радиовещательных программ. Помимо этого, ВВС также имеет всемирную службу вещания, которая выполняет трансляцию программ для значительной части иностранной аудитории на разных языках.

Следовательно, именно принципы работы британской общественной телекомпании ВВС легли в основу многих других общественных телекомпаний, в дальнейшем возникших в других странах.

На современном этапе общественные телеканалы функционируют более чем в 40 странах мира – Австралии, США, Канады, Японии, Франции, Германии и прочих. Остановимся на их характеристиках более подробно.

Австралия. Общественное телевидение в этой стране представлено Австралийской вещательной корпорацией (ABC) и Специальной Корпорацией службы вещания (SBS).

В частности, ABC выпускает различные программы информационной и развлекательной направленности, разработанные для разных видов целевой аудитории, причем как по телевидению, так и по радио. В свою очередь, SBS выпускает специальные программы, направленные на удовлетворение потребностей разных слоев населения Австралии в области СМИ. Обе корпорации являются общественными, базирующимися в своей работе на соответствующих Уставах, принятых Австралийским Федеральным парламентом. Данные корпорации отчитываются перед правительственными органами по вопросам расходования финансовых средств, однако в остальном не подотчетны правительству и обладают достаточно широкими редакторскими и творческими полномочиями.

Канада. Общественное телевидение в данной стране представляет Канадская вещательная корпорация (CBC). Данная корпорация была создана в 1936 г. для предоставления различных видов теле и радиовещания национальной аудитории. Во многом данная компания была создана в противовес телеканалам, созданным в США.

На данный момент CBC выпускает множество видов информационных и развлекательных программ, предназначенных, в том числе и для кабельного телевидения, радио, а также для трансляции на коротких волнах, причем трансляция ведется на французском и английском языке.

Франция. Общественным вещанием во Франции занимается созданная в 1989 году корпорация «France Television». В группу входят 5 телевизионных каналов: France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô (спутниковый телеканал),

les 9 Outre-mer 1 (сеть теле- и радиостанций за пределами Франции). Охват аудитории France Television составил в 2017 году 31,6%. Из них 16,1% – доля аудитории France 2, 10,7% – France 3, 1,6% – France 4, 3,2% – France 5.

Общественное телевидение Франции (социальная роль которого очень значительна) особое внимание уделяет выполняемой им задаче по защите национальной культуры. За каждым из каналов, входящих в группу France Télévisions закреплены свои общественные обязанности. Каналы France 2 и France 3, например, должны предоставлять бесплатное эфирное время политическим партиям, представленным в Парламенте, а также профсоюзам и профессиональным ассоциациям, которые считаются представительными на общенациональном уровне, в соответствии с правилами, установленными главным органом, регулирующим телерадиовещание в стране, – Высшим аудиовизуальным советом (CSA). Канал France 2 должен передавать все религиозные программы, и все три общественных телеканала должны регулярно передавать программы о науке и технике. Хотя многие программы такого рода выходят в эфир в позднее время суток, разработка более детальных общественных обязанностей помогла France Télévisions найти свое лицо и выделиться среди других французских вещателей. Высший аудиовизуальный совет (CSA). Совет состоит из девяти членов. Три члена CSA назначаются Президентом республики, три члена — Председателем Национального Собрания, три члена — Председателем Сената. Основными источниками финансирования France Television являются: государственные субсидии (около 80 % доходов), доходы от рекламы и прочие поступления.

Имеется сразу несколько национальных компаний, три из них являются теле- и три - радиовещательными компаниями:

1. Франс 2, имеющая возможность транслировать телевизионные программы на территорию центральной Франции;

2. Франс 3, имеющая возможность транслировать телевизионные программы национального или регионального значения на всю территорию страны;

3. Ля синкѣм, обладающая правом транслировать программы культурного и образовательного значения;

4. Радио-Франс, с правом транслировать радиопрограммы;

5. Радио-Франс-Отр-Мер, с правом выпуска радио- и телевизионных программы для трансляции в заграничных департаментах и территориях;

6. Радио-Франс-Интернасьональ, с правом транслировать международные радиопрограммы.

Япония. Корпорация общественного вещания NHK создана в 1926 г. на базе нескольких городских радиовещательных компаний. Сейчас корпорация функционирует как классическая организация общественного вещания, деятельность которой подчинена Закону о вещании от 1950 г. Причем помимо телевещания, в NHK входят несколько национальных радиостанций. Трансляции корпорация NHK осуществляет во всем мире.

США. В Америке флагманом общественного вещания является PBS (Public Broadcasting System), которая была создана в 1969 г, как альтернатива коммерческим телеканалам, которые выпускали преимущественно развлекательные программы. Финансирование американского общественного вещания предоставляется двумя источниками – государством (по решению конгресса США, властей штатов и местных властей) и различными спонсорами¹. Поэтому самыми крупными именами в общественном вещании являются Государственная служба вещания (PBS) и Национальное общественное радио (NPR). PBS, который получил свое начало в 1952 году под названием Национального образовательного телевидения, стал PBS в 1970 году и был назван “самым надежным учреждением” среди национальных рейтинговых учреждений за последние 10 лет. Расписание-которое варьируется между 360 станциями-членами-включает в себя такие шоу, как Frontline, NOVA, Masterpiece, Antiques Roadshow и Sesame Street.

¹ Михайлов, С.А. Журналистика Великобритании и Соединенных Штатов Америки, - Изд-во: С.А. Михайлов. - СПб, 2004 – 155с.

NPR, основанная группой чартерных радиостанций, остается бастионом журналистских расследований и новостного радио с шоу, включая Wait...Wait... Don't Tell Me! Все учтено, и утреннее издание. NPR наиболее известна своей надежной журналистикой и начала свою первую трансляцию в начале 1970-х годов с сенатских слушаний о войне во Вьетнаме. Станция продолжила традицию, начав разговор о нации во время войны в Персидском заливе и став международной с NPR по всему миру в начале 1990-х годов. Теперь станция предлагает множество подкастов и онлайн-развлечений.

Германская модель общественного телевидения - публично-правовые каналы. Отличительной стороной немецкой модели общественного вещания является государственный правовой надзор за его деятельностью. Характерной чертой немецкого общественного телевидения является наличие государственного правового надзора за деятельностью публично-правовых аудиовизуальных СМИ.

Помимо этого, социум осуществляет контроль общественного телевидения через систему общественных советов, объединяющих представителей политических партий, профсоюзов, независимых представителей общественности (причем наблюдательные советы также оказывают влияние и на деятельность коммерческих телевещателей). Правительство осуществляет контроль в целях защиты плюрализма в СМИ. Контроль над деятельностью общественного телевидения осуществляет специальный орган, Телевизионный совет, состоящий из 77 представителей различных общественных групп. Телевизионный совет выбирает Генерального Директора – Интенданта, который осуществляет контроль за текущей деятельностью земельных вещателей (ARD, ZDF).

Система финансирования общественного вещания в Германии во многом отличается от принятых в других западноевропейских странах. В частности, оба общественных канала финансируются за счет рекламных поступлений. Также немаловажной особенностью публично-правовых каналов, определяющей их чисто

немецкую специфику, является значительная децентрализация, в том числе и организационная¹.

В Германии работают два общественно-правовых телеканала. ARD (Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstaltender Bundesrepublik Deutschland) – «Всеобщее телевидение Германии», более известное как Das Erste, «Первый», существует с 1950 года, штаб-квартира находится в г.Мюнхен.

Вещание ARD осуществляется через 9 земельных общественно-правовых вещательных станций (Bayerischer Rundfunk, Hessischer Rundfunk, Mitteldeutscher Rundfunk, Norddeutscher Rundfunk, Radio Bremen, Rundfunk Berlin-Brandenburg, Saarländischer Rundfunk, Südwestrundfunk, Westdeutscher Rundfunk).

ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen) – «Второе немецкое телевидение», основано в 1963 году, штаб-квартира в г.Майнц. Компания имеет офисы во всех столицах федеральных земель.

Общественное вещание в Германии, в значительной степени финансируется за счет абонентской платы, уплачиваемой домохозяйствами за теле и радио услуги. Размер абонентской платы определяет специальная комиссия - Комиссия для определения финансовых потребностей вещателей (KEF). Комиссия состоит из 16 независимых экспертов от каждой Земли, которые являются специалистами из различных областей, назначаемых премьер-министром, сроком на пять лет.

Сбор абонентской платы осуществляет агентство GEZ («Центр взимания оплаты общественного вещания»), специальный орган, созданный вещателями для целей сбора абонентской платы. Все собранные GEZ поступления распределяются между ZDF и региональными вещательными станциями ARD. По итогам 2018 года в GEZ насчитывалось 41,9 млн зарегистрированных счетов плательщиков. Отчисления, перечисляемые в последствии ZDF составляют 26%, большая часть приходится на ARD.

¹ Варганова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е. Л. Варганова. - М., - Изд-во: Аспект пресс, 2013. - 135 с.

Абонентская плата в свою очередь состоит из двух частей: базовая часть (€5.76 в мес.) и плата за ТВ вещание (€12.22 в месяц). Таким образом, домохозяйства, пользующиеся услугой ТВ, должны платить €17.98 в месяц (или €215.76 в год).

Система финансирования публично-правовых телеканалов (ARD и ZDF) предусматривает получение доходов и из других источников. Помимо абонентской платы (составляющей более 80 % доходов ARD и ZDF), телеканалы получают доходы от распространения рекламы (до 7% для ZDF) и от прочей деятельности (к примеру, от совместного производства, финансирования и эксплуатации программ).

Страны Северной Европы. Общими чертами, характерными для вещания этих стран являются: сохранение государственной собственности в области общественного вещания; а также замкнутость национальных рынков телепрограмм. Как показала практика, данные критерии не свойственны общественному вещанию в остальном мире. Экономически «чистая» система общественного вещания существует только в Швеции и Норвегии, где национальные общественные вещатели SVT и NRK финансируются полностью за счет абонентской платы.

Таким образом, несмотря на то, что государственные средства массовой информации сталкиваются с уникальным набором проблем, связанных с финансированием и поддержкой, они по-прежнему являются жизненно важным аспектом журналистского медиа-ландшафта. Тем самым, общественное телевидение стремительно развивается во всем мире, однако его отдельные критерии в разных государствах значительно отличаются.

1.3 Организация общественного телевидения в России

Исходя из изучения теоретических аспектов, касающихся принципов работы общественного телевидения, принятых за рубежом, они включают в себя универсальность, разнообразие контента, независимость и специфичность.

Однако руководство Общественного телевидения России сформулировало несколько иные принципы своей деятельности, преимущественно уделив внимание способам достижения тех или иных задач. Поэтому необходимо более подробно изучить данные принципы и попытаться соотнести их с общепринятыми. Итак, они включают в себя¹:

1. Преимущественное использование прямого эфира и других форм взаимодействия авторов со зрителями, вовлечение современных технологий в создание содержания и его трансляцию;

Данный принцип можно соотнести с принципами разнообразия и специфичности, так как использование различных средств и способов взаимодействия со зрителями, а также вещания позволяет производить различные виды контента, в том числе уникального.

2. Применение универсального программирования нового типа, предусматривающего свободное от политической и коммерческой внутренней и внешней цензуры публицистическое и информационное вещание (новости, аналитические дискуссии в формате ток-шоу);

Данный принцип можно соотнести с принципом независимости деятельности общественного телевидения от коммерческих и политических структур.

¹ Савинков, В.И. Общественное телевидение - инструмент формирования культурно-информационного пространства России / В.И. Савинков // Экономика и управление. - 2012. - № 5. - С. 4

3. Развивающие («умные») развлечения, качественные игровые, документальные и анимационные фильмы, привлекательные просветительские программы, оригинальное ночное вещание;

Данный принцип можно соотнести с принципом специфичности а также разнообразия, необходимого для привлечения различных слоев общества.

4. Формирование и кураторство широких корреспондентских сетей, состоящих из непрофессиональных «активистов».

Данный принцип также можно соотнести с принципами специфичности и разнообразия, так как привлечение к деятельности подобных сетей позволит обеспечить плюрализм мнений.

5. Приоритетными являются программы, в которых разные национальные, социальные, религиозные и субкультурные группы общества вступают в диалог друг с другом¹. Данный принцип можно соотнести с принципом разнообразия, так как подобные программы позволяют взглянуть на проблему с различных точек зрения.

Следовательно, принципы работы, сформулированные Общественным телевидением России, вполне согласуются с мировыми, по крайней мере в теории. Для того, чтобы понять, так ли это на практике, необходимо изучить особенности информационных продуктов данного медиаканала. Они содержат в себе общественно-политический блок, молодежно-подростковый сегмент, культурный блок, сегмент зарубежных программ, а также научный блок.

В частности, в общественно-политическом блоке вещания внимание уделяется деятельности законодателей, судебной системе, а также деятельности органов местного самоуправления.

¹ Вальянов, Н.А., Палиева, З.И. Общественное телевидение России – содержательные характеристики // Научное сообщество студентов XXI столетия. Общественные науки: сб. ст. по мат. XXI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 6(21). – Новосибирск, 2014. – С. 27.

- В молодежно-подростковом сегменте приоритет отдается форматам, связанным с профориентацией и формированием установок на участие в общественной жизни.

- Культурный блок представлен программами, погружающие зрителя в мир современной актуальной культуры, а также культурного наследия и их взаимосвязи.

- Помимо этого, в эфире общественного вещания размещаются программы и форматы зарубежных общественных телеканалов - публицистические, просветительские, развивающие, развлекательные.

- В научном блоке вещания предпочтение отдается научно-просветительским и познавательным программам.

Следовательно, руководство ОТР при формировании эфира предпринимает попытки соответствовать принципам универсальности и разнообразия, так как при этом учтены наиболее важные информационные сегменты – политика, культура, публицистика, наука. Однако, по нашему мнению, незаслуженно обойдены вниманием несколько слоев целевой аудитории, в частности, пенсионеры и т.д. Ведь если уделяется внимание молодежи и подросткам, логично было бы уделять внимание и прочим возрастным и социальным категориям.

Таким образом, принципы деятельности Общественного телевидения России в целом соответствуют принятым в мире, по крайней мере, в теории.

Однако вернемся к системе взаимоотношений органов государственной власти со СМИ, попробовав разобраться не только, как это работает в теории, а взглянуть на их взаимодействие, скажем, более реально. О.С. Добвыш пишет, что в современных реалиях государство от моделей прямого владения и директивного контроля над медиа государство уходит к моделям, когда властный ресурс реализуется не за счет участия в капитале медиа, но за счет разветвленных схем финансирования. Одним из таких проявлений является – заключение информационных контрактов. Автор подчеркивает, что такая модель превращает государство в заказчика, а СМИ в исполнителя, а значит, даже частные СМИ

оказываются подконтрольны властным структурам через механизмы рыночного взаимодействия. «При этом рыночная природа таких отношений никак не артикулируется. Основной посыл информационных контрактов — это реализация общественной функции медиа, освещение социально значимых тем.

В реальности же в таких контрактах оказывается «вшита» имиджевая составляющая, а основным становится освещение деятельности властей. Как следствие, существующая система контрактов трансформирует саму модель региональной медиасистемы России. Патерналистская функция государства, в рамках которой финансируется освещение общественно значимых тем, подменяется интересами властей по формированию собственного имиджа», — подчеркивает исследователь.

Аналогичной позиции придерживается директор фонда «Медиастандарт» Д. Казьмин. Он отмечает, что такой формат взаимоотношений мешает развитию медиотрасли: «Усиление экономической зависимости СМИ от государства и увеличение арсенала санкций к неудобным приводят к размыванию функций журналистики. Журналисты превращаются в ретрансляторы поступающей от спонсора СМИ информации, теряя навыки ее проверки и анализа. Снижается качество коммуникаций: государственные деньги выделяются для максимального охвата и требуют количественных отчетов (тиражи, объем трафика, реже доля аудитории и совсем редко индекс цитирования). При этом многие СМИ не стесняются игнорировать важные для аудитории новости. Политика выдавливания независимых СМИ деструктивна для гражданского общества и бизнеса, а в среднесрочной перспективе опасна и для руководства страны».

Субсидии для СМИ, отмечает О.С. Довбыш, являются вне рыночной формой поддержки. Государство, таким образом, передает выполнение общественных функций коммерческим масс-медиа, т.е. компаниям, не находящимся в

собственности государства. Вследствие этого между государственным сектором и медиакомпаниями формируются квази- рыночные отношения¹.

Сегодня СМИ, осознавая, что информационный продукт не покрывает все расходы на производство, участвуют в программах информационного партнерства (субсидии и государственные контракты). К этому процессу нельзя относиться однозначно. Положительная сторона заключается не только в том, что государство с помощью субсидий поддерживает близкие к банкротству редакции. Увеличивается количество специальных проектов интересных широкой аудитории. Они раскрывают информацию, например, о федеральных или региональных достижениях в сфере экономической политики. Стремление государства сделать процесс финансирования из федерального или регионального бюджетов более прозрачным и объективным, позволить массмедиа самостоятельно покрывать расходы и формировать повестку дня независимо от своего учредителя обусловил переход на систему грантовой поддержки.

С другой стороны, можно предположить, что органы государственной власти с помощью денежных потоков осуществляют скрытую цензуру, вмешиваются в организационные дела редакций, используют административное влияние. Мы понимаем, что чрезмерный контроль со стороны государства чреват для СМИ потерей экономической и политической независимости, информационной и социальной роли, а также функции обратной связи с населением страны.

¹ Довбыш О.С. Специфика взаимодействия СМИ и властей в российских регионах // Журналистский ежегодник. 2015. № 4. С. 157-161.

2. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В РОССИИ

2.1 Специфика функционирования АНО «Общественное телевидение России»

Во второй главе данного исследования необходимо рассмотреть особенности создания и функционирования Общественного телевидения России и (по возможности) выяснить, насколько способы создания и функционирования ОТР, а также его цели и принципы работы совпадают с теми, что приняты в современном мировом сообществе. Анализ производился на основе данных открытых источников (официального сайта ОТР, анализа его информационного контента, а также прочих публикаций, посвященных данной тематике).

Под ОТР понимается телевидение, ориентированное на широкую аудиторию и направленное на формирование гражданского общества, в том числе на:

- выявление, публичное представление и защиту значимых общественных интересов;
- развитие самосознания индивида, социальных сообществ, групп и системы в целом;
- инициирование разнообразных способов самоорганизации, вовлечение граждан в позитивную социальную практику;
- обеспечение активного участия граждан в проектировании индивидуального и общественного будущего.

Предложенная Президентом РФ в декабре 2011 года концепция о создании ОТР, которую поддержали многие телеведущие, тем не менее вызывало много споров, касающихся ее практической реализации. Представителей телеиндустрии прежде всего волновали вопросы: как будет осуществляться правовое регулирование ОТР в России? На базе какой платформы будет работать ОТР? Из каких источников будет осуществляться финансирование? Какой будет программная сетка?

Согласно концепции ОТР считалось, что Высшим органом управления вещанием является попечительский совет (состоящий из 12 членов), назначаемый президентом по предложению консультационного совета.

Тогда наиболее вероятным вариантом создания ОТР представлялось преобразование одного из федеральных каналов – ВГТРК, «Первого канала» или ТВЦ.

Для контроля за финансированием ОТР была создана некоммерческая организация — Национальный фонд поддержки развития общественного вещания. В него должны поступать средства из федерального бюджета по целевой статье, обязательные отчисления вещателей телеканалов (3 до 5% доходов от рекламы в зависимости от объема прямого бюджетного финансирования) и благотворительные пожертвования граждан и организаций. Размер благотворительных пожертвований в проекте начинается от 1000 руб. и ограничен 100 млн. руб.

Предполагалось, что в программную сетку ОТР будут входить публицистические и информационные передачи — развивающие и образовательные программы, игровые и документальные фильмы, мультфильмы и оригинальное ночное вещание. При этом программная сетка телевидения должна быть независима от политической и коммерческой цензуры.

В мировой практике модель ОТР успешно реализована другими странами, существуют различные способы финансирования ОТР, но в целом, предложенная российскими разработчиками программы стратегия организации не противоречила принятой в общемировой практике форме организации ОТР.

Как уже было упомянуто, идея создания в нашей стране общественного телевидения высказывалась уже долгое время, поэтому 17 апреля 2012 г. Д. Медведев, который считается его основателем, подписал указ о создании данного коммуникативного института, а 19 мая 2013 г. телеканал, получивший статус автономной некоммерческой организации «Общественное телевидение России», впервые вышел в эфир. Директором Общественного телевидения России был

назначен заслуженный деятель искусств России, Президент Международной академии телевидения и радио А. Лысенко¹.

Как и в мировой практике, деятельность ОТР регулируется особым нормативно-правовым актом – концепцией «О создании общественного вещания в Российской Федерации».

Тематика канала – общественный, социально-политический. Данная тематика совпадает с мировой практикой, согласно которой общественное телевидение призвано освещать наиболее злободневные темы, интересующие общество.

Как указано на официальном сайте, владельцем ОТР является специально созданная автономная некоммерческая организация, что также не противоречит принципам общественного вещания.

Цели, которые стремится достичь ОТР включают в себя:

- Обеспечение привлекательного, альтернативного государственно-коммерческому вещанию через создание адекватных вызовам времени смысловых, жанровых, технологических и иных координат, способных обновлять мотивацию потребления содержания и участия зрителей в данном типе медиа;

- Создание условий для преодоления социальной и политической пассивности населения;

- Привлечение к общественному вещанию зрителей, утративших мотивацию телесмотра и слушания радио;

- Формирование культуры участия в общественной жизни, продвижение меры индивидуального поведения, ориентированных на саморазвитие и развитие социальной среды и коммуникации как социально одобренных и престижных стремлений;

- Развитие гражданского общества в России;

- Просвещение и образование аудитории;

¹ Гладько, А.М. Нужно ли России общественное телевидение? / А.М. Гладько // Проблемы филологии, культурологии и искусствоведения. - № 1. – С. 162.

- Пропаганда общечеловеческих моральных ценностей¹.

Иными словами, ОТР представляет собой новую площадку для обсуждения самых актуальных проблем, волнующих общество, а также средство открытого и прямого взаимодействия между властью и гражданами России.

Анализируя данные цели, необходимо отметить, что несмотря на то, что они, на наш взгляд, чрезвычайно масштабны (и вряд ли достижимы силами одного лишь телевидения), однако вполне согласуются с основными принципами его функционирования, являясь отражением состояния гражданского общества нашей страны на современном этапе, так как многие исследователи отмечают его выраженную пассивность и инертность².

Следовательно, миссия ОТР состоит в:

- Формировании и развитии гражданского общества, в том числе:
 - выявлении, публичном представлении и защите значимых общественных интересов;
 - развитии самосознания человека, социальных сообществ, групп и общества в целом;
 - вовлечении граждан в положительную социальную практику;
 - обеспечении активного участия граждан в проектировании индивидуального и коллективного будущего³.

Для изучения специфики функционирования Общественного телевидения России необходимо проанализировать, непосредственно, контент, аудиторию, тематику, рейтинги, темы, ведущих. Программная сетка ОТР включает большое количество различных программ, ориентированных на множество целевых аудиторий со своими идеями и темами.

¹ Общественного телевидения России: официальный сайт // URL: <https://otr-online.ru> (дата обращения: 03.04.19)

² Савинков, В.И. Общественное телевидение - инструмент формирования культурно-информационного пространства России / В.И. Савинков // Экономика и управление. - 2012. - № 5. - С. 3

³ Общественного телевидения России: официальный сайт // URL: <https://otr-online.ru> (дата обращения: 03.04.19)

Итак, рассмотрим программу «Большая страна», которая выходит три раза в день, начиная вещание с 5:55 утра по мск. времени. Она рассказывает зрителям о жизни и проблемах в каждом регионе страны. Помогает увидеть, самые малоизвестные факты о каждом удаленном уголке России. Передача рассказывает о богатстве духовной и национальной культуры нашей страны, повествует об исторических личностях и событиях, сыгравших важную роль в региональной жизни. Не остаются в стороне и животрепещущие социальные и общегражданские проблемы, вопросы межнационального взаимодействия. Цель программы "Большая страна" – сближение жителей всех городов России, возможность понять ценность культурного и духовного многообразия, которое также может стать источником силы и истинного единения народа. Ведущие программы – Ангелина Грохольская, Павел Давыдов¹. Поэтому данная программа ориентирована как на молодую, так и на достаточно взрослую аудиторию, людей, которые хотят быть в курсе, чем живет их родная страна. А именно знать, о её проблемах, победах, особенностях национального характера.

Рассмотрим следующую программу. "Хроника добрых дел" – так могла бы по-другому называться передача "Активная среда" на канале ОТР. В программе главная роль отдается благотворительной деятельности организаций и фондов, а также отдельных неравнодушных людей, желающих помочь нуждающимся. Призывая к социальной активности и развивая идею добра, авторы программы поддерживают волонтерские начинания, показывая, как активная гражданская позиция может дать толчок к возрождению традиций милосердия.

Как мы уже выяснили, в центре внимания программы – благотворительные акции и мероприятия, которые проходят по всей территории России, где рассказывается обо всех их учредителях и тех, кому эта помощь нужна. Непосредственно помимо телевещания телевизионный проект имеет популярный формат френдленты, который используется в социальных сетях. Это и помогает

¹ Общественного телевидения России: официальный сайт // URL: <https://otr-online.ru> (дата обращения: 03.04.19)

активно взаимодействовать со зрителями, вовлекая в благотворительный процесс все новых участников. Ведущие проекта – Надежда Шохина и Ашот Караханян. Аудитория у проекта подразумевает активную часть населения, абсолютно любого возраста из разных концов нашей страны (людей, которые готовы менять этот мир в лучшую сторону). Здесь все опирается только на желание человека быть полезным, помогающим и равнодушным к происходящему вокруг.

Программа «Большая наука» – ориентированная на людей, стремящихся познать что-то новое, не давать застояться своему мозгу, учиться быть настоящим интеллектуалом, отделяя и различая реальную информацию от фэйковой. "Большая наука" позволяет отделить истинные знания от лженаучных. В интересной и доступной для зрителей форме ведущие программы беседуют с учеными в разных областях науки о познании себя и мира, популярных теориях и гипотезах, великих достижениях и открытиях.

Также одна из программ «Большой науки» – "Большая наука. На грани безумия" на ОТР обращается к спорным темам, которые большинство наших современников склонны воспринимать исключительно однозначно из-за сложившихся в обществе ложных представлений. Гостями программы являются доктора наук, заведующие крупными лабораториями и научные сотрудники ведущих институтов страны. Последние открытия в разных научных областях – в интереснейших дискуссиях ученых в режиме онлайн.

Эмоциональный и увлеченный ведущий программы Алексей Семихатов формулирует вопросы к гостям таким образом, чтобы сделать обсуждаемые проблемы простыми для понимания. Благодаря этому научно-популярная передача "Большая наука. На грани безумия" интересна и доступна широкому кругу телезрителей¹.

«Культурный обмен» – еще одна интересная программа, подходящая для тех, кому небезразлична культурная жизнь столицы и провинциальных городов.

¹ Общественного телевидения России: официальный сайт // URL: <https://otr-online.ru> (дата обращения: 03.04.19)

"Культурный обмен" на канале ОТР – это замечательная возможность пообщаться со знаменитыми и только начинающими свою деятельность режиссерами, актерами, писателями, искусствоведами, музыкантами и другими творческими людьми. В зоне внимания программы находятся не только столичные представители культуры, но и их коллеги из российских регионов, у которых тоже всегда есть, чем поделиться с широкой публикой.

Главная особенность этой программы – это всесторонний охват всех участников культурного процесса. Обычно находящиеся в тени координаторы проектов, сценографы, кураторы, театральные оформители имеют шанс высказать свое мнение и рассказать о многих, порой удивительных вещах, случающихся в их работе.

За успех проекта и его несомненную актуальность отвечает ведущий – Сергей Николаевич, известная фигура в культурных кругах. Это бывший главный редактор журналов "Огонек", "Советский театр", "Коммерсант", "Домовой". Он также участвовал в российских версиях Elle, Madame Figaro и Citizen K и на данный момент является руководителем глянцевого проекта "Сноб".

И программа «Медосмотр», ориентированная на людей, которые хотят следить за своим здоровьем, чтобы радовать себя и своих близких. По большей части она предназначена на зрелую аудиторию, людей в возрасте, у кого, собственно, чаще и бывают проблемы со здоровьем. Однако программа является отличным профилактическим инструментом для всех тех, кто хочет не болеть, а чувствовать себя прекрасно. Гости проекта – доктора наук, врачи различных отделений. Программа «Медосмотр» – это диагностика нашего здравоохранения, температура общественного мнения, ответы на наболевшие вопросы и очень полезные советы¹.

Проанализировав программы различных направлений и тематик, можно сказать, что ОТР предлагает зрителю выбор, основанный на его интересах,

¹ Общественного телевидения России: официальный сайт // URL: <https://otr-online.ru> (дата обращения: 03.04.19)

взглядах, желаниях и переживаниях. Помимо этого, ОТР предоставляет возможность совершенно любому зрителю принять участие в эфире, программе, где можно высказать свое мнение, дополнить тему своими знаниями и мыслями или просто же задать интересующий вопрос компетентному человеку. Поучаствовать в благотворительности или внести минимальные пожертвования на развитие телеканала. Тем самым, Отечественное Телевидение России пытается наладить ту самую важную нить между зрителем и государством, создать некий мостик, через который можно и нужно «разговаривать» друг с другом.

Что касается структуры данного медиаканала, как и прочие подобные органы, общественное телевидение России образуют несколько структурных элементов:

1. контрольные органы (Совет по общественному телевидению),
2. органы управления (Наблюдательный совет и генеральный директор, ревизионная комиссия и Совет по использованию целевого капитала),
3. непосредственно телеканал (руководство, редакция и другие представители СМИ).

Тем не менее, общество заявлено как центральное и основное звено в данной структуре, так как исходя из многих теоретических работ, именно социум формирует конкретный заказ СМИ, исходя из своих вкусов, идей и потребностей, а телеканал уже этот самый заказ выполняет, но в соответствии с целями, принципами и задачами, определенными в Уставе ОТР.

Таким образом, Общественное телевидение России позиционируется, как особый социальный проект, система, регулирующая деятельность различных органов (управления и контроля), телеканала и общества. Однако, по нашему мнению, руководству телеканала необходимо пересмотреть некоторые цели в сторону их большей конкретизации, что позволит сосредоточиться на наиболее значимых для канала задачах. Потому что в данном случае миссия канала чрезмерно однополярная и размытая, так как не вполне соответствует классической модели, согласно которой миссией общественного телевидения является «информирование, просвещение и развлечение» целевой аудитории. Естественно,

в разных странах общественное телевидение имеет различную направленность и приоритеты, однако в данном случае происходит явный перекоп в сторону просвещения, что в дальнейшем может привести к потере ОТР значительной части целевой аудитории и не позволит ему привлечь к общественному вещанию зрителей, утративших мотивацию телесмотрения и слушания радио.

2.2 Особенности деятельности **Public Broadcasting Service** в США

В Америке флагманом общественного вещания является PBS (Public Broadcasting System), которая была создана в 1969 г, как альтернатива коммерческим телеканалам, которые выпускали преимущественно развлекательные программы. Финансирование американского общественного вещания предоставляется двумя источниками – государством (по решению конгресса США, властей штатов и местных властей) и различными спонсорами¹.

Государственная служба радиовещания (PBS), частная, некоммерческая американская корпорация, членами которой являются государственные телевизионные станции Соединенных Штатов и их неинкорпорированных территорий. PBS предоставляет своим станциям-членам программы в области культуры, образования и науки, в области детского питания, в области новостей и общественных дел, но сама не производит программ; программы производятся станциями-членами, независимыми производителями и другими производителями программ по всему миру.

Штаб-квартира PBS находится в Александрии, штат Вирджиния, за пределами Вашингтона, округ Колумбия.

В первые годы существования Общественного телевидения в Соединенных Штатах доминировало Национальное образовательное телевидение (NET; основано в 1952 году как образовательный теле- радиоцентр), которое опиралось главным образом на финансирование Фонда Форда.

После принятия закона об общественном вещании (1967 год) была создана финансируемая правительством корпорация общественного вещания (CPB), а в 1969 году она учредила службу Общественного вещания в качестве преемника NET. Вещательная сеть PBS дебютировала в 1970 году. В свои первые годы PBS показывал такие известные программы, как детские шоу Улица Сезам (начало 1969) и Мистер Роджерс соседства (1968-2001; с Фред Роджерс), исполнительских

¹ Михайлов, С.А. Журналистика Великобритании и Соединенных Штатов Америки, - Изд-во: С.А. Михайлов. - СПб, 2004 – 212с.

искусств серии вечером по Соз (1970-2005) и большие спектакли (начало 1972), научно-ориентированные Нова (начало 1974), и текущих дел показывают, Вашингтон неделя (началась 1967; позже переименованная в Вашингтоне неделю).

Общественное телевидение США «Public Broadcasting Service» – сейчас это не государственная корпорация, членам которой являются свыше трехсот пятидесяти телестанций, имеющих лицензию на некоммерческое образовательное телевидение.

В большом Лос-Анджелесе таких станций совсем недавно было 4. Среди них КСЕТ (Community Educational Television). КСЕТ была членом ВВС свыше 40 лет, однако сейчас это самая большая независимая общественная телестанция. Как независимый голос телеканал служит многообразию в регионе с содержанием, отображающим жизнь Южной или Центральной Калифорнии. Кинокритик Леонард Мартин говорит, что общественное телевидение выпускает программы, которые больше нигде нельзя увидеть, поэтому оно и называется общественным. И хотя есть сотни кабельных каналов, они не делают того, что традиционно делает общественное телевидение.

Денежные средства на нужды КСЕТ приходят из благотворительных фондов, частных пожертвований, корпоративных источников и порядка 15% составляют государственные гранты. Эл Джером генеральный директор КСЕТ подчеркивает, что телестанцию не волнует правительственная цензура, но что особенно хорошо в ОТ в США, что мы по-настоящему свободны от коммерческого влияния¹. Он также говорит, что с удовольствием хотел бы сотрудничать с российскими телевизионщиками, это интересная перспектива. Владимир Паперный – культуролог и по совместительству профессор UCLA считает, что абсолютно необходимо как раз таки некоммерческое телевидение, потому что у него другие возможности, другие ограничения, главным образом финансовые. В то же время есть возможности показывать то, в чем в коммерческое телевидение попросту не

¹Голос Америки: официальный сайт // URL: <https://www.golos-ameriki.ru/a/1653820.html> (дата обращения: 10.05.19)

заинтересовано, потому что оно не собирает достаточное количество аудитории на какие-то сюжеты¹.

Еще одним плюсом для КСЕТ является то, что есть полная свобода выражения противоположных взглядов, поэтому на телеканале выходят совершенно разные программы. Например, только на главном телеканале в эфир попадает 6 часов международных новостей, а именно новости ВВС, Аль-Джазира (на англ. языке), Израильские новости, NHK из Японии. На цифровом новостном канале идут новости из Франции и из России. Помимо этого, на телеканале зритель может найти абсолютно разные по своей тематике программы, которые удовлетворяют его интересы. Такие как: «American experience» - тематический сериал, основанный на историческом прошлом страны, рассказывает и показывает про американскую культуру и традиции в целом. «Nature» - программа, которая представляет реальную жизнь наших меньших братьев, заставляя окунуться в жестокий, но такой красивый дикий мир зверей и растений. Для тех, кто всегда мечтал научиться готовить или просто любит это делать, телеканал предоставляет программу «A Chef's life», где известный американский шеф Виван Ховард готовит разные блюда, показывая и объясняя, как сделать это, действительно, вкусно. Для детей, в свою очередь, также есть специально предназначенный для них программы, такие как: kidsvision, kid stew, science KIDS, где ребенок и его родители могут всегда найти что-то полезное и новое, проводя время вместе. Все это охватывает огромнейшую аудиторию различных культур и наций, взглядов и интересов, взрослых и детей.

Что касается правил телеканала, они, конечно же, есть: сексуальные сцены или непристойности. Как держатель телевещательной лицензии, канал не может использовать непристойные выражения или сексуальные содержания в начале вечера, когда это могут увидеть дети.

Возможно, общественное телевидение, действительно, одно из самых объективных телевещаний, потому что оно не связано напрямую ни с политикой,

¹ Голос Америки: официальный сайт // URL: <https://www.golos-ameriki.ru/a/1653820.html> (дата обращения: 10.05.19)

правительством, ни с каким-либо частным бизнесом, который может диктовать ему условия. И, несмотря на жесточайшую конкуренцию с сотнями развлекательных каналов, аудитория PBS растет с каждым годом за счет гибкой и смелой программной политики, возможной только в по-настоящему демократическом обществе.

2.3 Проблемы и перспективы развития отечественного и зарубежного общественного телевидения

Предпосылкой к развитию идеи общественного телевидения послужили результаты опроса, проводимого ВЦИОМ, которые показали, что 71% россиян заинтересованы в создании общественного телевидения, т.е. такого телевидения, которое не зависело бы от политических и бизнес владельцев¹.

Общественное телевидение России выходит в эфир уже более 7 лет. За это время данный медиаканал приобрел не только сторонников, но и противников, а также столкнулся с несколькими серьезными проблемами.

Основной из них является недостаток финансирования. Как уже было упомянуто, для того, чтобы данный вид вещания мог действительно сохранять независимость, основой его финансирования должны стать денежные средства, поступающие от общества (добровольные пожертвования, абонентская плата и др.). Кроме того, денежные средства должны поступать регулярно и в том объеме, чтобы удовлетворять все нужды и требования общественного телевидения.

На практике же складывается ситуация, что ОТР финансируется, по сути, государством. И если на первоначальном этапе использование государственных субсидий еще было оправдано, то в дальнейшем это грозит потерей независимости данного коммуникативного института и превращением его в очередной государственный проект. В настоящее время ОТР постоянно испытывает финансовые трудности, так как субсидий, выделяемых государством, явно недостаточно, а прочие источники дохода пока не найдены. Еще в 2012 г. из-за нехватки финансирования руководство Общественного телевидения России было даже вынуждено вдвое сократить количество сотрудников.

По мнению аналитиков, подобная ситуация возникла потому, что в настоящий момент важнейшие социальные силы - общество и государство – еще не готовы и

¹ВЦИОМ: официальный сайт // URL:<https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=1497> (дата обращения: 06.05.19)

не настолько заинтересованы в создании в России, действительно, общественного телевидения¹.

Власть не желает терять влияние на общественное мнение, а общество не осознает важность данной структуры, ее пользу для себя, а также не обладает традициями свободы и независимости средств массовой информации.

И хотя ОТР позиционирует себя, как коммуникационный институт, полностью независимый от государства, многие критики данной позиции так не считают. В частности, первоначально входивший в рабочую группу по созданию общественного телевидения В. Познер позже вышел из нее и призвал закрыть новосозданный телеканал, поскольку медиа, руководитель которого назначается президентом, не может считаться «общественным», то есть независимым².

Согласен с данным утверждением и генеральный секретарь профессионального Союза журналистов России Л. Речицкий, указывающий, что руководство ОТР, равно как и общественный и наблюдательный советы телеканала, состоят в основном из должностных лиц. «Чьи интересы будут защищать эти должностные лица? Конечно, государства», - уверен Речицкий³.

Журналист, бывший секретарь Союза журналистов России И. Яковенко признался, что ОТР вызывает у него чувство неловкости и уныние, поскольку этот «стоцентный, до мозга костей государственный телеканал выдают за общественное ТВ», а также из-за ненужности телеканала такого рода в нынешней ситуации. При этом, полемизируя с руководителем ОТР А. Лысенко, заявляющем о заведомо низком рейтинге общественного телевидения, Яковенко приводит высокие рейтинги общественного ТВ в разных странах и полагает, что дело в недостаточной мотивации.

¹ Гладько, А.М. Нужно ли России общественное телевидение? / А.М. Гладько // Проблемы филологии, культурологии и искусствоведения. - № 1. - С. 163.

² Сумленный, С.С. Общественное телевидение в России и мире: проблемы и перспективы // Россия и мир в новом веке. - 2005. - № 3. - С. 40.

³ Информационно-аналитический портал DW: официальный сайт // URL: <http://www.dw.com/ru/отропъ-от-вещания-отр/a-16831750> (дата обращения: 06.05.19)

Следовательно, если руководство канала ОТР не изыщет необходимые финансовые ресурсы, в дальнейшем телеканал может полностью перейти на государственное финансирование, либо прекратить свое существование вообще. Еще одной предпосылкой для этого является недостаточно высокий профессиональный уровень телеканала, программы которого вызывают критику в журналистской среде.

В частности, многие считают, что информационный продукт, выпускаемый ОТР, «не имеет ни формы, ни содержания». Подобное мнение высказал главный редактор журнала «МедиаПрофи» Е. Кузин: «у канала отсутствует единая стилистика, программы визуально выглядят очень архаично, и к тому же не заметно, что канал пытается проводить какую-то определенную линию», - вынес свой вердикт Кузин¹.

Однако, несмотря на волну критики, многие журналисты и общественные деятели полагают, что предпосылки создания реального 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 телевидении и многое другое. Поэтому по мере дальнейшего развития демократических процессов и формирования гражданского общества в России, а также ослабления государственного контроля над средствами массовой информации, будет увеличиваться и потребность социума в общественном телевидении.

Следовательно, телеканалу ОТР необходимо продолжать деятельность, повышая ее профессиональный уровень, увеличивая целевую аудиторию и привлекая внимание общества к наиболее острым социальным, политическим и экономическим проблемам, стараясь сокращать давление со стороны государства.

¹ Информационно-аналитический портал DW: официальный сайт // URL: <http://www.dw.com/ru/отроп-от-вещания-отр/a-16831750> (дата обращения: 06.05.19)

Ведь в мировой практике модель ОТВ все-таки успешно реализована другими странами, где существуют различные способы финансирования ОТВ, но в целом, предложенная российскими разработчиками программы стратегия организации не противоречит принятой в общемировой практике форме организации ОТВ.

Однако, разобрав деятельность общественного телевидения США Public Broadcasting Service, где основная проблема, с которой столкнулось США заключается в том, что программы общественного телевидения не смогли добиться большой популярности у массовой аудитории (так как они предназначены для небольших групп потребителей, имеющих схожие культурные, профессиональные, образовательные и прочие интересы), осуществляется постоянное сокращение государственного финансирования общественных вещательных компаний США, что приводит к сокращению их бюджетов и не позволяет им улучшить качество информационной продукции и повысить рейтинг программ. Недостаток финансовых средств у общественных вещателей в США сказывается на качестве их информационной продукции и является причиной того, что информационная продукция общественных телестанций США, повторюсь, пользуется меньшей популярностью у населения по сравнению с популярностью программ общественного вещания в Великобритании, Франции, Германии, а сами вещатели занимают меньшую долю рынка.

Общественное телевидение в Германии, которое обеспечивается публично-правовым телевидением и, соответственно, находится под надзором государственного аппарата, который контролирует деятельность публично-правовых аудиовизуальных СМИ. Позиционируя это, как контроль в целях защиты плюрализма в СМИ, но при этом, выстраивая свою политическую программу (основанную на паритетных демократических началах) телевидения и общества, по средствам политических партий, профсоюзов и других представителей общественности, назвать независимым и по праву считать общественным однозначно никак нельзя.

В то же время британская национальная вещательная компания ВВС, которая является ориентиром общественного телевидения. Она способна выполнять нормативные функции независимого СМИ, максимально удовлетворяя потребности аудитории.

ВВС насчитывает огромное число зрителей, опережая американских гигантов ОТР, где годовой бюджет приближается к восьми миллиардам долларов, где основное финансирование происходит за счет абонентской платы, которая взимается с каждого домовладения ежегодно.

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. Где парламентом страны закреплено, «что компания должна быть независима от политического и коммерческого влияния и отчитываться только перед своими зрителями и слушателями, где также обязана информировать, развлекать и обучать, поддерживать институт гражданства и гражданское общество, продвигать образование и тягу к знаниям, стимулировать творчество и культурное совершенствование, и стать лидером в переходе нации к цифровому телевидению¹».

Можно предположить, что данная схема развития национального вещания может быть реализована и в Российской Федерации. Это обусловлено:

- 1) большой площади страны, пестроте регионов и их неравномерности в развитии, мультикультурной и многонациональной природе федерации.
- 2) неравномерности в распределении финансовых ресурсов внутри страны.
- 3) традиционно централизованной модели управления, по мнению многих, подходящей для такой страны.

¹ Состав.ру: официальный сайт // URL: <https://www.sostav.ru/blogs/37972/3913/> (дата обращения: 10.05.19)

4) текущей политике укрепления государственного контроля за развитием страны, в том числе в сфере СМИ.

И если сравнивать зарубежное общественное телевидение с российским то, сегодняшние попытки регулирования вещательных СМИ государством страдают от неформальности их отношений. Формально независимые вещатели подвергаются закулискому 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 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. А социальная политика в СМИ практически отсутствует, остается только политическая пропаганда¹.

Опираясь на зарубежный опыт реализации общественного телевидения, участникам реализации концепции отечественного ТВ необходимо уделить внимание, прежде всего таким аспектам:

1. Быть относительно независимым от государства
2. Быть социально ответственным (а эта обязанность закреплена на юридическом уровне)
3. Выполнять целевые социальные задачи, в том числе образование, пропаганду национальных ценностей (гражданская ответственность, образованность, здоровье и любые другие), беспристрастное информирование.
4. Успешно выполнять развлекательные функции, удовлетворяя не только запросы больших групп, но и запросы групп меньшинства.

¹ Состав.ру: официальный сайт // URL: <https://www.sostav.ru/blogs/37972/3913/> (дата обращения: 10.05.19)

5. Выделять достаточные средства на техническое и контентное обновление вещания в плановом порядке, ставя перед собой долгосрочные цели.

Также предложенная разработчиками концепции модель финансирования за счет государственного субсидирования, доходов от рекламы и спонсорства имеет место в мировой практике (модель France Television, PBS), а также уже успешно практикуется большинством российских телеканалов. По данным АКАР объем рынка телерекламы на сентябрь 2017 года составил 90 млрд руб, при этом телевидение является основным источником распространения рекламы, темп роста составил 25% по отношению к началу года, что позволяет говорить о том, что финансирование в виде отчисления вещателей от рекламных доходов в среднесрочной перспективе будут носить устойчивый характер. Но тем не менее, как показывает зарубежный опыт, большая часть расходов на финансирование ОТВ ляжет на плечи государства. В связи с ростом конкуренции со стороны коммерческих телеканалов, государственного финансирования может быть недостаточно для поддержания рейтинга наряду с коммерческими телеканалами, что будет приводить в конечном итоге к сокращению государственного финансирования (модель США).

В качестве альтернативного источника финансирования может выступать модель сбора абонентской платы с телезрителей ОТВ (модель BBC, ARD, ZDF). В настоящий момент рассматривается возможность установления абонентской платы на уровне 46 руб./мес., что существенно меньше, чем в Европе. Такая модель является наиболее высокодоходной. Но в этом случае, особенно в условиях российского рынка, необходимо продумать механизм сбора абонентской платы, ее размер и оценить готовность населения платить за ОТВ. Некоторые зарубежные провайдеры включают абонентскую плату за ОТВ в коммунальные счета. Возможно рассмотреть вариант по согласованию с провайдерами ПТВ включения абонентской платы за ОТВ в стоимость базового пакета каналов. Поскольку в качестве платформы предлагаются федеральные каналы, которые являются

эфирными и входят в состав базовых пакетов, то практическая реализация не должна вызвать сложностей.

В настоящий момент в связи с растущей конкуренцией коммерческого ТВ, на европейском рынке наблюдается тенденция спада аудитории общественного ТВ. Удерживать свои позиции, несмотря на широкий охват аудитории, общественным каналам становится все сложнее. Поэтому стоит уделить особое внимание программному содержанию канала, чтобы телевидение удовлетворяло интересам широкого круга телезрителей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Переоценить роль и значение общественного телевидения для развития и совершенствования социума невозможно, так как его главной целью, в первую очередь, является интеграция общества, развитие общественного консенсуса, а также просвещение и образование общества в рамках либеральных и демократических ценностей. Следовательно, необходимость общественного телевидения нашей стране также не подлежит сомнению.

В данной работе было проведено исследование важнейших принципов работы общественного телевидения, как в нашей стране, так и за рубежом, а также рассмотрены проблемы и перспективы развития общественного телевидения в России на примере телеканала ОТР.

В результате проведенного исследования выяснилось, что если в теории многие общественные деятели и ученые понимают и признают важность общественного телерадиовещания для нашей страны, на практике общество пока не осознает его необходимости. Соответственно, созданный по инициативе высших должностных лиц государства телеканал сталкивается со многими проблемами, первоочередной из которых является недостаток финансирования, что дает повод многим критикам упрекнуть ОТР в том, что оно напрямую зависит от государства, а значит, не является общественным в полном смысле этого слова. Недовольство критиков вызывает и недостаточно профессиональный, по их мнению, подход к созданию информационного продукта.

Что касается зарубежного телевидения, то в ряде таких стран, как Америка и Великобритания, можно сказать, что оно уже реализовано успешно, поскольку отвечает интересам огромной аудитории, является независимым, потому что не связано ни с политическими аспектами, ни с бизнес элитами. Финансируется также по всем канонам общественного телевидения – за счет абонентской платы.

При этом исследователи нередко отмечают, что современное телевидение практически не предлагает людям задумываться о духовном развитии, как в России, так и за рубежом. Поэтому, общественное телевидение в России

необходимо уже для того, чтобы преодолеть эту формальность и перевести телевидение в серьезный социально-культурный формат. Следовательно, руководству общественного телевидения России необходимо продолжать его развитие, используя опыт зарубежных стран.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Акаемов П.И. История и роль парламентской журналистики во взаимодействии Государственной Думы и средств массовой информации // Преподаватель XXI век. 2009. № 2. С. 361-365..
2. Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции / Г. П. Бакулев. - М., - Изд-во: Аспект Пресс 2005. - 173 с.
3. Вальянов Н.А., Палиева З.И. Общественное телевидение России – содержательные характеристики // Научное сообщество студентов XXI столетия. ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XXI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 6(21). – Новосибирск, 2014. – С. 27-29.
4. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран / Е. Л. Вартанова. - М., - Изд-во: Аспект пресс 2013. - 334 с.
5. Вачнадзе Г.Н. Всемирное телевидение / Г. Н. Вачнадзе., - Изд-во: «Ганатлеба» Тбилиси, 1989. - 671 с.
6. Галушко Р.И. Западное телевидение и «массовая культура» / Р. И. Галушко. - М., - Изд-во: МГУ 2007. - 238 с.
7. Гладько А.М. Нужно ли России общественное телевидение? / А.М. Гладько // Проблемы филологии, культурологии и искусствоведения. - № 1. – С. 159-163.
8. Григорьева И.В. Эталон классической модели общественного телевидения в новомедийной среде / И.В. Григорьева // Ученые записки Российского государственного социального университета. - 2015. - № 9 (85). - С. 215-221.
9. Довбыш О.С. Специфика взаимодействия СМИ и властей в российских регионах // Журналистский ежегодник. 2015. № 4. С. 157-161.
10. Карпова А. Ю. Императивы информационной политики // Информационное общество. 2014. № 2. С. 10-16.
11. Конституция Российской Федерации: официальный текст. – Глава 2. Права и свободы человека и гражданина, 24, 29, 42 статья, 2001.

- 12.Егоров В.В. Телевидение: теория и практика: учебное пособие / В.В. Егоров. - М., 2013. - 312 с.
- 13.Засурский Я.Н. Искушение свободой. Российская журналистика: 1990-2004 / Я. Н. Засурский. - М., 2004. - 456 с.
- 14.Зубок А. Телевизионный бизнес / А. Зубок. – М., 2012. – 297 с.
- 15.Корконосенко, С. Г. Основы журналистики: Учебник для вузов / С. Г. Корконосенко. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 412 с.
- 16.Лазутина, Г. В. Технология и методика журналистского творчества: Метод, указания / Г. В. Лазутина. – М., 1988. – 320 с.
- 17.Лазутина, Г. В. Основы творческой деятельности журналиста: Учебное пособие для вузов / Г. В. Лазутина. – М.: «Аспект Пресс», 2001. – 220 с.
- 18.Любимов Б.И. Общественное вещание: британская модель / Б.И. Любимов. - М., 2016. - 280 с.
- 19.Михайлов С.А. Журналистика Соединенных Штатов Америки / С.А. Михайлов. - СПб, 2004. - 447 с.
- 20.Муратов С.А. Телевидение в поисках телевидения. Хроника авторских наблюдений / С.А. Муратов. - М., 2012. - 170 с.
- 21.Общественное телерадиовещание – документы, комментарии, рекомендации / Сост. Ю.И. Вдовин. - СПб., 2000. - 395 с.
- 22.Политическая функциональность современных российских СМИ: кол. монография / Вилков А.А., Некрасов С.Ф., Россошанский А.В. С., Наука, 2011. С. 6-54.
- 23.Савинков В.И. Общественное телевидение - инструмент формирования культурно-информационного пространства России / В.И. Савинков // Экономика и управление. - 2012. - № 5. - С. 3-6.
- 24.Самстыко А.Н. Трансформация российского телевидения в постсоветскую эпоху / А.Н. Самстыко // Вестник РГУ им. И. Канта. - 2009. - № 8. - С. 102 - 107.

25. Служба общественного вещания: справочник лучших приёмов и методов работы / Под ред. И. Банержи, К. Сеневиранте. - Русское издание UNESCO, 2006. - 208 с.
26. Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко., 2003 г. – 128 с.
27. Сумленный С.С. Общественное телевидение в России и мире: проблемы и перспективы // Россия и мир в новом веке. - 2005. - № 3. - С. 40 -
- Интернет источники:
28. Общественного телевидения России: официальный сайт // URL: <https://otr-online.ru> (дата обращения: 03.04.19)
29. Канал ОТР Яндекс Телепрограмма: официальный сайт // URL: <https://tv.yandex.ru/213/channels/otr-1000?date=2018-03-24> (дата обращения: 13.04.19)
30. «НГ антракт»: официальный сайт газеты Публикация от 20. 09.2013. Презентация ОТР «За наше безнадежное дело!» // URL: http://www.ng.ru/antrakt/2013-09-20/10_otp.html (дата обращения: 13.04.19)
31. Информационно-аналитический портал DW: официальный сайт // URL: <http://www.dw.com/ru/оторопь-от-вещания-отр/a-16831750> (дата обращения: 06.05.19)
32. Голос Америки: официальный сайт // URL: <https://www.golos-ameriki.ru/a/1653820.html> (дата обращения: 10.05.19)
33. ВЦИОМ: официальный сайт // URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=1497> (дата обращения: 06.05.19)
34. Состав.ру: официальный сайт // URL: <https://www.sostav.ru/blogs/37972/3913/> (дата обращения: 10.05.19)