

**Общественное
радио- и
телевещание**

**Зачем?
Каким образом?**



Общественное радио- и телевидение

Зачем? Каким образом?

Призвание общественного радио- и телевидения в отличие от коммерческого, или контролируемого государством, заключается в том, чтобы служить обществу.

Речь идет о радио и телевидении, которые принадлежат обществу.

Они обращаются к каждому человеку, как гражданину.

Организации общественного вещания содействуют доступу граждан к общественной жизни и их участию в ней.

Они содействуют распространению знаний, расширяют представления людей об окружающем их мире и о других людях и позволяют людям лучше узнать самих себя.

ВСЕМИРНЫЙ СОВЕТ ПО РАДИО - И ТЕЛЕВИДЕНИЮ

Предисловие

Значение общественного вещания не является чем-то само собой разумеющимся. Потребовалось несколько десятилетий, чтобы оно сумело найти свое место среди средств информации, полностью коммерческих, или контролируемых государством. В наши дни уникальный характер общественного радио и телевидения уже не вызывает сомнений, и сейчас существуют хорошо известные примеры таких служб, как Би-би-си, пользующиеся всеобщим признанием. Незаменимая роль общественной службы состоит в том, чтобы обеспечивать гражданам информацию, обогащать их знания и досуг независимо от коммерческих, государственных или политических соображений.

Представляемая вниманию читателя публикация содержит написанное простым и понятным языком краткое изложение основных современных понятий, связанных с общественной службой вещания, которая является органическим элементом функционирования демократических обществ. Такая служба должна давать каждому гражданину возможность принимать на равноправной основе широкое участие в жизни общества, членом которого он является, и активно содействовать организации такой жизни. Служба общественного вещания должна быть независимой от партийного или государственного давления. Она должна служить всем и быть инструментом достижения общего блага. Она должна сохранять свою независимость, располагая при этом стабильными финансовыми ресурсами. Такая служба имеет свои преимущества и сталкивается с определенными сложностями, но наряду с этим она должна уметь адаптироваться как к развитию зачастую быстро меняющихся технологий, так и к обновлению юридической регламентации, определяющей ее деятельность.

С самого начала своего существования ЮНЕСКО занимается, как это предусмотрено ее Уставом, вопросами, связанными со средствами информации. Свобода выражения мнений, свобода печати и независимость средств информации всегда являлись неотъемлемой частью ее деятельности. В принятых на региональном уровне декларациях, которые явились результатом семинаров, организованных в ходе последнего десятилетия в Виндхукке (1991 г.), Алма-Ата (1992), Сантьяго (1994 г.), Сане (1996 г.) и Софии (1997 г.), говорится о значении свободы печати и плюрализма средств информации. Состоявшаяся в Рабате в мае 2000 г. Международная конференция по общественному телевидению также вписывается в эту деятельность.

Таким образом, представленные в настоящей работе материалы преследуют те же цели, что и вся деятельность ЮНЕСКО: содействие свободным и независимым средствам информации во всем мире, а также развитие общественных служб вещания, которые призваны верой и правдой служить своему обществу.

Клод Ондобо
Заместитель заместителя Генерального директора ЮНЕСКО,
Директор отдела развития коммуникации

ПРЕДИСЛОВИЕ

Призвание общественного радио- и телевидения в отличие от коммерческого или контролируемого государством, заключается в том, чтобы служить обществу. Речь идет о радио и телевидении, которые принадлежат обществу. Они обращаются к каждому человеку, как гражданину. Организации общественного вещания содействуют доступу граждан к общественной жизни и их участию в ней. Они содействуют распространению знаний, расширяют представления людей об окружающем их мире и о других людях и позволяют людям лучше узнать самих себя.

Организации и частные лица, содействующие развитию служб общественного вещания в разных странах мира, особенно развивающихся, часто обращаются к Всемирному совету по радио- и телевидению с просьбой подготовить разъясняющий этот вопрос документ.

О службах общественного вещания написано уже много: книг, брошюр, докладов для различных конференций, законодательных актов, однако, как представляется четкого, пригодного для практических целей определения общественного вещания как института по-прежнему нет, хотя во многих странах в течение вот уже последних 70 лет существуют модели учреждений, занимающихся таким вещанием.

По просьбе Всемирного совета по радио- и телевидению Центр по изучению средств информации при Лавальском университете в городе Квебек, подготовил документ, который мы публикуем в сотрудничестве с «Канадской вещательной корпорацией» (Си-би-си).

Мы хотели бы поблагодарить Дэйва Аткинсона, научного работника Центра по изучению средств информации, Флориана Соважо, профессора Лавальского университета и директора Центра, за их сотрудничество, а также Гаэтана Лапуанта, директора Отдела международных связей французского телевидения «Канадиэн бродкастинг корпорейшен».

Мы также хотим поблагодарить «Швейцарское общество радиовещания и телевидения» и Фонд Хосо-Бунка за их поддержку данного проекта.

Пьер Жюно,
Председатель Всемирного совета по радио- и телевидению

Содержание

Почему необходимо общественное вещание?	7
I. Общественное вещание: особый голос. Экскурс в историю	9
II. Общественное вещание: что это такое?.....	12
A. Принципы.....	12
B. Круг ведения и миссия	15
C. Финансирование	17
III. Какие программы требуются для общественного вещания?	21
A. Беспристрастная информация, просвещающая аудиторию	21
B. Программы, обеспечивающие общий интерес и услуги.....	22
C. Программы, имеющие свое лицо	23
D. Производство «на дому».....	24
E. Национальное содержание.....	25
IV. Компромисс между свободой и ответственностью.....	27
A. Организация общественного вещания	27
B. Подотчетность.....	29
C. Оценка.....	31
Вместо заключения: общественное вещание в век цифровых технологий	35

Почему необходимо общественное вещание?

Призвание общественного радио- и телевидения в отличие от коммерческого или контролируемого государством, заключается в том, чтобы служить обществу. Речь идет о радио и телевидении, которые принадлежат обществу. Они обращаются к каждому человеку, как гражданину. Организации общественного вещания содействуют доступу граждан к общественной жизни и их участию в ней. Они содействуют распространению знаний, расширяют представления людей об окружающем их мире и о других людях и позволяют людям лучше узнать самих себя.

Общественное вещание определяется как место, доступное для всех граждан, где отношение ко всем гражданам является равным. Такое вещание является инструментом распространения информации и просвещения, доступным для всех и предназначенным для всех независимо от социального или экономического статуса отдельных людей. Его круг ведения не ограничивается информацией или вопросами культуры - общественное вещание призвано также способствовать духовной жизни людей, развлекать их. Однако оно должно делать это качественно, что и отличает его от коммерческого вещания.

Так как общественное вещание не связано соображениями прибыльности, оно должно быть смелым и новаторским, не бояться рисковать. И когда ему удастся стать проводником передовых идей, по нему станут равняться другие и оно сможет задавать тональность работе других вещателей. Для некоторых авторов, например англичанина Энтони Смита, который много писал о Британской вещательной корпорации (Би-би-си), многими считающейся одной из прародительниц общественного вещания, - общественное вещание настолько важное дело, что оно, “возможно, стало в нынешнем веке одним из самых великих инструментов обеспечения общественной демократии”.¹

¹ Anthony Smith, цит. по Graham Murdock и Peter Golding “Common Markets: Corporate Ambitions and Communication Trends in the UK and Europe” (Общие рынки: корпоративные амбиции и

В настоящем документе мы попытаемся разъяснить те особенности, которые отличают общественное вещание от любого другого вещания. В нем предпринимается также попытка определить лежащие в основе его деятельности принципы. Из ряда таких принципов вытекают некоторые особые задачи, стоящие перед таким вещанием, специфические способы его финансирования, иные программы и особые отношения с “общественностью”. Цель настоящего документа, при подготовке которого была использована обширная литература по данному вопросу, заключается в том, чтобы в сжатом виде на нескольких страницах разъяснить, как призвание общественного вещания, так и модель его организации.

Краткий исторический экскурс позволит нам, прежде всего, соотнести место общественной модели вещания с государственной или коммерческой моделью. Этот шаг важен для того, чтобы правильно понять причины, которыми руководствовались при создании общественного вещания. Эти причины позволят нам понять ту особую роль, которая продолжает выполняться общественным вещанием, несмотря на многочисленные изменения, связанные с эволюцией радио и телевидения. Во второй части документа говорится о принципах, лежащих в основе общественного вещания, его круге ведения и финансировании. В последующих разделах рассматриваются вопросы, связанные с созданием программ, организацией общественного вещания, его подотчетностью и оценкой. В заключительной части этого документа мы попытаемся поразмышлять о будущем общественного вещания в эпоху цифровых технологий и фрагментации аудитории. Канадец Марк Старовиц считает, что роль общественного вещания и его вклад в дело демократизации жизни в наши дни становятся еще более важными. “Институты общественного вещания, - утверждает он, - имеют сегодня еще более критическое значение, ибо

тенденции в области коммуникации в Соединенном Королевстве и Европе), см. в “The Journal of Media Economics”, Vol. 12, No. 2, 1999, p. 122.

мы констатируем сокращение того места, которое оно занимало раньше, раздробление аудитории в группы по интересам”².

I. Общественное вещание: особый голос. Экскурс в историю.

Кто должен нести ответственность за вещание? Каким образом оно должно финансироваться? В чем должна заключаться роль государства в этом отношении? Какой цели служит вещание? Все эти вопросы поднимались еще на заре радиовещания, когда речь шла о том, что радио было новым средством коммуникации, еще мало известным и поэтому не встречавшим на своем пути большого сопротивления. Были разработаны три основные модели, являющиеся отражением характера того общества, в котором радиовещание возникло. Эти три модели в значительной степени продолжают определять его эволюцию: коммерческая модель, государственная модель и модель общественного вещания, причем последняя возникла в результате слабости двух первых моделей, а также озабоченности, которую они вызывали. Немалую роль в его появления сыграли также представления и надежды, которые связывались с этим новым средством информации.

В Соединенных Штатах Америки после жарких и долгих споров было сочтено, что общественное благо существенным образом выиграет, если вещание будет оставлено в руках частных предпринимателей, желающих предложить слушателям, как тогда утверждалось, возможность слушать то, что они хотят. Рыночные принципы, которые лежали в основе всех остальных секторов деловой активности, были практически целиком применены и к вещанию. Законы спроса и предложения, как ожидалось, должны были служить интересам, как аудитории, так и частных вещателей. Реклама в качестве средства

² Mark Starowicz. “The Great Media Shift. Television, Radio and Print in the 21-st century; Speculations on the Impact of New Technologies” (Большие перемены в средствах информации. Телевидение, радио и печать в XXI веке; разговоры о воздействии новых технологий). Первая ежегодная лекция имени Кестертонна. Школа журнализма и коммуникации, Карлтоновский университет, 10 февраля 2000 г., р. 19.

финансирования вещания, как тогда считалось, должна была обеспечить, что частные вещатели будут стремиться к удовлетворению общественного спроса во всех обстоятельствах и в любое время: ведь те деньги, которые рекламодатели платили за коммерческую рекламу, увязывались со способностью вещателя добиться, чтобы передачи слушала, по возможности, самая широкая аудитория. И, если аудитория слушала такие передачи, то предполагалось, что публика в целом испытывает чувство удовлетворения от той программы, которая предлагается вещателем.

Коммерческая модель, таким образом, возникла из твердой уверенности в способности рыночных механизмов удовлетворить вкусы потребителей и в не меньшей, а, может быть, в равной степени, из-за нежелания дать государству возможность доминировать в средствах информации, которые, как считалось, располагают большим потенциалом для того, чтобы оказывать воздействие на общественность. Прямое участие государства в вещании считалось очень опасным.

Такое недоверие к государству, так же как и чрезмерное доверие к рыночным механизмам, ощущалось не повсеместно, однако во многих странах государственная модель возникла под воздействием концепции «руководящей и направляющей» роли вещания. Хотя государство и могло ограничиться осуществлением определенного контроля над радиовещанием, осуществляемым частными лицами, в большинстве случаев принимаемое решение заключалось в том, чтобы поставить вещание под непосредственный правительственный контроль. Такая централизованная и монополистическая модель вещания основывалась на представлении о том, что государство имеет право использовать средства информации в своих собственных целях. Государство в этом контексте рассматривалось как гарант интересов общественности - то есть тех самых интересов, которые само государство и определяло.

Модель общественной вещательной службы, хотя ее исторические корни и уходят в представление некоторых о том, каким должно быть радио, также

основывалась на недоверии. Недоверие к способности рыночных механизмов добиваться решения определенных задач, недоверие к способности государства решать эти же задачи сопровождалось, как правило, большими ожиданиями, которые по-прежнему связываются с общественным вещанием и в наши дни, то есть с его способностью информировать, заниматься просветительской деятельностью и развлекать. Такое представление о роли и значении общественного вещания требует создания общественной организации, находящейся на службе граждан, предполагает наличие культуры и демократии.

В ряде стран была отвергнута идея о том, что общественный интерес в области вещания может быть удовлетворен с помощью частных вещателей, главная задача которых заключается в получении прибыли. Однако, с другой стороны, люди в этих же странах относились с подозрительностью к государственному вещанию. Существовало мнение, что, учитывая социальный, культурный, политический потенциал вещания, прямое участие государства в той области, которая так или иначе связана со свободой мысли и выражения мнений, не является желательным. Когда дело доходит до сопоставления моделей общественного и государственного вещания, это обстоятельство, как правило, является наименее очевидным различием между ними. В Великобритании хорошо поняли основополагающее различие этих двух моделей и поэтому решили, что государство должно управлять общественным вещанием, соблюдая определенную дистанцию и избегая прямого вмешательства в его дела. Избегая такого решения, при котором вещание непосредственно оказывалось бы под контролем государства, было решено поручить его организации, которая действовала бы в интересах общественности и пользовалась достаточной независимостью для того, чтобы помешать попыткам политического или бюрократического вмешательства в дела вещания.

Таким образом, модель общественного вещания, базируется на идее о том, что ни рынок, ни государство не могут адекватным образом решать те задачи, которые могут быть решены перед общественной службой вещания, и не могут

действовать в интересах общественности, которые не совпадают ни с частными интересами, ни с интересами любой политической власти.

Эти три модели, возникшие еще в эпоху зарождавшегося радиовещания, в той или иной степени сохранились и в нынешний век телевизионного вещания. Коммерческая модель в наши дни стала доминирующей, а государственная модель в 90-е годы стала утрачивать свои позиции. Общественное вещание, со своей стороны, хотя и сталкивается с тем, что ему приходится действовать в обстановке еще более жесткой конкуренции со стороны коммерческого вещания, по-прежнему находится на плаву. Общественное вещание существует во многих странах и является тем решением, предпочтение которому отдают те, кто испытывает озабоченность в связи с коммерческим вещанием.

II. Общественное радио- и телевидение, – что это такое?

Общественное вещание покоится на ряде основополагающих принципов, которые были определены в эпоху, когда средства информации носили общественно полезный характер, еще задолго до появления множества каналов и эры специализации. Эти принципы сохраняют свое значение и сегодня, и те, кто занимается общественным вещанием в наши дни, призваны наполнить их определенным содержанием, дать им, так сказать, «новое прочтение» в условиях изменившегося мира, для которого характерным является фрагментаризация средств информации.

A. Принципы

Универсальность, разнообразие и независимость остаются и сегодня, как и в прошлом, основными принципами общественного вещания. К этим трем принципам следует добавить четвертый, который приобретает особую важность в нынешнее время, когда общественному вещателю приходится существовать бок о бок с коммерческими вещателями – принцип специфичности, то есть отличия от всех других вещателей.

1. Универсальность

Общественное вещание должно быть доступно для каждого гражданина страны. Это представляет собой исключительно важную задачу, с точки зрения обеспечения равенства и демократии в той мере, в какой ее решение позволяет всем гражданам иметь одинаковое право на вещание, независимо от их социального статуса и доходов. Это заставляет общественного вещателя обращаться ко всему населению и предопределяет его стремление “быть востребованным” по возможности самым большим числом слушателей или зрителей. Это не означает, что общественное вещание должно стремиться иметь самый высокий рейтинг при всех обстоятельствах, как это делается коммерческим вещанием, а скорее означает, что оно должно стремиться к тому, чтобы все передаваемые им программы были доступны всему населению. По этим понимается не только доступность вещания с технической точки зрения, но и то, что оно должно обеспечивать программы, понятные и доступные для всех слушателей или зрителей. Будучи демократическим, общественное вещание должно обеспечивать программы, которые должны быть “популярными” не в негативном смысле этого слова, который иногда некоторые вкладывают в это понятие, а в том смысле, что, будучи публичным форумом, общественное вещание не должно ограничиваться аудиторией, составляющей какое-то меньшинство. Таким образом, общественное вещание, хотя оно и призвано содействовать развитию культуры, не должно становиться гетто, в котором постоянно живут одни и те же лица. “Преобразование общественного вещания в гетто является тупиком”³, подчеркивается в опубликованном в 1996 г. докладе Комитета Европейского парламента по культуре, молодежи, образованию, спорту и средствам информации (доклад Танга), авторы которого выступают против того, чтобы сети общественного вещания передавали только те программы, которые не представляют интереса для коммерческого сектора.

³ Carole Tonque. “The Future of Public Service Television in a Multy-Channel Digital Age” (Будущее общественного телевидения в век цифровых многоканальных технологий). 1996, р. 9. Комитет европейского парламента по культуре, молодежи, образованию, спорту и средствам информации (указанный доклад был принят Европейским парламентом 19 сентября 1996 г.),

2. Разнообразие

Услуги, предоставляемые общественным радио- и телевидением, должны быть разнообразными, по крайней мере, в трех отношениях: с точки зрения жанра предлагаемых программ, аудиторий, для которых они предназначены, и рассматриваемых вопросов. Общественное вещание должно отражать разнообразие общественных интересов путем предоставления различных видов программ, начиная с новостных и кончая развлекательными. Некоторые программы могут предназначаться лишь для части общей аудитории, ожидания которой могут быть самыми разнообразными. Поэтому общественное вещание должно стремиться охватить всех, но не с помощью какой-то отдельной программы, а с помощью всех программ и благодаря их разнообразию. Наконец, обеспечивая разнообразие затрагиваемых им вопросов, общественное вещание может также стремиться удовлетворять различные интересы и потребности общественности и тем самым отражать всю гамму текущих проблем, стоящих перед обществом. Разнообразие и универсальность являются взаимодополняющими элементами при создании программ, которые иногда предназначены для молодежи, иногда для людей более пожилого возраста, а иногда для других групп, что в конечном итоге означает, что общественное радио- и телевидение призвано служить всем.

3. Независимость

Общественное радио- и телевидение является форумом, где идеи должны выражаться свободным образом, где осуществляется свободная циркуляция информация, мнений и критики. Это возможно только при условии, что общественному вещанию удастся сохранить свою независимость и, следовательно, свободу, несмотря на давление, оказываемое со стороны коммерческих структур, или политическое воздействие. Позднее мы рассмотрим конкретные пути и средства, обеспечивающие гарантию соблюдения этого принципа и сохранение доверия к общественному вещанию со стороны общественности. На самом деле, если общественный вещатель дает

информацию, содержание которой определяется под воздействием властей, то люди перестают относиться к ней с доверием. Аналогичным образом, если программы, предоставляемые общественным вещателем, предназначены для коммерческих целей, то люди не поймут, почему им предлагают финансировать службу, программы которой по существу не отличаются от программ тех служб, которые обеспечиваются частными вещательными органами. Этот последний пример подводит нас, кстати, к определению еще одного принципа, который имеет особую важность в странах, где общественное вещание существует бок о бок с частными коммерческими службами.

4. Специфичность или отличие от других

Стремление вещательных служб отличаться от других требует, чтобы соответствующие услуги, обеспечиваемые общественным радио- и телевещанием, отличались от услуг, предоставляемых другими вещательными службами. Качество наравне с особым характером программ общественного вещания должны позволять публике отличать службу общественного вещания от других служб вещания. И вопрос заключается не только 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 делать многие вещи иначе, не исключая ни один из возможных жанров. Этот принцип должен подводить общественных вещателей к тому, что они должны всегда быть первопроходцами, создавать новые ниши, новые жанры, задавать всему аудиовизуальному миру ритм и делать так, чтобы другие вещательные сети следовали их примеру.

В. Круг ведения и миссия

Круг ведения большинства служб общественного радио- и телевещания включает в себя три задачи: информировать, просвещать и развлекать. Уже давно многие частные вещательные станции также предлагают

информационные и развлекательные программы. Если подобно тем, кто стремится ограничить общественного вещателя лишь задачей быть определенным дополнением коммерческого сектора, мы из этого сделаем выводы, то тогда единственной задачей общественного вещателя, отличающей его от других, остается задача заниматься просветительской работой. Хотим ли мы этого? Очевидно, что нет. Для того, чтобы правильно оценить значимость этих трех указанных выше задач, к ним следует подойти в более общем контексте роли и принципов, лежащих в основе общественного вещания. Общественное вещание, как об этом говорилось выше, должно делать вещи иначе. Не следует упускать из вида, что речь идет о взаимосвязанных задачах: обеспечивать получение гражданами информации по широкому кругу вопросов, приобретение ими новых знаний, - и все это в рамках интересных и привлекательных программ.

С учетом особенностей той или иной страны на общественное радио- и телевидение могут возлагаться отдельные особые задачи. Одна такая сравнительно часто встречающаяся задача заключается в укреплении национальной самобытности. К этому следует подходить осторожно. Мы должны избегать того, чтобы общественный вещатель брал на себя роль полемиста, что может подорвать доверие к нему. Укрепление чувства принадлежности граждан - да; распространение какой-то особой или очень политизированной концепции принадлежности граждан - нет. Независимость общественного вещания должна обеспечиваться всегда и неизменно. В некоторых странах, например, в Австралии, в законе о радиовещании конкретно гарантируется редакционная независимость общественного вещателя.

Очень также важно, чтобы в законодательстве, своде правил или документе, определяющем статус общественного вещателя, содержались общие, а не строгие регламентирующие положения, носящие слишком детализированный или обязательный для исполнения характер; это необходимо, чтобы создатели программ пользовались всей полнотой свободы, необходимой для обеспечения столь нужной им независимости. Например, в Соединенном Королевстве, в

королевской хартии устанавливаются задачи Би-би-си, внутренний характер этой организации и способы ее финансирования, в то время, как соглашение, подписанное вещателями и министром, ответственным за конкретное определение ее круга ведения, носит общий характер, и упор в нем делается на стандарты качества, непредвзятость информации и разнообразие программ.

С. Финансирование

Какому виду финансирования следует отдавать предпочтение, когда речь идет об общественном радио- и телевидении? Этот вопрос имеет большое значение, так как в зависимости от того, каковы источники финансирования, способность общественного вещателя справиться с возложенными на него задачами может усиливаться или ослабляться.

Лицензионные выплаты за приемную аппаратуру в виде «налога» на собственников приемной аппаратуры исторически была первой и основной формой финансирования общественного вещания. В принципе, такой налог позволяет установить прямую связь между вещателем и публикой, гражданами. Соответственно, такого рода налоги представляются идеальной формой финансирования, однако как указывает экономист Андре Ланге⁴, работающий в европейской аудиовизуальной “обсерватории”, хотя налоги на приемную аппаратуру остаются самой широко распространенной формой финансирования по крайней мере в Европе, они являются далеко не единственной. Во многих странах подобных налогов не существует: государственные средства вместо этого предоставляются вещательным органам в форме субсидий. Налоги на использование приемной аппаратуры менее широко распространены за пределами Европы. В Канаде и Австралии, например, общественное вещание финансируется за счет общих средств государства. И действительно, даже

⁴ André Lange. “Diversité et divergences dans le financement des organismes de radio-télévision de service publique dans l’Union européenne” (Разнообразие и различия финансирования общественного радио-телевидения в Европейском союзе) см. в “Communications & strategies”, No35, 3e trimestre, 1999, p. 183-196.

беглое ознакомление с этим вопросом в разных странах свидетельствует о большом разнообразии конкретных ситуаций; лишь в некотором числе стран используется какой-то один источник финансирования. Исключениями скорее являются пример Би-би-си или японской ННС, которые финансируются исключительно за счет поступлений в форме налога на приемную аппаратуру. Мы становимся все чаще и чаще свидетелями сочетания общественного и коммерческого финансирования. В последние годы многие организации общественного телевидения стали пользоваться поступлениями от рекламы и используют эти средства все шире, создавая новые службы подписчиков и занимаясь коммерческой деятельностью, позволяющей им финансировать свою основную работу.

Полагаясь на коммерческие источники финансирования, доступные общественному радио- и телевидению, учитывая, что оно обязано своим существованием желанию найти убежище для этого сектора культуры от коммерческого давления? Самый легкий ответ и, возможно, самый реалистичный, особенно в том, что касается поступлений от рекламы, заключается в том, чтобы сказать, что это является приемлемым решением при условии, что оно не мешает выполнению обязательств общественной организации применительно к общественному вещанию. Однако, перейдя определенный уровень, и если потребность в коммерческом финансировании становится главным предметом озабоченности для общественного вещателя и при этом происходит изменение характера программ, то мы, естественно должны испытывать чувство озабоченности. Другие, напротив, говорят, что не надо испытывать страха перед рекламой. В докладе французского сената указывается, что для подрастающего поколения отсутствие рекламы может показаться подозрительным, “стать сигналом о том, что речь идет о вещании для элиты, вещи скучной и даже посредственной”.⁵

⁵ Сенат Франции. «L’audiovisuel public en danger» (Общественное радио-телевидение в опасности). Информационный доклад, подготовленный Клодом Бело по просьбе Комиссии по финансам, бюджетному контролю и экономической отчетности в связи с проблемой

В этом докладе говорится, что реклама, “если ее использовать умеренно”, позволяет общественному радио- и телевидению избежать того, чтобы оказаться отрезанной от остальной части радио-телевещательного сообщества, демонстрируя вместе с тем свою специфичность.

С другой стороны, общественному вещанию действительно может быть нанесен ущерб, если поставить его в положение, когда оно слишком много внимания будет вынуждено уделять сохранению своей конкурентоспособности и ему придется «бегать» за рекламодателями для того, чтобы обеспечить свое выживание. Искушение пойти по этому пути становится в этом случае очень сильным и может увести общественное вещание в сторону от выполнения возложенных на него обязанностей. В результате общественное вещание станет создавать такие же программы, что и его частные конкуренты. В исследовании, проведенном по заказу Би-би-си, в котором был дан сравнительный анализ положения дел в области общественного вещания в 20 странах на четырех континентах, говорится, что “чем больше сумма средств, получаемых за счет рекламы, по отношению к общей сумме всех поступлений, тем менее отличным является общественное вещание от других форм такого вещания”.⁶

Из этого же исследования вытекает, что финансирование, осуществляемое за счет налога на приемное оборудование, наоборот гарантирует общественному вещателю стабильную финансовую основу, которая необходима ему для планирования своей работы, а также позволяет ему идти на определенный риск и создавать более “отличающиеся” виды программ.

Авторы этого исследования на основе проведенной ими работы выявили определенные характеристики, которые являются основными для

финансирования общественного радио-телевидения. Париж. Доклады Сената, № 162, 1999-2000, р. 33,36 и 37.

⁶ McKinsey & Company. “Public Service Broadcasters Around the World. A McKinsey Report for the BBC” (Службы общественного вещания в разных странах мира. Доклад Маккинзи для Би-Би-Си). January 1999, р. 5.

характеристики финансирования общественного вещания, если его создатели хотят, чтобы оно продолжало играть возложенную на него роль:

- Финансирование должно быть **значительным**, с тем чтобы общественное вещание могло быть противовесом коммерческим службам и его роль не была маргинальной.
- Финансирование должно быть также **независимым** от коммерческого или политического давления; именно в этом отношении поступления за счет налогов на приемное оборудование является самой подходящей формой, учитывая автоматизм взимания таких налогов, оно не может меняться по прихоти властей или под воздействием экономических факторов.
- Финансирование должно быть **предсказуемым**; то есть должны гарантироваться его стабильность и его многолетний характер. Если не существует какого-либо механизма, гарантирующего стабильность общественного финансирования, то может возникнуть вполне реальная опасность, что общественному вещанию придется самому изыскивать финансовые средства, делая тем самым себя уязвимым перед попытками оказания воздействия на него или контролировать его деятельность.
- Наконец, финансирование должно быть **индексируемым**, с учетом тех расходов, которые несет вещатель, **простым и справедливым**, с тем чтобы избежать каких-либо споров. Как подчеркивается в докладе Танга, не существует какого-либо единственно хорошего способа финансирования общественного вещания. Тем не менее, мы должны стремиться к тому, чтобы финансирование так же, как круг ведения и задачи, возлагаемые на общественное вещание, соответствовали его основополагающим принципам и прежде всего гарантировали его независимость от политического или коммерческого давления, которые столь присущи государственному или коммерческую вещанию.

III. Какие программы требуются для общественного радио- и теле вещания?

Какие программы должно предлагать зрителям общественное радио- и телевидение? Из всех вопросов, поднимаемых в настоящей публикации, этот, возможно, сопряжен с наибольшим числом нюансов. Нельзя требовать от всех служб общественного вещания, чтобы они следовали одной и той же модели составления программ. Например, телевидение, располагающее значительными ресурсами, может готовить дорогостоящие художественные программы, которые другие вещатели себе позволить не могут. Поэтому конкретные условия, в которых находится каждая служба общественного вещания, требуют, чтобы одним программам отдавалось предпочтение перед другими. Например, в большой стране, где представлены многие различные сообщества, может ощущаться необходимость в программах более локального или регионального характера, тогда как в меньших по размеру странах такая необходимость может отсутствовать. Также очевидно, что следует проводить различия между программами общественного радио и общественного телевидения, поскольку для их подготовки требуются различные ресурсы. Задачей этого раздела публикации является уточнение вопроса, касающегося подготовки программ общественного вещания, с учетом тех принципов, которые лежат в основе его существования, и возлагаемой на него миссией тройного характера: информировать, просвещать, развлекать.

A. Беспристрастная информация, просвещающая аудиторию

В силу статуса общественного радио- и телевидения, а также в силу того, что оно финансируется общественностью и именно ей должно служить, от информации, обеспечиваемой общественным вещанием, многого ждут, предъявляя к ней большие требования. Общественное вещание должно распространять такую информацию, которая позволяет аудитории составить максимально точную картину событий; информация должна быть если не объективной, то уж, по крайней мере, непристрастной. Такая информация

допускает высказывание различных точек зрения и способствует «просвещенному» пониманию текущих событий. В условиях, когда государственное вещание часто занимается пропагандой, а определенные коммерческие станции увлекаются пустой полемикой, общественное вещание должно взывать к разуму и здравому смыслу аудитории. Распространяемая им информация, адресованная просвещенным гражданам, должна сопровождаться подробными разъяснениями и анализом актуальных вопросов, способствуя тем самым обогащению демократической жизни. Зачастую именно эта способность общественного вещания выступать в качестве точки отсчета в области информации обеспечивает признание его большого значения и роли в глазах общества и определяет его лицо.

В. Программы, обеспечивающие всеобщий интерес и услуги

Для общественного радио- и телевидения информация не ограничивается последними известиями и новостями из жизни общества; она распространяется на все программы, позволяющие гражданам самим выбрать различные интересующие их темы, а также на все те программы, которые просто называют «популярными», то посвященные вопросам, зачастую представляющим для аудитории актуальный или практический интерес. Эти программы, в рамках которых рассматриваются проблемы товаров, обсуждаются юридические вопросы, даются практические советы, поднимаются вопросы здоровья, сообщается об услугах в рамках общины и т.д., уже сами по себе превращают общественное вещание в службу, отстаивающую интересы общественности. Именно благодаря этим программам общественное вещание способно удовлетворять потребности общества. В определенном смысле можно сказать, что общественное вещание, в зависимости от потребностей, предлагает такую полезную информацию, которую отчасти распространяет сельское и общинное радио во многих развивающихся странах, с той разницей, что общественное вещание располагает большими средствами и действует в более широких масштабах. Многие из этих радиостанций были, по сути, созданы именно ради

того, чтобы способствовать ранее отсутствующему удовлетворению потребностей, связанных с развитием.

В последние десятилетия число общинных радиостанций резко возросло. Не будучи ни коммерческими, ни государственными станциями, это радио, как и телевидение, не связано ни с какими конкретными интересами, выступая в качестве нового элемента общественного вещания и внося в него свой собственный вклад. Внимательно прислушиваясь к потребностям тех общин, которые они обслуживают, общинные средства информации способствуют доступу граждан к системе вещания и их участию в общественной жизни. Их программы прекрасным образом согласуются с духом общественного вещания.

С. Программы, имеющие свое лицо

Взаимосвязь между культурой и телевидением носит непростой характер, отражая те отношения, которые существуют между искусством и средствами коммуникации. Единого определения культуры просто нет. Как совершенно правильно отмечает Жак Риго, одно дело говорить о культурной миссии аудиовизуальных средств информации и совсем другое – дать ей практическую оценку.⁷ Французский исследователь Мишель Сушон, говорящий о «постоянно неправильном истолковании», выделяет два аспекта культуры: одни люди тянутся к культуре как к **наследию**, которое дает доступ к великим творениям человечества, и других же влечет культура **сегодняшнего дня**, позволяющая немного лучше понять человека и его место в мире.⁸

Ж. Риго выделяет три уровня деятельности средств информации в области культуры. Радио и телевидение должны содействовать развитию искусства и

⁷ Jacques Rigaud. «Libre culture» (Свободная культура). Paris, Gallimard (Le débat), 1990.

⁸ Michel Souchon. «Télévision et culture. Jalons et anecdotes pour servir à l'histoire d'un malentendu» (Телевидение и культура. Примеры и случаи из истории одного недоразумения), в «Revue de l'institut de sociologie». Bruxelles, Université libre de Bruxelles, 1995/1-2, p. 165.

культуры, распространяя существующие произведения и культурную продукцию и оказывая поддержку созданию оригинальных произведений: речь идет о драматических произведениях, концертах, о легкой музыке и эстраде. Общественное вещание также должно транслировать развлекательные программы, ориентированные на широкую аудиторию. Однако оно должно это делать иначе, чем коммерческие средства информации. Мы можем надеяться, что программы общественного радио- и телевидения будут иметь свое лицо. Игровые шоу вполне могут носить и информативный, и развлекательный характер. Даже при ограниченных финансовых средствах художественные произведения также дают возможность обращения к актуальной проблематике, представляющей интерес для аудитории; исторические произведения могут рассказывать о прошлом и, тем самым, давать возможность лучше понимать настоящее. С другой стороны, не следует преувеличивать образовательную миссию общественного вещания. Мы должны помнить, говорит Жак Риго, что средства информации, в том числе телевидение, все-таки отличаются от вечерней школы.

Д. Производство «на дому»

Простой подборкой программ общественное телевидение не ограничивается. Особая этика общественного вещания требует, чтобы программы разрабатывались с особым тщанием. Это подразумевает необходимость того, чтобы общественное вещание также принимало участие в аудиовизуальном производстве. Несмотря на то, что службы общественного вещания могут закупать или заказывать определенные программы, их собственное производство «на дому» не только гарантирует их соответствие тем целям, которые ставит перед собой вещание, но и обеспечивает постоянное накопление знаний и опыта (то, что можно было бы назвать «культурой творчества»), присущих именно общественному вещанию. В еще большей степени это может относиться к новым службам общественного вещания, которые должны определить свое лицо, свою «фирменную марку», отличающую их от других вещателей.

Такой подход, имеющий специфически характерный характер для общественного радио- и телевидения, отчасти находит свое выражение в стремлении к поиску, инновациям и творчеству. Производство «на дому» также позволяет установить нормы качества, которые общественное вещание должно соблюдать и которые будут служить в качестве ориентира для других средств вещания. Роулэнд и Трейси характеризуют это стремление к качеству и применение высоких норм общественным телевидением следующим образом: «С этой точки зрения характер общественного вещания заключается в том, что любая программа, вне зависимости от ее жанра, должна быть лучшей в этом жанре, максимально лучшей».⁹ Многие организации общественного вещания устанавливают свою внутреннюю политику, определяющую нормы в областях информации и составления программ. Общественное вещание должно также обеспечивать такое положение, при котором заказываемые ими программы готовятся по тем же критериям.

Е. Национальное содержание

Программы общественного радио- и телевидения должны быть национальными по своему содержанию в большей степени, чем программы любых других служб. Это не означает, что здесь нет места иностранным программам, однако, в соответствии со своей ролью в качестве общественного форума, общественное вещание должно в первую очередь содействовать распространению идей, мнений и ценностей, бытующих в том обществе, где оно работает. В этом отношении крайне важно уделять приоритетное внимание национальным программам. Этот общий принцип требует, однако, определенной оговорки. В некоторых странах существует тенденция уделять больше внимания

⁹ Willard D. Rowland Jr. и Michael Tracey. "Lessons from Abroad: a Preliminary Report on the Condition of Public Broadcasting in the United States and Elsewhere" (Уроки зарубежья: предварительный доклад об состоянии общественного вещания в США и в других странах). Joint Meeting of the International Communication Association and the American Forum of the American University. Washington, D.C., 27 May 1993, p. 23.

происхождению программ, чем их содержанию. Следует предостеречь против такого выставления знака равенства между качеством и национальным содержанием; далеко не всегда они являются синонимами!

Вполне очевидно, что этот вопрос национального содержания в большей степени относится к телевидению, чем к радио. За исключением музыкальных программ, радиoproграммы в большинстве случаев представляют собой национальное производство, если только речь не идет о передачах регионального или местного характера. На телевидении международный рынок программ развит в гораздо большей степени. Программы определенных жанров, например, художественные, дешевле купить за границей, чем подготовить самостоятельно. Однако общественное вещание должно ставить перед собой вопрос о том, отвечают ли эти международные художественные программы тем задачам, которые общественное вещание ставит перед собой, и соответствуют ли они его миссии. Не исключено, что в большинстве случаев иностранные программы должны рассматриваться как имеющие дополнительный характер.

IV. Компромисс между свободой и ответственностью

Как примирить необходимую независимость общественного радио- и телевидения от государства со столь же необходимой его подотчетностью? Это вопрос далеко не прост. Английский исследователь Николас Гарнем резюмирует эту ситуацию следующим образом:

Речь идет о парадоксальной ситуации, когда необходимо обеспечить, с одной стороны, свободу служб вещания от нежелательного государственного контроля и, с другой, гарантировать необходимый уровень желательной политической подотчетности.... На практике, конечно, до конца эту проблему решить невозможно, поэтому любая структура и практика подотчетности должна обеспечивать сбалансированность между двумя вышеназванными требованиями.¹⁰

Именно в этом контексте вступает в силу принцип «управления на почтительном расстоянии», который должен служить в качестве ориентира при организации общественного вещания и формировании его отношений с государством.

A. Организация общественного радио- и телевидения

Первым средством обеспечения достаточной самостоятельности общественного вещания является проведение различия в его административной структуре между двумя уровнями управления: повседневные дела, с одной стороны, и общая политика и решения долгосрочного характера, с другой.

¹⁰ Nicholas Garnham, цит. по «UNESCO. La radiotélévision de service public: les défis du XXI-e siècle» (ЮНЕСКО. Общественная служба радио и телевидения). Paris, UNESCO, Etudes et documents sur la communication, n° 111, 1997, p. 65.

За общую политику отвечает, как правило, совет директоров, который, например, утверждает бюджет и политику общественного вещания и назначает его руководителей. Главное должностное лицо отвечает за осуществление повседневной работы, с тем чтобы она соотносилась с людскими и материальными ресурсами, а также отвечала решениям, касающимся подготовки программы. С тем чтобы исключить политическое вмешательство в повседневную работу службы общественного вещания, главное должностное лицо подотчетно только совету директоров. Последний, как правило, представляет политическим властям доклады об общей деятельности. Совет директоров и его председатель в определенной степени выступают в качестве буфера между главным должностным лицом и государством. В Австралии совет директоров Австралийской вещательной корпорации (Эй-Би-Си) даже обязан обеспечивать независимость и компетентность службы общественного вещания.

Если назначения должностных лиц служб общественного радио- и телевидения будут носить политический характер, все усилия по разграничению ролей главного должностного лица и совета директоров пропадут втуне. Если эти назначения будут зависеть от идеологических пристрастий или политических связей, они подорвут все доверие к общественному вещанию. Управленческий состав должен пользоваться абсолютным доверием общественности. Опыт, профессиональные знания и способность действовать в интересах общественности – вот те качества, которые необходимы для того, чтобы занимать эти должности в службах общественного вещания. В некоторых странах разработаны механизмы, призванные гарантировать независимость и авторитет службы общественного вещания. В Германии, например, советы директоров служб общественного вещания различных земель назначаются Государственным советом по вопросам вещания, в основном состоящим из не входящих в государственные органы представителей различных политических, религиозных, экономических и культурных групп. Этот совет также выбирает директора службы общественного вещания. В Великобритании председатель Би-би-си и члены совета директоров, которых назначает премьер-министр, сами назначают главного должностного лица службы общественного вещания, которое

осуществляет практическое управление всеми аспектами деятельности своей организации и в вопросах повседневного управления общественным вещанием подотчетно только совету.

С другой стороны, следует установить срок полномочий и условия прекращения службы должностных лиц, работающих в службах общественного вещания, с тем чтобы они не зависели от перемен в правительстве и от перепадов настроения политических деятелей. Условия прекращения службы членами совета и главными должностными лицами должны быть установлены самым четким образом, с тем чтобы не было места произволу и увольнению.

Все эти меры способны помочь сохранению службами общественного вещания определенной степени независимости от государства. Однако очевидно, что службы общественного вещания должны быть также подотчетны политическим властям в отношении общего характера своей деятельности. Но перед кем и каким образом?

В. Подотчетность

Трудно представить себе идеальную систему, которая действовала бы повсеместно, поскольку политическая культура в разных странах весьма различна, однако существуют некоторые средства, позволяющие обеспечить службам общественного радио- и телевидения определенную степень независимости от государства, одновременно гарантируя подотчетность их деятельности. Задача здесь заключается в том, чтобы обеспечить максимальную транспарентность взаимоотношений между общественным вещанием и государством и не допускать никаких попыток вмешательства со стороны последнего.

В теории служба общественного радио- и телевидения должна быть подотчетна не исполнительной власти, а только парламенту, отчитываясь перед ним на регулярной (как правило, ежегодной) основе. Представители общественности на

основе ежегодных докладов, представляемых службой общественного вещания, должны иметь возможность оценивать ее эффективность в целом, а также характер использования общественных фондов за данный период. На практике же мы знаем, что в большинстве случаев официальные лица служб общественного вещания поддерживают контакты с исполнительной властью, хотя бы уже через представителей ведомства, отвечающего перед парламентом за службы общественного вещания. Однако если эти неофициальные контакты становятся чересчур частыми, они противоречат духу «управления на почтительном расстоянии» и могут подорвать авторитет службы общественного вещания.

Во многих странах также существует тот или иной орган, ответственный за регулирование деятельности служб вещания и за надзор за ними. С учетом мандата, установленного законодательной властью в отношении управления и надзора за системой вещания и телекоммуникаций (полностью или частично), этот орган также может выступать в качестве еще одного буфера между государством и общественным вещанием. Например, он может отвечать за оценку того, каким образом служба общественного вещания осуществляет свой мандат. Так обстоит дело в Канаде, где регулирующий орган выдает лицензии на осуществление общественного радио- и телевидения и сопровождает свои решения различными комментариями относительно того, каким образом служба общественного вещания должна осуществлять свои функции. Так обстоит дело и во Франции, где Высший аудиовизуальный совет в своих ежегодных докладах дает оценку того, каким образом общественные службы выполняют свои обязательства, возложенные на них в соответствии с законом или с кругом их полномочий.

В последние годы некоторые службы общественного радио- и телевидения пошли по новому пути, пытаясь установить более тесные связи со своей аудиторией. В Канаде, например, Канадская вещательная корпорация (Си-Би-Си) учредила должность «омбудсмана» (старейшины). Граждане имеют возможность высказать свои соображения, критикующие службу

общественного вещания и ее журналистскую деятельность, которые доводятся до сведения омбудсмена. В данном случае речь идет об особенно интересном средстве, позволяющем обеспечить выполнение общественным вещанием его обязанностей перед обществом.

Необходимо заключительное замечание. Прежде всего, следует избегать того, чтобы общественное вещание было подотчетно слишком многим органам. Это может запутать все дело, (указания могут противоречить одно другому) и подтолкнуть общественное вещание к тому, что оно будет стремиться всем угодить, не перед кем по настоящему не отчитываясь.

С. Оценка

Как правило, любая оценка общей эффективности деятельности службы общественного вещания должна включать два элемента: выполнение ее мандата и миссии, с одной стороны, и удовлетворение потребностей общественности, с другой.

Само собой разумеется, что следует соблюдать принципы универсальности, многообразия и, там, где это необходимо, специфичности. Служба общественного вещания, услугами которой может пользоваться только часть населения или которая со временем теряет определенные группы своей аудитории, перестает отвечать возложенной на нее задаче, заключающейся в осуществлении роли общественного форума. Всю ли аудиторию охватывает служба общественного вещания? Насколько она обеспечивает всевозможные виды программ, которые мы ждем от общественного вещания: последние известия, жизнь общества, образовательные программы для молодежи, документальные фильмы для широкой общественности, культурные программы, эстрадные шоу? Обеспечивается ли трансляция этих передач в такое время, которое позволяет охватить аудиторию в целом? Другими словами, выполняет ли служба общественного вещания все свои обязательства в отношении своих программ?

Необходима разработка механизмов оценки деятельности служб общественного вещания, отвечающей их обязательствам, которые весьма отличны от обязательств, лежащих на коммерческих службах. Это заставляет нас задаться вопросом о том, могут ли средством оценки служить рейтинги. Они эффективны для установления тарифов для рекламодателей коммерческих станций вещания, однако плохо отвечают задаче определения успеха службы общественного вещания в деле выполнения ее мандата и миссии. Поскольку цель службы общественного вещания не сводится к привлечению максимально широкой аудитории в любое время вещания, мы не можем использовать это единственное средство для определения численности аудитории. Рейтинги, например, не отражают многообразия аудитории. Поэтому та или иная станция может иметь высокие рейтинги, однако неизменно охватывать одну и ту же аудиторию. Мы ставим перед службами общественного вещания задачу обращаться ко всей общественности, однако очевидно, что не следует ждать от них, что они смогут заинтересовать большинство слушателей или зрителей программами, которые подчас целенаправленно ориентированы только на часть аудитории. Гораздо более эффективным критерием, позволяющим судить об эффективности работы службы общественного вещания, является, во-первых, число слушателей и зрителей, охватываемых общественным вещанием в данный период, и, во-вторых, многообразие аудитории.

Наконец, помимо рейтингов, необходимо иметь возможность определения того, насколько общественность удовлетворена общественным вещанием. В той степени, в которой общественному вещанию удастся обеспечить услуги, ощутимо отличающиеся от услуг других служб вещания, общественное вещание воспринимается в качестве нечто нового и нужного даже теми, кто меньше слушает радио и меньше смотрит телевизор. Оценивать деятельность служб общественного вещания именно под этим углом важно потому, что удовлетворение ожиданий общественности, в конечном счете, и составляет смысл деятельности этих служб. Эффективными в этом отношении являются регулярные обследования. Удовлетворены ли люди услугами, которые им

предоставляются? Находят ли они общественное радио и телевидение достаточно многообразными? Доверяют ли они информационным программам общественного вещания? Считают ли они, что служба общественного вещания предпринимает особые шаги для содействия региональному творчеству, новаторству жанров и представлению программ? Видят ли люди необходимость в службах общественного вещания? Мы должны знать о том, что думают люди о качествах служб общественного вещания, связанных с выполнением общих миссий их программ: информировать, просвещать, развлекать. Наконец, необходимо обеспечивать сопоставление деятельности служб общественного и коммерческого вещания, выявляя, насколько люди удовлетворены общественным и частным сектором.

Вместо заключения: общественное вещание в век цифровых технологий

Модель общественного вещания сумела выжить в последние годы в аудиовизуальной вселенной, где доминирует коммерческое вещание. Однако сфера вещания меняется быстро, очень быстро, и не приведет ли быстрое увеличение числа коммерческих служб к фрагментации аудитории? Ведь такая фрагментация или раздробление аудитории таит в себе опасность для служб общественного вещания, ориентирующихся на общий интерес, поскольку снижает рейтинги до такой степени, что сохранять ту или иную службу смысла уже нет. Следует ли в рамках общественного вещания создавать службы специальной ориентации, если самим смыслом ее существования является обслуживание широкой общественности, а не только конкретных аудиторий? Следует ли ей отказаться от определенных видов программ, поскольку аналогичных программ и так уже существует великое множество? Должна ли она обеспечивать услуги через Интернет?

Все эти проблемы, в конечном счете, можно свести к одному вопросу: какое место общественное вещание занимает в цифровой век? Цифровая среда заставляет нас по-иному посмотреть не только на общественное вещание, но и на любое вещание. Технические барьеры, стоявшие перед вещанием в минувшую эпоху (ограниченное число частот для эфирного вещания, в частности), ныне исчезли. Поэтому государственное вмешательство в сферу вещания техническими причинами обосновано быть уже не может. Вне всякого сомнения, это поднимает вопросы о характере регулятивной деятельности в этой сфере. Уже сегодня непросто заставить коммерческих вещателей осуществлять определенные обязательства, связанные с общественным вещанием. Эту ситуацию не упростит, а напротив, усложнит конвергенция вещания, телекоммуникаций и Интернета, вызываемая оцифрованием. В области телекоммуникаций мы сталкиваемся с разрегулированием, а в области Интернета – с нежеланием его регулировать. Если исходить из того, что

регулирование служб цифрового вещания становится все более сложным делом, то оптимальный подход к обеспечению выполнения задач общественной службы заключается в создании общественного органа, ответственного за осуществление этих миссий.

Поэтому следует поставить следующие практические вопросы: возникает ли в связи с оцифрованием необходимость располагать универсальной службой, которая ориентировалась бы на людей как на граждан, а не как на потребителей? Устраняет ли оцифрование возможность располагать службами вещания, которые отличались бы от мириада коммерческих служб, присутствующих на рынке? Снимается ли в этих условиях необходимость располагать общественным форумом, в котором каждый имел бы возможность принимать участие, вне зависимости от своего социального статуса или своей покупательной способности? Приведет ли индивидуализация аудиовизуального потребления, обеспечиваемая оцифрованием и сопровождающаяся фрагментацией, к тому, что отдельные люди потеряют интерес к службам, которые позволяют им поддерживать у себя ощущение причастности к политическому сообществу, воспринимать самих себя в качестве граждан?

Если только мы не ответим на все эти вопросы положительно, то будет совершенно очевидно, что оцифрование не служит препятствием на пути сохранения общественного вещания, а совсем напротив. Оправданием для его существования по-прежнему будет служить демократические и эгалитарные цели, стоящие перед общественным вещанием. Поэтому в ответ на вопрос относительно будущей полезности общественного вещания мы можем привести слова Вернера Румпхорста:

... Будущее службы общественного радио- и телевещания вытекает из его миссии, из его роли в рамках гражданского общества и его деятельности на благо этого общества. Чем больше диверсификация и индивидуализация источников информации, чем больше раздробленность аудитории, тем более важно сохранить, по крайней

мере, одну сильную службу, выполняющую свою функцию национальной точки отсчета, формирующую национальное лицо и играющую роль форума общественного мнения.¹¹

Перед службами общественного радио- и телевидения в ближайшие годы встанет задача саморазвития и адаптации к требованиям цифрового века тех принципов, которые лежат в основе их существования. Огромное большинство служб общественного вещания уже работают и через кабельные каналы, и через Интернет. Сегодня им необходимо использовать эти новые технологии для совершенствования и развития своей миссии в качестве общественной службы. Действовать здесь следует с осмотрительностью, выбирая те сектора, которые логическим образом связаны со смыслом их существования. В Германии, например, общественные станции в дополнение к своей основной деятельности создали два тематических канала: информационно-документальный канал и канал для детей. Эти каналы полностью соответствуют миссии общественной службы.

С другой стороны, службы общественного радио- и телевидения не должны забывать, как указано в докладе французского сената, где цитируется социолог Доминик Волтон, что их призвание на практике заключается в установлении «социальных связей». «Завтра, - пишет Волтон, - ориентированные на общий интерес средства информации, действующие в пронизанной сетями интерактивной вселенной мультимедиа, будут играть еще более важную роль, чем вчера, ибо они будут обеспечивать столь редкие взаимосвязи в индивидуалистском массовом обществе. Цель ориентированного на общий интерес телевидения заключается в том, чтобы и далее каким-то образом

¹¹ Werner Rumphorst. "Model Public Service Broadcasting Law with Introductory Note and Explanatory Comment" (Модель закона о общественном вещании вместе вводимым примечанием и пояснительной запиской), 1998, р. 6, (не опубликовано).

сплачивать людей в высшей степени иерархическом, индивидуалистском обществе».¹²

¹² Dominique Wolton, цит. по: Сенат Франции. «L'audiovisuel public en danger» (Общественное радио-телевидение в опасности). Информационный доклад, подготовленный Клодом Бело по просьбе Комиссии по финансам, бюджетному контролю и экономической отчетности в связи с проблемой финансирования общественного радио-телевидения. Париж. Доклады Сената, № 162, 1999-2000, р. 33,36 и 37.



ЮНЕСКО

**Сектор коммуникации и информации
Отдел развития коммуникации**

1, rue Miollis - 75732 Paris Cedex 15

Tél. : ++ 33 (0) 1 45 68 43 29

Fax : ++ 33 (0) 1 45 68 55 85

E-mail : c.ondobo@unesco.org

Conseil mondial de la Radiotélévision (CMRTV)

1400, boul. René-Lévesque Est, 10^e Étage
Montréal, (Québec)
Canada H2L 2M2

Tél. : (514) 597-3902

Fax : (514) 597-4599

Courriel : cmrtv_wrtvc@radio-canada.ca

© Май, 2001