

СЛУЖБА ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ:

СПРАВОЧНИК ЛУЧШИХ ПРИЕМОМ И МЕТОДОВ РАБОТЫ



Организация
Объединенных
Наций по вопросам
образования, науки
и культуры



РЕДАКЦИОННАЯ НЕЗАВИСИМОСТЬ
ВСЕОБЩНОСТЬ
УЗНАВАЕМОСТЬ
РАЗНООБРАЗИЕ
ОБЪЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМАЦИИ
ОБРАЗОВАНИЕ/ПРОСВЕЩЕНИЕ
ЗНАНИЯ
СОЦИАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ
ГРАЖДАНСТВЕННОСТЬ
ПОДОТЧЕТНОСТЬ
ДОСТОВЕРНОСТЬ



**Служба общественного вещания:
Справочник лучших приемов и методов работы**

**Под редакцией
Индражит Банержи и Калинга Сеневирагне**

Руководитель и координатор проекта ЮНЕСКО: д-р Владимир Л. Гай

Исследователи: Венкат Ийер, Сандип Муппиди, Клод Робинсон, Эндрю Тауссиг

Координация исследований: Стефен Логан, АМС

Дополнения и комментарии: Эвелин С. Агато, Арияратне Атугала, Сигрид Барингхорст, Иосиф Борг, Гийом Шеневьер, Марк Грубер, Карол Якубович, Йесудхасан Томас Жаяпракаш, Виния Касажу, Уми Кхаттаб, Сринивасан Кумар, Чеунг квай-юнг, Тай Ки Ман, Мари А. Матер, Сринивас Р. Мелкот, Тоби Мендель, Франк Морган, Гарет Прайс, Дик Руни, Вернер Рампхорст, Элизабет Смит, Кунико Саката Ватанабе

Фотографии и оформление: Юлия Пудловски

Первое издание 2005

© Русское издание. UNESCO 2006

© Фотографии на обложке. UNESCO

© Издательский Дом «Гелеос»

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и каким бы то ни было способом без предварительного разрешения. Однако некоммерческие организации могут свободно копировать и распространять отдельные части данного издания, когда это делается без цели извлечения финансовой выгоды.

Используемые в данной публикации обозначения и материалы не являются выражением какого бы то ни было мнения ЮНЕСКО относительно юридического статуса любой из стран, территорий, городов и местностей, или их властей, а также определения их границ и пределов.

Авторы несут ответственность за отбор и изложение фактов, содержащихся в данной книге, а также за высказанные в ней мнения, которые не обязательно отражают мнения ЮНЕСКО и ни к чему не обязывают Организацию.

CI/COM/PSB/2005/VG1

<i>Предисловие</i>	4
<i>Вступление</i>	8
<i>Слова поддержки</i>	10
Глава 1. Понятие службы общественного вещания	14
Глава 2. Создание благоприятной окружающей среды и развитие грамотности в области СМИ	32
Глава 3. Правовые аспекты службы общественного вещания	54
Глава 4. Выстраивая участие граждан	78
Глава 5. Правовые нормы и Кодексы поведения: укрепление редакционной независимости и прозрачности СОВ	102
Глава 6. Правила программирования, действующие в службе общественного вещания	118
Глава 7. Способы финансирования и последствия их выбора для деятельности СОВ	154
Глава 8. Служба общественного вещания в эпоху цифровых технологий	178

Концепция общества знания, в том виде как ее понимают и отстаивают в ЮНЕСКО, дает целостное видение проблем (пронизывающее все сферы деятельности этой международной организации), с четкой ориентацией на перспективу развития, вбирающего в себя всю сложность и динамизм текущих мировых тенденций. Общество знания предполагает наличие мощной социальной составляющей, где присутствуют плюрализм, включенность, солидарность и участие. Концепция общества знания строится на принципах свободы слова, всеобщего доступа к информации и знаниям, содействия культурному многообразию, равенству в доступе к качественному образованию, получая постепенное признание в качестве одной из главных целей на пути развития.

Радио и телевидение остаются самыми доступными и распространенными средствами информации и коммуникации для большинства населения планеты, в особенности для тех, кто принадлежит к его обделенной части. Самый доступным средством связи продолжает оставаться радио. ЮНЕСКО привержено делу развития службы общественного вещания (СОВ), которая наделяет граждан знаниями, что позволяет им активно участвовать в процессе принятия решений. Необходимо, чтобы СОВ служила всем слоям населения, откликаясь на их потребности, опасения и чаяния, независимо от численности аудитории. Служба общественного вещания является надежным инструментом, обеспечивающим плюрализм и социальную включенность. Она усиливает позиции гражданского общества. Миссия СОВ в этом плане совпадает с основным направлением устойчивого развития, так как позволяет людям сознательно принимать важнейшие для них решения.

«Организации службы общественного вещания завоевали доверие людей. Они стали признанными законодателями информационной моды, — говорит Сюзан В. Берресфорд (*Susan V. Berresford*), президент Фонда Форда. — Они позволяют нам лучше понимать новые реалии глобального мира, их воздействие на наше общество и то, как наша страна влияет на остальной мир. СМИ общественного вещания делают это хорошо. Им нужна наша поддержка, чтобы они продолжали играть эту роль. Сообщество информированных граждан — жизненно важное условие хорошего управления и здоровой демократии».

Уникальность роли СОВ состоит в предоставлении доступа к информации и знаниям благодаря качеству и разнообразию содержания производимого продукта. Эта уникальность соответствует центральному

замыслу конституционного мандата ЮНЕСКО — содействовать свободному потоку идей и информации. Поэтому ЮНЕСКО выступает за укрепление редакционной независимости организаций службы общественного вещания, которая позволяет им выполнять свою культурную и образовательную миссию вызывающим доверие способом. Все это требует стратегического союза между основными заинтересованными лицами и гражданским обществом. Необходимо привлечь внимание правительств и общественного мнения к важности миссии СОВ.

СОВ является одним из наиболее действенных инструментов повышения участия граждан в демократическом процессе. Но, как отмечается, концепция и идея службы общественного вещания часто понимаются не достаточно хорошо, а иногда даже искажаются. Отсюда острая необходимость разъяснить и снять ореол мистики со всей гаммы концепций и процессов, связанных с деятельностью СОВ, учесть накопленный в мире опыт, обобщить лучшие приемы и методы работы.

Цель данного справочного пособия «Служба общественного вещания: справочник лучших приемов и методов работы» — предоставить полезную и готовую к употреблению информацию для профессионалов СМИ, лиц, принимающих решения, студентов и широкой публики по поводу сути представлений о СОВ с позиций права, управления и финансов, а также иных вопросов, которые являются существенными в глазах международного профессионального сообщества. В пособии рассматриваются вопросы, передающие сущность понятия службы общественного вещания. К ним относятся редакционная независимость, общедоступность, надежное финансирование, свободное от всех видов экономического и политического давления, узнаваемость, разнообразие, представительность, объективность информации, образование и просвещение, социальная интеграция, гражданственность, подотчетность и достоверность.

Я хочу выразить нашу благодарность Азиатскому центру информации и коммуникации / Asian Media Information and Communication Centre (AMIC)/, который в тесном сотрудничестве с отделом развития коммуникаций ЮНЕСКО, консультируясь с ведущими профессиональными организациями на международном и региональных уровнях, союзами вещателей и отдельными экспертами, подготовил информационно насыщенный проект исходного текста. Текст был в последствии доработан с помощью онлайн-овых конференций.

Я хочу поблагодарить все организации и всех ученых, кто внес свой бесценный вклад в создание настоящего справочного пособия.

Хочу выразить особую благодарность г-же Элизабет Смит (Elizabeth Smith), генеральному секретарю Ассоциации радио- и телевещателей Содружества; г-ну Айдану Уайту (Aidan White), генеральному секретарю Международной федерации журналистов; г-ну Тоби Менделю (Toby Mendel), директору юридической программы «Статьи 19»; и г-ну Гийому Шеневьеру (Guillaume Chenevière), председателю Всемирного совета радио и телевидения, которые поддержали данное издание и любезно предоставили свои профессиональные комментарии.

*Д-р Абдул Вахид Хан (Abdul Waheed Khan)
Заместитель Генерального директора ЮНЕСКО
по коммуникации и информации*

Публикация, посвященная лучшим приемам и методам работы службы общественного вещания, — результат многочисленных обсуждений, конференций и семинаров о роли и будущем СОВ, шедших на протяжении последних нескольких лет. Главный импульс к работе над настоящим изданием исходил от Сектора информации и коммуникации ЮНЕСКО, который определил проблематику пособия. В ЮНЕСКО росло ощущение, что несмотря на многочисленные исследования, публикации и конференции, связанные с тематикой службы общественного вещания, существуют глубоко укоренившиеся ложные представления и недопонимание в отношении миссии, мандата, роли, места, сферы деятельности и организации функционирования подлинной службы общественного вещания. Даже сведущие люди и эксперты в области СМИ часто используют понятия службы общественного вещания и государственного радио- и телевещания как синонимы или взаимозаменяемые понятия.

Мой личный опыт как ученого, занимающегося вопросами СМИ, и как Генерального секретаря Азиатского центра информации и коммуникации (АМІС) подтверждают эту оценку. Следует признать, что широкий спектр действующих в мире систем организации службы общественного вещания усугубляет путаницу. Более того, на пальцах можно пересчитать число изданий, где рассматривается весь комплекс вопросов, касающихся ключевых параметров и характеристик подлинной службы общественного вещания с конкретными примерами лучших приемов и методов работы, относящихся к различным аспектам функционирования такой службы.

Команда АМІС, поддерживая постоянный контакт и консультируясь с отделом развития коммуникации ЮНЕСКО, подготовила подробную географическую карту, схему организации содержания и перечень источников, а также список привлекаемых по совету ЮНЕСКО организаций и экспертов.

Основные источники отбирались, исходя из различных аспектов службы общественного вещания, включая редакционную независимость, финансовые механизмы, вопросы правового регулирования, участие граждан, примеров, содержащихся в важнейших отчетах и публикациях о деятельности СОВ. Редакторы затем использовали эти материалы при подготовке глав, следя за тем, чтобы в каждом разделе присутствовали соответствующие примеры из мировой практики.

По завершении работы над первоначальным проектом справочного пособия была организована конференция в режиме онлайн. В ходе нее ведущие эксперты и организации были приглашены ознакомиться с предварительными версиями глав, высказать свое мнение, комментарии и оценки. После чего была подготовлена окончательная редакция документа, куда вошли отклики, полученные в ходе онлайн-конференции, а также дополнительные материалы, подготовленные сотрудниками ЮНЕСКО и его экспертами.

Таковы истоки данной публикации и процесс подготовки рукописи. Справочник не ставит своей целью дать авторитетный комментарий или анализ деятельности существующих в мире служб общественно-го вещания. Мы собирались сделать простую вещь, развязать дискуссии по вопросу о том, какими сущностными чертами и характеристиками должна обладать настоящая служба общественного вещания. Замысел состоял в том, чтобы четко выделить ключевые характеристики службы общественного вещания, отделить ее от государственного и иных форм вещания, и при этом привести конкретные примеры лучших приемов и методов, относящихся ко всем аспектам деятельности службы общественного вещания.

Если благодаря этой публикации нам удастся устранить существующее смешение службы общественного вещания со всеми прочими формами радио- и телевещания, нашу задачу можно считать полностью выполненной. Мы надеемся, что различные примеры лучших приемов и методов, о которых рассказывается в этой публикации, вдохновят организации служб общественного вещания и людей, стоящих на гражданских позициях во всем мире. Мы рассчитываем, что пособие внесет свою скромную лепту в оказание помощи тем государственным вещателям, которые пытаются преобразовать свои организации в настоящую службу общественного вещания. Наконец, последнее по месту, но не по важности. Эта публикация воздаст должное службе общественного вещания, институту, который внес выдающийся вклад в нашу общую борьбу за демократию и просвещение во всем мире.

*Д-р Индражит Банерджи (Indrajit Banerjee),
Генеральный секретарь АМІС*

«Характеризуя ландшафт современных СМИ, трудно удержаться от иронии по поводу явного несоответствия между взрывоподобным увеличением числа каналов, предлагаемых зрителям и слушателям, и общим снижением качества, разнообразия и уровня программного содержания. Этот контекст служит естественным оправданием, почти рекламой в пользу службы общественного вещания. Все же ирония здесь еще глубже, так как повсюду в мире службе общественного вещания приходится обороняться. Причины тому различны. К ним относятся продолжающиеся и новые формы правительственного вмешательства, кризис доверия, сужающаяся финансовая база, агрессивная конкуренция со стороны коммерческого вещания, а также неолиберальная враждебность ко всему публичному.

В ответ на это растет глобальная поддержка общественного вещания. Спонсируемая ЮНЕСКО публикация «Служба общественного вещания: справочник лучших приемов и методов» вносит заметный вклад в это движение. Книга дает читателям ценную информацию о лучших приемах работы и новаторских решениях проблем, с которыми сталкивается служба общественного вещания. Справочное пособие будет особенно полезно тем, кто желает действовать на практике».

Тоби Мендель (Toby Mendel), «СТАТЬЯ 19»

«Это замечательный сплав разноплановой информации о службе общественного вещания. Он начинается с объяснения, почему она важна, как ее организовать, в чем и заключается ценность книги как Путеводителя, где последовательно рассматриваются ключевая роль заинтересованных групп давления, вопросы правового регулирования, правила деятельности, финансирование и будущее СОВ в эпоху цифровых технологий.

Справочник носит исчерпывающий характер, в нем используются надежные источники. Он убедительно показывает важность СОВ и способность службы общественного вещания не просто удерживать позиции, но и по-новому развиваться, создавая пользующиеся доверием веб-сайты. В справочнике есть вдохновляющие примеры лучших приемов и методов, которые смогут взять на вооружение все, кто борется за сохранение СОВ. Это нужный справочник для тех, кто работает в средствах информации».

Элизабет Смит, Ассоциация радио- и телевещателей Содружества

«Хотя единой модели службы общественного вещания (СОВ) не существует, мы все разделяем общие ценности:

- СОВ для всех людей. Она делает передачи для тех, кто живет в стране, включая национальные меньшинства и те сегменты общества, которые малоинтересны коммерческому вещанию. Она действует на основе строгой отчетности, имеет прозрачную структуру управления, финансируется из публичных фондов;
- СОВ независимо от используемых средств информации отличается высоким качеством, надежностью и независимостью. Она дает широкий спектр мнений, идет ли речь об образовании, новостях и информации, или о культурно-развлекательных передачах. Все ее передачи характеризует соблюдение профессиональной этики и чуткое отношение к потребностям и ценностям граждан;
- наконец, говоря о СОВ, мы говорим об установлении критериев объективности, социальной справедливости, защиты прав журналистов и всех, кто работает в СМИ.

Эти три ключевых аспекта деятельности СОВ существенны не только для стран, которые борются за создание по-настоящему общественных средств информации, но и для стран, где служба общественного вещания существует и считается образцом в течение многих десятилетий. Международная федерация журналистов относит проблематику СОВ к числу первоочередных во всех своих кампаниях и проектах в различных уголках мира.

Эта настольная книга — ценный справочник для журналистов, сотрудников и защитников СМИ, для лиц, принимающих решения, и студентов, для тех, кому нужна надежная информация о деятельности СОВ».

Айдан Уайт (Aidan White), Международная федерация журналистов

Справочник выходит в нужное время. Он будет необыкновенно полезен для вещателей, гражданского общества, регулирующих инстанций, политических кругов, для всех тех, кто сознает решающий вклад электронных средств информации в социальное развитие и демократию. СОВ в XXI веке не только не устарели, а, наоборот, получают возможность продемонстрировать весь свой потенциал.

Как справедливо отмечает французский социолог Доминик Волтон (Dominique Wolton), телевидение и радио обладают уникальным свойством дать людям возможность без опаски соприкоснуться с чужим, с другими взглядами на мир, с иными этическими нормами, иностранным образом жизни и т.п. Эту удивительную способность нужно развивать и широко использовать, чтобы способствовать реальному диалогу между разными обществами, культурами, религиями, которых глобализация мира заставляет вступать в тесный контакт.

Более того, информационная эпоха выдвигает требования, удовлетворить которые может только радио и телевидение. Она требует, чтобы мужчины и женщины, находящиеся в любой точке планеты, получили доступ к заслуживающей доверия и основывающейся на фактах информации обо всем, что происходит на местном, национальном или глобальном уровнях. Рыночных сил, для того чтобы добиться этих высоких целей, неотъемлемых от мирного устойчивого развития, недостаточно. Основным инструментом их достижения становится развитие сложного инструментария службы общественного вещания.

В справочнике рассматриваются пути и средства организации публичной службы в сфере радио- и телевидения. Он содержит примеры лучших в мире приемов и методов деятельности СОВ, дает адреса полезных веб-сайтов. В нем анализируются опасности, с которыми сталкиваются организации СОВ, и даются советы, как избежать их. От чтения такого справочника просто нельзя уклоняться.

*Гийом Шеневьер (Guillaume Chenevière),
Всемирный совет радио и телевидения*

1.1. ВВЕДЕНИЕ

Для большинства населения планеты, куда можно отнести жителей необъятных сельских просторов, а также малограмотных людей, радио и телевидение остаются наиболее доступным и самым широко распространенным достижением информационных и коммуникационных технологий, причем радио, как инструмент получения информации, стоит на первом месте.

С быстрым распространением цифровых коммуникационных технологий в 90-е годы прошлого столетия радио- и телевидение, проводная связь и компьютеры смешались, как в блендере, что коренным образом изменило современные способы доставки и потребления радиотелевизионных услуг. Это сказалось на увеличении скорости получения таких услуг, а во многих случаях — значительно удешевило получение все большего числа каналов вещания.

За последние два десятилетия ландшафт радио- и телевидения также претерпел глубокие изменения. В большинстве стран действует смешанная модель вещания, когда государственные или каналы, выполняющие функции публичной службы, сосуществуют наряду с полно-

* От редактора русского издания. С юридической точки зрения принятый в международных организациях и профессиональной среде русскоговорящих стран перевод термина “public service broadcasting” как «службы общественного вещания» представляется неточным. Термин «публичный», который означает общедоступный (также как публичная библиотека), представляется предпочтительнее. Второе значение слова «публичный» — связь с институтами государственной власти. Речь идет о допустимости участия государства в деятельности электронных средств массовой информации только в специфической юридической форме, а именно в форме публичной службы, которая налагает на государство максимальные ограничения.

В интересах сохранения преемственности терминологии с ранее сделанными переводами на русский язык термины «служба общественного вещания», «общественное радио» и «телевидение» сохранены. При этом следует иметь в виду, что под словом «общественный» понимается не принадлежность к общественным организациям или противопоставление государству, а доступность всем членам общества и служение всему обществу.

*В.Л. Энтин
автор закона РФ «О средствах массовой информации»
(вместе с Ю.М. Батуриным и М.А. Федотовым)
член-корреспондент Международной академии
сравнительного права (Франция)*

стью коммерческими предприятиями радио- и телевидения. Частное радио- и телевизионное вещание широко распространилось на национальном и международном уровне благодаря использованию кабельных и спутниковых систем связи. Становится все более очевидным, что в слепой погоне за прибылью коммерческое радио и телевидение часто отвлекает средства информации от служения общественному интересу, фокусируя СМИ на предоставлении чистых развлечений. Тем не менее, нигде служба общественного радио и телевидения не превратилась в нечто морально устаревшее, а дуалистические системы, где соседствует публичное и коммерческое вещание, нередко обеспечивают наилучшую экологию информации в СМИ.

Становится ясно, что в мировом радио- и телевизионном ландшафте, зажатом между моделью государственного контроля, где правящие политические элиты подчинили себе радио- и телевидение с целью упрочить свой контроль над политической властью, и системами коммерческого вещания, которые поклоняются только логике извлечения прибыли и удержания рекламных доходов, единственный путь добиться обеспечения и продвижения общественных интересов, это укреплять службу общественного вещания (СОВ). Последние тенденции развития вещания в мире подводят нас к неизбежному выводу, что СОВ сегодня нужно более, чем когда-либо в прошлом, и что необходимо возвращать и укреплять организации, выполняющие функции службы общественного вещания, а также практику служения интересам граждан во всем их многообразии.

Однако организации службы общественного вещания находятся в принципиально новой информационной среде, бросающей многочисленные вызовы функционированию радио и телевидения как подлинной публичной службы. Марк Рабой (Marc Raboy¹) подчеркивает три параллельно развивающиеся тенденции, которые характеризуют новую среду вещания:

- а) Взрывообразное увеличение пропускной способности каналов и исчезновение аудиовизуальных границ, что стало возможным благодаря новым технологиям.
- б) Дезинтеграция модели государственного радио- и телевидения, вызванная крушением социалистического блока и движением в направлении демократизации в разных районах мира.
- в) Всплеск рыночного радио- и телевизионного вещания и введение смешанных систем в странах, где существовала монополия государственного вещания.

Таким образом, любой организации СОВ приходится действовать в новых условиях и справляться с переменами, произошедшими в вещательной среде. Цель настоящего издания — содействовать успешному развитию службы общественного вещания не путем критики его недостатков, а акцентируя внимание на то, как вызовы, с которыми сталкивается СОВ, могут быть преодолены на основе существующего «позитивного опыта» и возможных инновационных моделей программирования и финансирования структур общественного вещания.

**БОКС 1.1.
РОЛЬ СОВ**

«Служба общественного вещания играет важную роль в обеспечении доступа к общественной жизни и участию в ней. СОВ, особенно в развивающихся странах, может стать полезным инструментом расширения доступа к образованию и культуре, приумножения знания, укрепления взаимодействия между гражданами. Для большинства населения планеты, куда можно отнести жителей необъятных сельских просторов, а также неграмотных людей, радио и телевидение остаются наиболее доступным и самым широко распространенным достижением информационных и коммуникационных технологий, причем радио как инструмент получения информации стоит на первом месте. ЮНЕСКО последовательно выступает в поддержку развития СОВ, а также за сохранение и приумножение содержания, которое служит интересам людей как граждан, а не потребителей. Содержание, которое доходит до всех слоев населения и специфических групп, способствуя тем самым социальной интеграции и укреплению гражданского общества. Стратегия ЮНЕСКО направлена на «усиление роли общественного вещания как уникальной службы, предоставляющей универсальный доступ к информации и знанию благодаря высокому качеству и разнообразию содержания, отражающего потребности, опасения и ожидания самых разных целевых аудиторий».

*Утвержденная программа и бюджет, 2004–2005,
ЮНЕСКО, Генеральная конференция; 32 сессия; 2003.*

1.2. К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СЛУЖБЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ (СОВ)

Накопленный в мире опыт деятельности СОВ весьма разнообразен и сложен для восприятия. «Золотого стандарта» деятельности службы общественного вещания не существует. Однако некоторые характерные черты и механизмы функционирования СОВ получили широкое распространение, а их достоинства были признаны теми, кто занимается их реализацией на практике. С учетом различий политического, технологического и экономического характера, свойственного каждой стране, СОВ принимает разное обличье и использует различные модели деятельности.

Важно отметить, что СОВ как модель организации вещания была разработана для преодоления внутренней слабости двух господствующих систем организации вещания — модели радио- и телевещания под государственным контролем и коммерческой модели, ориентированной на извлечение прибыли. Модель службы общественного вещания, сложившаяся из видения некоторыми роли радио, основывалась на опасениях, что рыночные механизмы не смогут обеспечить выполнение определенных целей, а также на неверии в способность **государства** добиться тех же целей, достижения которых ждут от общественного вещания все еще и сегодня, то есть информировать, образовывать и развлекать. Такое видение роли и значения общественного вещания подразумевает создание публичной организации, служащей гражданам, культуре и демократии.²

Некоторые страны отказались от идеи, что служение общественным интересам в сфере радио- и телевещания может быть соединено с интересами частных предпринимателей, стремящихся главным образом, к извлечению прибыли. В то же время люди с подозрением относились к государству. Они полагали, что исходя из высокого социального, культурного и политического потенциала радио и телевидения, прямое участие государства в данной сфере, тесно связанной с реализацией права на свободную мысль и слово, является нежелательным.

БОКС 1.2.
ПОЧЕМУ НЕОБХОДИМО ОБЩЕСТВЕННОЕ ВЕЩАНИЕ

Смысл существования общественного вещания, которое находится вне государственного или коммерческого контроля, заключается в выполнении функций публичной службы. Это радио и телевидение всего общества, которое обращается к каждому как к гражданину. Служба общественного вещания облегчает доступ к общественной жизни и участие в ней. Она развивает знание, расширяет горизонты и позволяет людям лучше понять себя, лучше понимая мир и других людей.

Общественное вещание можно определить как место встречи, где все граждане желанные гости и равны друг другу. СОВ это инструмент информации и образования, доступный всем и предназначенный для каждого, независимо от его социального положения и экономического статуса. Его мандат не ограничивается информацией и культурным развитием — СОВ должно будить воображение и развлекать. Но оно делает это, заботясь о качестве, что выгодно отличает его от коммерческого вещания.

Освобожденное от диктата прибыльности, СОВ должно быть смелым, заниматься творческим поиском и идти на риск. Когда же ему удастся предложить необычный круг идей, СОВ устанавливает планку и задает стандарты для других вещателей. Для тех, кто, как британский автор Антони Смит (Anthony Smith), автор книг о Британской радиовещательной корпорации (БиБиСи), считает ее прародительницей общественного вещания, это настолько важно, что «возможно СОВ стало величайшим инструментом социальной демократии столетия.

— *Public broadcasting: Why? How? UNESCO/ WRTVC, 2001*

Вначале необходимо подчеркнуть тот факт, что радио и телевидение, находящиеся в собственности государства, не могут рассматриваться как служба общественного вещания. Существует довольно широко распространенное заблуждение, что СОВ и системы государственного радио- и телевещания являются синонимами. Эта ошибка обусловлена тем, что лишь в очень небольшом числе стран имеется настоящее СОВ, а в большинстве стран имеются системы государственного радио- и телевещания. Более того, в сравнении с коммерческим ра-

дио и телевидением государственное вещание воспринимается как в большой мере ориентированное на служение обществу, что ведет к столь распространенному смешению СОВ и систем государственного вещания.

Хотя находящиеся под государственным контролем системы радио и телевидения действительно выполняют некоторые функции общественного вещания, контроль над ними со стороны правительства, модели финансирования, недостаточность самостоятельности и беспристрастности в деле программирования и управления не позволяет квалифицировать их как службу общественного вещания. Таким образом, хотя государственные организации радио- и телевидения решают определенные задачи общественного вещания, их нельзя считать настоящими организациями службы общественного вещания, так как они не соответствуют всем требованиям, предъявляемым к последним. Вместе с тем важно подчеркнуть, что коммунальное и муниципальное радио- и телевидение, хотя оно и может выполнять некоторые функции общественного вещания, не в состоянии заменить СОВ с его более широким взглядом на вещи и национальным уровнем охвата.

БОКС 1.3. ПОДХОДЫ К ПОНИМАНИЮ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ

Служба общественного вещания — это уникальная концепция. Хотя ее легко понять, очень часто ее понимают неправильно; причем иногда — совершенно искренне, а иногда преднамеренно. В некоторых языках нет даже термина, который бы в полной мере соответствовал значению слова «public» в английском языке, и самый близкий перевод подразумевает «государственное/правительственное/официальное» вещание. В том случае, когда дело касается страны, в которой традиционно существует государственное вещание, этот языковой барьер представляет собой первое препятствие, мешающее четкому пониманию подлинной природы службы общественного вещания, которая есть все что угодно, кроме «государственного», «правительственного» или «официального» вещания.

— *Model Public Service Broadcasting Law*,
Werner Rumphorst, ITU/EBU/UNESCO, 1998

Для того чтобы получить полное и вместе с тем пригодное для использования понимание того, что представляет собой настоящая служба общественного вещания, полезно будет обратиться к некоторым из тех определений, что были предложены различными международными организациями и комиссиями. При уяснении роли СОВ следует исходить из тех факторов, которые должны быть приняты во внимание при оценке того, выполняет ли имеющаяся система ожидаемые от нее функции:

а) **Повсеместность:** общественное вещание должно быть в пределах досягаемости каждого гражданина по всей стране. Это высоко эгалитарная и глубоко демократическая цель в той мере, в какой она ставит всех граждан в равное положение, независимо от дохода и социального статуса. Это заставляет вещателей обращаться ко всему населению, стремясь к тому, чтобы число «пользователей» было как можно большим.

б) **Диверсификация:** услуги, предлагаемые общественным радио и телевидением, должны быть диверсифицированы по меньшей мере по трем направлениям: по видам программ, по целевой аудитории, по предмету обсуждения. Общественное вещание должно отражать разнообразие общественных интересов, предлагая разные виды программ, от новостных до развлекательных. Некоторые программы могут быть рассчитаны только на часть аудитории, в зависимости от разнообразных предпочтений публики. В конечном итоге общественное вещание должно стремиться дойти до каждого не во всех своих программах, а благодаря совокупности передач и их многообразию. Наконец, разнообразие обсуждаемых сюжетов позволяет общественному вещателю реагировать на различие общественных интересов, отражая тем самым весь спектр проблем, волнующих общество. Диверсификация услуг и повсеместность взаимно дополняют друг друга так, что при производстве программ, предназначенных для молодежи или для пожилых людей либо для иных групп населения, общественное вещание привлекает всех.

в) **Независимость:** публичное вещание является форумом, где идеи должны выражаться свободно, что позволяет циркулировать различной информации, мнениям и критике. Это становится возможным только тогда, когда вещатель независим, что обеспечивается путем освобождения общественного вещания от коммерческого и политического влияний. Если на информацию, предоставляемую публичным вещателем, будет оказывать влияние правительство, то люди будут менее склонны доверять ее содержанию. Аналогично, если программирование общественного вещания окажется подчинено коммерческим интересам, то

людям будет непонятно, почему их просят финансировать организацию, выпускающую программный продукт, который мало чем отличается от продукции, предоставляемой частными вещателями.

г) **Узнаваемость:** услуги, предлагаемые публичным радио- и телевидением должны отличаться от услуг других вещательных служб. Благодаря своеобразию программирования, качеству и особому характеру ее программ публика должна иметь возможность идентифицировать то, что отличает данную услугу от других. Это не сводится только к производству такого типа программ, в которых другие не заинтересованы, нацеливаясь на аудитории, которыми пренебрегают другие, или затрагивая проблемы, которые другие игнорируют. Смысл заключается в том, чтобы делать вещи иначе, не исключая любой жанр. Этот принцип должен заставить общественное радио и телевидение изобретать, создавать необычные вещи, новые жанры, задавать темп соревнования в аудиовизуальном мире и вести за собой другие вещательные сети.

Совет Европейской независимой телевизионной комиссии (2004 г.) дал описательное определение канала общественного вещания как канала, который, соединяя в себе все перечисленные ниже элементы:

- содержит широкий спектр программ, отвечающих многообразным вкусам и интересам, с учетом временной сетки;
- соответствует высоким техническим и производственным стандартам, свидетельствующим о хорошем финансировании, новаторском духе и отличии от других, полностью используя познавательную и обучающую роль телевидения как средства информации;
- учитывает культурные, лингвистические и социальные особенности меньшинств и иные особые потребности и интересы, в особенности образовательные, путем включения программ для школьников и предоставляя дополнительные возможности для инвалидов;
- обслуживает региональные и коммунальные потребности, знакомит регионы друг с другом;
- позволяет сохранять национальную идентичность, быть голосом нации, местом, куда люди приходят по национальным праздникам;
- позволяет иметь большое количество оригинальных материалов, созданных специально для первого показа;
- демонстрирует готовность идти на творческий риск, бросать вызов зрительским стереотипам, дополнять другие каналы как

публичного вещания так и те, которые мотивированы только коммерческими соображениями;

- обладает развитым чувством независимости и беспристрастности, служит авторитетным источником новостей, форумом для общественной дискуссии, обеспечивает плюрализм мнений и информированность электората;
- охватывает всю территорию страны;
- ограничивает продолжительность рекламного времени (максимум до семи минут в час на протяжении дня);
- является доступным, что достигается либо отсутствием платы, либо ее умеренностью в месте приема сигнала, что делает канал доступным подавляющему большинству населения.

Эти ценности применимы не только к европейским вещателям, но, как покажут примеры, приведенные в последующих главах, они универсальны по своей природе.

В 2003 г. на Всемирном форуме электронных СМИ в Женеве доктор Абдул Вахид Хан (Abdul Waheed Khan), заместитель Генерального директора ЮНЕСКО по коммуникации и информации, выступая на семинаре, посвященном службе общественного вещания, отметил, ссылаясь на устав ЮНЕСКО, что «только в обстановке ничем не ограниченного поиска объективной истины, свободного обмена идеями и знаниями можно добиться международного мира, взаимопонимания и устойчивого развития».

Д-р Хан считает, что в современном мире, находящемся под влиянием взаимодействия мощных технологических, коммерческих, политических и культурных факторов, где коммерческие интересы и политическое вмешательство наскавозь пронизывают сферу радио и телевидения, служба общественного вещания служит ориентиром для всех вещателей.

Он справедливо подчеркивает, что с точки зрения редакционной политики организации СОВ должны постоянно подтверждать свою способность быть голосом всего общества, гарантируя равенство доступа в эфир для широкого спектра мнений путем организации диалога, который позволяет обществу определить свою волю. Они должны формировать тенденции, вынося на обсуждение граждан жизненно важные проблемы.

1.3. ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ — МЕЖДУНАРОДНЫЕ ДЕКЛАРАЦИИ И РЕКОМЕНДАЦИИ В ОТНОШЕНИИ СОЗДАНИЯ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВ

В последние годы ЮНЕСКО, международные союзы средств массовой информации, политические организации провели ряд конференций, рабочих встреч и семинаров, где рассматривались как проблемы, с которыми сталкивается служба общественного вещания, так и деградация стандартов образовательного и информационного вещания, вызванная распространением коммерческого радио и телевидения по всему миру. Однако следует отметить, что применяемая правительствами и медийной отраслью тактика манипуляций, отсутствие у СОВ долгосрочных целей, перемены в социальном поведении людей, стремительные технологические изменения сыграли здесь не последнюю роль. В мире растет осознание того, что мы сталкиваемся с нарастающей эрозией публичной сферы. Коммерческое программирование вещания подчинено одной цели и преследует только ее. Она состоит в том, чтобы увеличивать рекламные поступления и другие доходы, стремясь собирать максимально большие аудитории благодаря крикливой сенсационности, популярности и привлекательности содержания, игнорируя общественные интересы. Повсюду в мире это вызывает опасения, что если не принять срочных мер, для того чтобы остановить прогрессирующее снижение качества вещания, то под угрозой окажутся качество демократии, образования и способность граждан участвовать в решении общественных дел.

В этом разделе будут перечислены декларации и рекомендации, принятые международными организациями и конференциями, которые направлены на улучшение качества услуг службы общественного вещания, призваны оказать содействие ее становлению в странах, где трансформация систем радио и телевидения выводит их из-под государственного контроля.

1.3.1. Кампания «Общественное радио- и телевидение всем»: Международная федерация журналистов (МФЖ) развернула в 2001 г. Всемирную кампанию в защиту служб общественного вещания. Кампания была нацелена на укрепление ценностей службы общественного вещания. Она отстаивает редакционную независимость, качество программ, демократизм и подотчетность системы управления радио и телевидением. Кампания МФЖ служит усилению

профессиональной солидарности сотрудников СМИ, помогает вести диалог с международными правительственными и неправительственными организациями, занимающимися проблемами СМИ.

В рамках этой кампании МФЖ проводит конференции по всему миру. В декабре 2003 г. в Коломбо состоялась конференция «Общественное вещание — вызов для Азии». В ней приняли участие журналистские союзы и ассоциации из 13 азиатских стран. Ими была принята «Декларация Коломбо», которая провозгласила, что сильные независимые союзы журналистов вместе с профсоюзами работников СМИ призваны играть жизненно важную роль в развитии самостоятельной и независимой службы общественного вещания в сфере массовой информации.

25 января 2005 г. Европейская федерация журналистов (ЕФЖ) призвала политиков, органы государственной власти и организации гражданского общества объединиться вокруг манифеста в защиту ценностей публичной службы, в защиту Европейской модели службы общественного вещания. В ее заявлении было подчеркнуто, что 2005 год станет решающим в борьбе за службы общественного вещания, которые сталкиваются с новыми угрозами в условиях либерализации торговли и активности политических знахарей, пытающихся манипулировать общественным мнением.

ЕФЖ утверждает, что политическое и корпоративное вмешательство угрожает основным ценностям, превратившим Европу в мирового лидера общественного вещания. «Усиливающееся давление на публичное финансирование и либерализация торговли оказывают негативное воздействие на средства массовой информации по всей Европе», — считают в ЕФЖ. Частные медиа-корпорации прилагают отчаянные усилия для увеличения своей доли рынка и коммерческих доходов, для чего стремятся положить конец финансированию вещания из публичных фондов. В ЕФЖ уверены, что «если это случится, пострадают Европейская демократия и качество жизни».

ЕФЖ призвала политические партии и парламенты всех стран Европы принять Манифест ценностей службы общественного вещания, который провозглашает:

- Доступ для всех и широкий выбор высококачественных программ, содержащих объективные новости и информацию, программ свободных от политического и коммерческого давления.

- Плюрализм и качество, которые позволяют слышать голоса всех сегментов общества.
- Права собственника принадлежат обществу, а система управления финансово прозрачна и подотчетна общественности.
- Финансирование, гарантирующее свободу от коммерческого и политического контроля и предусматривающее лицензионные платежи либо иные способы независимого финансирования из общественных фондов, которые не подвержены политическим манипуляциям.
- Справедливость в работе, социальная защищенность и защита прав журналистов и всех, кто работает в СМИ.

Дополнительная информация на сайте: <http://www.save-public-broadcasting.org>, www.ifj-europe.org

1.3.2. Декларация Европейской комиссии о государственной помощи:

17 октября 2001 г. Европейская комиссия разъяснила свою позицию по вопросу о государственной помощи организациям службы общественного вещания. Она заявила, что государства-члены в принципе «свободны в определении сферы деятельности публичной службы, способов ее финансирования и организации, в соответствии со своими предпочтениями, историей и традицией». Комиссия, однако, призвала к прозрачности «для того, чтобы оценить соразмерность государственного финансирования и иметь возможность осуществлять контроль в случаях злоупотребления». Комиссия дополнительно зарезервировала за собой свое право вмешиваться «в случаях, когда искажения в конкуренции, вызванные такой помощью, не могут быть оправданы необходимостью выполнения функций публичной службы так, как она определена государством-членом». Это заявление последовало в ответ на жалобу в отношении финансирования службы общественного вещания, поданную в Комиссию частными вещателями, которые рассматривали государственное финансирование организаций службы общественного вещания как практику, нарушающую конкуренцию. Отметив, что в Протоколе к Амстердамскому договору за СОВ закреплена особая роль, которая служит удовлетворению демократических, социальных и культурных потребностей общества в государствах-членах, Комиссия предложила считать службу общественного вещания публичной службой, представляющей всеобщий интерес, чье финансирование, когда оно осуществляется из государственных источников, равносильно помощи со стороны государства, которую

Комиссия вправе контролировать для недопущения «злоупотреблений и установления чрезмерных компенсаций».

Дополнительная информация на сайте: <http://europa.eu.int/rapid/pressReleases Action.do?reference=IP/01/1429>

1.3.3. Африканская хартия вещания: По случаю Десятой годовщины Виндхукской декларации о развитии независимости и плюрализма прессы в Африке с 3 по 5 мая 2001 г. ЮНЕСКО организовала еще одну Виндхукскую конференцию «Десять лет спустя: Оценки, Вызовы и Перспективы». На этой конференции было заявлено, что правовая основа радио- и телевещания должна включать в себя четкое изложение принципов регулирования вещания, включая уважение свободы слова, разнообразия и обеспечения свободного потока информации и идей, а также системы трех опор: службы общественного вещания, коммерческой и коммунальной. Хартия была предложена Южноафриканской Ассоциацией Вещателей (SABA).

Дополнительная информация на сайте: <http://www.africafilmtv.com/pages/charterl.htm>

1.3.4. Декларация Аккры: С 16 по 18 сентября 2002 г. в Аккре (Гана) под эгидой международной организации «Статья19» и Фонда СМИ для Западной Африки (MFWA) состоялась конференция, посвященная службе общественного вещания в Западной Африке. Среди ее участников были руководители организаций СОВ, главы агентств, регулирующих радио- и телевещание, региональные организации СМИ, специалисты по СМИ и иные заинтересованные лица регионального уровня. На встрече обсуждалась необходимость того, чтобы реформа службы общественного вещания в Западной Африке отразила и поддержала новую демократическую расстановку прав и обязанностей, помогая участию населения в решении общих дел.

Декларация конференции включала: рекомендации относительно статуса и мандата организаций службы общественного вещания, независимость организаций, регулирующих деятельность радио и телевидения, принцип редакционной независимости и обязанность организаций СОВ обеспечить предоставление публике адекватной и беспристрастной информации, особенно в период выборов.

Дополнительная информация на сайте: <http://www.article19.org/docimages>

1.3.5. Рекомендации Алматы: в феврале 2003 г. в Алматы (Казахстан) Азиатский институт развития вещания (AIBD) и Фонд Фридриха Эберта организовали семинар по вопросу о службе общественного вещания в республиках Центральной Азии. Семинар проводился в рамках представления о том, что СОВ вносит важный вклад в развитие демократии в Центральной Азии, предоставляя средства для строительства неформального гражданского общества, которое уважает плюрализм и сохраняет национальную идентичность и культуру.

Участники семинара рассматривали СОВ как полезный, мощный и эффективный инструмент поддержки образовательного и культурного потенциала народа, который предоставляет людям объективную и заслуживающую доверия информацию. В этом контексте рекомендации отдельных участников отражали мысль о том, как следует продвигать, рекламировать и популяризовать общественное радио и телевидение в глазах властей и населения в качестве независимого вещательного органа.

Дополнительная информация на сайте: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=14213& URL_DO= DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

1.3.6. Декларация Бангкока: с 27 по 28 мая 2003 г. в Бангкоке (Таиланд) прошла первая конференция Министров информации и телерадиовещания Азиатского и Тихоокеанского регионов, организованная Азиатско-Тихоокеанским институтом развития вещания. Она прошла в формате тематической дискуссии и регионального подготовительного совещания перед Всемирным саммитом по вопросам информационного общества, Женева, 2003 г.

Конференция приняла ряд рекомендаций о службе общественного вещания, охватывающих роль СОВ, вопросы регулирования СОВ и особенности спонсорства на СОВ, адресованные органам государственной власти.

Дополнительная информация на сайте: <http://www.mcot.org/specialevent/index2.html>; <http://www.aibd.org.my/>

1.3.7. Амманская декларация: с 15 по 17 июля 2003 г. в Аммане (Иордания) ЮНЕСКО в сотрудничестве с МФЖ, «Статьей 19», Вещательным союзом арабских государств (ASBU) провели региональ-

ный рабочий семинар на тему «Служба общественного вещания и гражданское общество в арабском регионе». Его основной целью был обмен опытом, призванный содействовать продвижению концепции службы общественного вещания.

Этот рабочий семинар также принял ряд заявлений и рекомендаций, направленных на развитие организаций СОВ «во всех странах региона как важного элемента укрепления общества, участия граждан в общественной жизни и устойчивого демократического развития».

Дополнительная информация на сайте: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=14213&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

1.3.8. Деятельность AIBD: Азиатско-Тихоокеанский институт развития вещания осуществляет разнообразную деятельность по продвижению СОВ в регионе и за его пределами в сотрудничестве с соответствующими региональными организациями. В 2004–2005 годах AIBD был одним из соорганизаторов Азиатской встречи на высшем уровне по вопросам СМИ. На десятках учебных и рабочих семинаров по правовым, административным и финансовым аспектам деятельности СОВ обсуждались определяющие черты службы общественного вещания как службы, чьи услуги оплачивает само общество, которое является ее собственником и контролером, службы, предоставляющей программный продукт, который служит общественным интересам, а также необходимость ведения разъяснительной работы среди тех, кто принимает решения: политиков, законодателей, регуляторов и операторов. Были разработаны полезные рекомендации, в частности, что менеджеры должны использовать новые управленческие технологии и стандарты в интересах СОВ и изучить возможность внедрения «процедур сертификации качества». Другая рекомендация предлагала, чтобы тем, кто осуществляет общественное вещание, было гарантировано право применять новейшие коммуникационные технологии, такие как предоставление услуг в режиме онлайн. СОВ должно использовать новейшие информационные и коммуникационные технологии как услуги с добавленной стоимостью, в соответствии с мандатом и ролью службы общественного вещания.

Дополнительная информация на сайте: <http://www.certimedia.org/news.htm>; <http://www.aibd.org.my/>

При наличии четко очерченных дефиниций и сложившихся принципиальных подходов к основным характеристикам, роли, функционированию и механизму финансирования службы общественного вещания международное сообщество призвано решить задачу поиска необходимой мотивации и побудительных причин для создания, сохранения и развития жизнеспособных организаций общественного вещания по всему миру. В оставшейся части справочника будут представлены примеры «удачного использования» возможностей СОВ, которые, как мы надеемся, вдохновят тех, кто привержен делу создания системы подлинно общественного вещания, огражденной от коммерческого и правительственного вмешательства.

1.4. ИСТОЧНИКИ

1.4.1. Публикации

- *Abramian, D. (2001). The decline and fall of public service broadcasting. Cambridge, Mass, USA.*
- *Blumler, J. (1992). Public service broadcasting before the commercial deluge: Television and the Public Interest, p 7–21. London: Sage.*
- *EU (2001, 17 October). Commission clarifies application of State aid rules to PSB. Brussels, Belgium: EU.*
- *Holland, P. (2003). Conceptual Glue: Public service broadcasting as practice, system and ideology. Paper presented to MIT3 Television in Transition conference, MIT, Massachusetts, USA.*
- *Khan, A. W. (2003). Introductory remarks to the World Electronic Media Forum, workshop on PSB, 11 December, Geneva.*
- *McChesney, R. (1997). The mythology of commercial broadcasting and the contemporary crisis of public broadcasting. University of Wisconsin, USA.*
- *Mendel, T. (2000a). Public Service Broadcasting Organisations. London: Article 19.*
- *Mendel, T. (2000b). Public Service Broadcasting, a comparative Legal Survey. Kuala Lumpur, Malaysia: AIBD.*
- *Mooney, P. (2004). Public service broadcasting. Report by the Committee on Culture, Science and Education, Parliamentary Assembly of the Council of Europe, Brussels, Belgium.*

- *Raboy, M. (1999)*. The world situation of Public Service Broadcasting. *In* Public Service Broadcasting in Asia: Surviving in the new information age. *Singapore: AMIC*.
- *Raboy, M. (Ed) (1996)*. Public Broadcasting for the 21st century. *Academia Monograph 17. UK: University of Luton Press*.
- *Stevenson, N. (2002)*. Understanding media cultures. *Sage*.
- *Tongue, C. (1996)*. *The future of public service television in a multi-channel digital age*, report to the Committee on Culture, Youth, Education and the Media of the European Union. From www.poptel.org.uk/carole-tongue/pubs/PSB_b.html
- *UNESCO (1995)*. Public Service Broadcasting: Cultural and Educational Dimension. *Paris, France: UNESCO*.
- *Wolton, D. (nd)*. L'audiovisuel public en danger: *Paris. Les rapports du Sénat no.162*
- *WRTVC (2001)*. Public Broadcasting: How? Why? *Paris: UNESCO*.

1.4.2. Веб-сайты:

- African Charter on Broadcasting: <http://www.africafilmtv.com/pages/charterl.htm>
- Article 19: <http://www.article19.org>
- Asia Pacific Institute for Broadcasting Development <http://www.aibd.org.my/>
- European Federation of Journalists: www.ifj-europe.org
- Proceedings of the first conference of ministers of Information and Broadcasting in Asia-Pacific, Bangkok, May 2003: <http://www.mcot.org/specialevent/index2.html>
- Public Broadcasting for All, International Federation of Journalists: <http://www.save-public-broadcasting.org>
- Public Service Broadcasting in Europe: www.mediator.online.bg/eng/broadc.html
- Public Service Broadcasting: www.museum.tv/archives/etv/P/htmlP/publicservicb/publicserviceb.htm
- Report on the workshop on Public Service Broadcasting, Patan, Nepal, May 2000: <http://www.panos.org.np/resources/reports/PSB.htm>
- The Southern African Broadcasting Association <http://www.saba.co.za/>
- The European Institute for the Media: <http://www.eim.org/ComPol/Projects/print.content.php3?ID=2>
- The Report on the Review Committee on the Working of Pasar Bharati: <http://www.scatmag.com/govt%20policies/rcpb1.htm>.

- UNESCO website on PSB: http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=1525&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- Windhoek Charter on Broadcasting in Africa: <http://www.article19.org/docimages/1019.htm>

¹ Marc Raboy, *The world situation of Public Service Broadcasting, Public Service Broadcasting in Asia: Surviving in the new information age*, Ch1, AMIC, Singapore (1999).

² WRTVC, *Public Broadcasting: How? Why?*, UNESCO, Paris (2001).

2.1. ВВЕДЕНИЕ

При определении в предыдущей главе службы общественного вещания (СОВ) нами было заявлено, что составной частью такой службы является приверженность принципам управления во благо общества, уважения прав человека, активного участия в делах общества на основе всесторонней информации. В эпоху глобализации мир перегружен информацией. Большая ее часть ориентирована на соединение информации с развлечением и индивидуалистична по своей природе. В этих условиях СОВ призвана сыграть особую роль в оценке поступающей информации и служить точкой отсчета. Справиться с этой работой хорошо, без проявлений тенденциозности или узколобой избирательности — непростая задача. Используя принятую в академических кругах терминологию, речь идет о переориентации «публичной сферы».

Очень важно создать надлежащее окружение, которое способствует успеху СОВ. Для этого нужно, чтобы все, кто трудятся в СМИ и пользуются ими, приобрели навыки грамотности в области СМИ. Признание концепции существования «общественного пространства» является важным элементом помещения службы общественного вещания в надлежащий контекст. Это означает признание того, что вещатели службы несут социальную ответственность, выходящую за рамки их корпоративных целей.

Помимо обязательств, которые «надлежит выполнять» (речь о них пойдет в главе 5), оптимальное использование общественного пространства открывает целый ряд возможностей, связанных с грамотностью в области СМИ. Если само присутствие на информационном поле множества игроков от службы общественного вещания уже является ценностью, то дополнительная польза от СОВ заключается в возможности занимать гражданскую позицию, не прячась за технологические ухищрения, которые предоставляют доступ к информации только экспертной или маргинальной аудитории.

Сказанное предполагает, что все участники вещания, в особенности игроки от СОВ, делятся техническими средствами, облегчающими доступ к радио и телевидению обычным гражданам, а также режимом регулирования, который является основной гражданской отдачей от существования СОВ. К таким средствам относятся:

- Электронные путеводители по программам.
- Технологии, обеспечивающие участие в интерактивном режиме.

- Программы, предназначенные для детей, этнических меньшинств, иных заинтересованных групп, которые нуждаются в специальных мерах для полноценного гражданского участия и обмена информацией (в случае с детьми речь идет также о мерах по их защите от нежелательного содержания, присутствующего в материалах радио- и телевидения).
- Освещение деятельности правительственных учреждений на радио и телевидении (рассматривается в главе 6).

2.2. ЛУЧШИЕ ОБРАЗЦЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УЧРЕЖДЕНИЙ СЛУЖБЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ В КОММЕРЧЕСКОМ ОКРУЖЕНИИ

Индия и Соединенное Королевство представляют собой два разительно отличающихся друг от друга примера того, как учреждения СОВ могут довольно успешно реагировать на вызов, бросаемый им деятельностью многоканального коммерческого вещания. Греция являет собой пример опасностей, подстерегающих СОВ при увлечении коммерческой стороной дела, тогда как Канада является примером среднего пути к эффективной службе общественного вещания.

БОКС 2.1.

ПРОГРАММЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ НЕ ДОЛЖНЫ СТРОИТЬСЯ НА САМОКУПАЕМОСТИ

На самом деле мы не собираемся соглашаться или не соглашаться с суждениями о желательности самокупаемости программ. Наша точка зрения заключается в том, что аудитории должен быть предложен некий набор программ. В него входят следующие категории: новости, текущая информация, драма, спортивные и детские передачи, документальные фильмы, развлекательные передачи и передачи на ирландском языке, а также развлекательные передачи, то есть весь спектр. В той мере, в какой наши ресурсы позволяют сочетать финансирование из публичных фондов и рекламу, мы разработали сетку, которая решает эту проблему. У нас была и до сих пор осталась высокая составляющая новостей и текущей информации в пиковое время для любого канала, который принимают в Ирландии, откуда бы они ни исходили, включая и хорошо финансируемые Британские каналы. У нас идут программы

на ирландском языке в пиковое время по нашему основному каналу. Мы стараемся смотреть на спорт не столько как на товар, сколько как на проявление культуры народа. Мы соперничаем с коммерческими каналами за право показа спортивных событий также как и все.

—*Bob Collins, CEO, RTE, Ireland*¹

2.2.1. Индия: в партнерстве с конкурентами

В 1995 г. ведущая индийская телевизионная сеть Доордаршан (ДиДи) /Doordarshan (DD) / договорилась с CNN, что программы CNN будут идти на канале круглосуточного вещания «24-hour DD-Channel», в рамках которого собственные программы ДиДи будут занимать два часа. CNN получила доступ к эфиру страны, которого бы она как иностранный вещатель получить не могла, а взамен Доордаршан получила материалы, авторские права или право распоряжения которыми принадлежало Тернеру (Turner), обеспечив интерес к двухчасовому блоку собственных целевых программ. Однако через два года CNN вышла из сделки, так как изменения в законодательстве позволили ей вести двадцатичетырехчасовое вещание на собственной сети.

Вторую крупную сделку с иностранным участием Доордаршан подписал в 2000 г. На этот раз с Найн Голд /Nine Gold/, австралийской компанией по производству программ для ЭВМ, о техническом обслуживании вещания в пиковое время, с 19 до 22 часов, в метровом диапазоне на канале ДиДи Метро. Доордаршан выиграл дополнительно от улучшения качества вещания и правительственной поддержки, так как правительство обязало кабельных операторов распространять сигнал ДиДи. Коммерчески доходы по сравнению с 1991–1992 гг. практически удвоились к 1996–1997 гг.² Минусом стало то, что, увеличив свою привлекательность для среднего класса и городских избирателей, Доордаршан уменьшил число программ, предлагаемых сельским зрителям, пострадали также развивающие и образовательные программы.

Итак, в контексте соперничества с новыми индийскими коммерческими каналами (общенациональными и региональными), а также с западными и японскими транснациональными вещательными корпорациями, решением для Доордаршан, в терминах СОВ, стало разноеобразное творческое партнерство с конкурентами.

2.2.2. Два аспекта Британского опыта

Судя по британскому опыту, служба общественного вещания действует наиболее успешно на рынке, который не является ни чрезмерно, ни слабо конкурентным. Соединенному Королевству, по-видимому, удалось найти средний путь между двумя крайностями. Главным фактором успеха стало присутствие по крайней мере одного крупного игрока СОВ, который не соперничал за финансирование с коммерческим сектором.

2.2.2.1. «Дуополия» БиБиСи/АйТиВи: Контекст, в котором существовала и развивалась БиБиСи, был совсем иным, когда компания впервые столкнулась с конкуренцией в середине 50-х годов прошлого века. БиБиСи не занималась рекламной деятельностью, а ее финансирование осуществлялось из публичных фондов, благодаря лицензионным платежам за радиоприемники и телевизоры, так что ее доходам ничего не угрожало. Когда в результате правительственной политики (Закон 1955 г.) появилось независимое телевидение, БиБиСи как вещатель, имевший прочные позиции, был заранее извещен об изменении правил игры и сроках перемен. Новые коммерческие игроки получили привилегию на вещание в результате прозрачного процесса приобретения лицензии на региональной основе. Получение лицензии было связано с выполнением общенациональных и региональных обязанностей службы общественного вещания.

Конкуренция, первоначально смягченная этими обстоятельствами, привела к оживлению содержания и расширению программного ряда, предлагаемого БиБиСи. Новые игроки в сфере общественного вещания выпускали пользующиеся большой популярностью еженедельные обзоры текущих событий, такие как «На неделе», «В мире». Позднее, некоторые критически настроенные авторы писали, что тридцатилетняя «дуополия» БиБиСи и АйТиВи представляла собой «мягкое», бесконкурентное соперничество, противоречащее общественным интересам, так как прочие вещатели, в том числе и появившийся в 1985 г. «Четвертый канал», не могли ни разделить с БиБиСи финансирование из публичных фондов, ни конкурировать с ней.³

Однако большинство считало, что отдельный режим финансирования БиБиСи и вытекающая из него стабильность способствуют лучшему функционированию службы общественного вещания, особенно в ситуации растущего сектора независимых производителей, на

котором другие рыночные игроки предлагают программы того же типа, что изготавливаются службой общественного вещания, и конкурируют с ней.

2.2.2.2. «Четвертый Канал»: Относительную безопасность позиции БиБиСи в Соединенном Королевстве, несмотря на конкурентное давление на него в сфере общественного вещания, демонстрирует «Четвертый Канал». Канал, начавший вещание в середине 1980-х годов, был задуман как средство обогатить программный ряд для телевизионного общественного вещания изнутри коммерческого сектора и снабдить его вторым каналом, чтобы сбалансировать двойное предложение от телевизионных каналов БиБиСи1 и БиБиСи2. Заказы на программы должны были поступать от независимых продюсеров, опять-таки, чтобы уравновесить могущество внутренних продюсеров-издателей, представленных БиБиСи и существующими коммерческими компаниями.

«Четвертый Канал» должен был финансироваться от рекламных поступлений, но на первоначальном этапе получить поддержку за счет налогообложения прибыли действующих коммерческих телевизионных компаний, обладателей лицензии, и гарантированного доступа на выгодных условиях к наземным передатчикам сигнала, что также было своеобразной субсидией. Новости должны были поступать от имеющихся поставщиков — Независимой службы новостей Independent Television News (ITN), которая делала ежевечернюю тридцатиминутную передачу «Новости в десять» для АйТиВи. «Новости Четвертого Канала» — новая шестидесятиминутная программа, которая шла с понедельника по пятницу, быстро завоевала всеобщее одобрение, также как другие инновационные проекты и создание художественных фильмов британского производства за счет целевых инвестиций «Четвертого Канала». Основываясь на этом, «Четвертому Каналу» под руководством Джереми Исаака (Jeremy Isaacs) и его двух преемников, Майкла Грейда и Майкла Джексона (Michael Grade and Michael Jackson), удалось завоевать 10% аудитории британского телевизионного рынка.

Таким образом, из успехов службы общественного вещания (СОВ) на Британский манер можно сделать следующие выводы:

- СОВ добивается лучших результатов в условиях существования множества производителей программ для общественного вещания. По крайней мере на одного или двух держателей лицензии



на вещание должно быть возложено выполнение ключевых обязанностей службы общественного вещания в качестве условия предоставления такой лицензии.

- Разнообразие источников финансирования — реклама, подписка и государственное финансирование — является преимуществом, хотя следует настойчиво предостеречь от смешанного финансирования для индивидуальных вещателей, так как без независимой составляющей вся конструкция СОВ может рухнуть.
- Смесь внутреннего и внешнего производства помогает обогатить текстуру и тональность программ, позволяет выстроить конкурентоспособный рынок продукции для публичной службы вещания.
- Широкая гамма дистрибуции: наземные передающие станции, кабельные сети, спутники, новые способы распространения — все это содействует диверсификации и новаторству предложения продукции СОВ.

В других частях Европы старые игроки на площадке службы общественного вещания финансируются из смешанных источников. Так обстоят дела в Австрии, Франции, Германии, Греции, Ирландии, Голландии, Португалии, Испании и Швейцарии.⁴ Выход на площадку коммерческих игроков оказал самое разное, иногда диаметрально противоположное воздействие на организации СОВ, оказавшиеся уязвимыми из-за смешанного финансирования. Как показал случай с Грецией, существующий крупный вещатель может быть загнан в безопасное, но весьма ограниченное пространство выполнения функций публичной службы, в своего рода гетто для СОВ.

2.2.3. НАПУГАННЫЕ КОНКУРЕНЦИЕЙ. ГРЕЧЕСКИЙ ОПЫТ

2.2.3.1. Греция, телевидение Эллады: В Греции до 1990 г. было только два телевизионных канала — Е.Т.1 и Е.Т.2. Оба финансировались государством из публичных фондов. Потом появились два коммерческих канала — «Мега» (Mega) и «Антенна» (Antenna). В дополнение к государственному финансированию, Е.Т.1 и Е.Т.2 в течение длительного времени получали существенный доход от рекламы. В 1988 г. оба канала совместно получили от рекламы более 65 миллионов евро. В конце 1990 г. их рекламный доход уменьшился до чуть более 20 милли-

онов, и упал до менее 9 миллионов к 1991 г. К тому времени «Мега» и «Антенна» аккумулировали у себя 85,6% всей телевизионной рекламы, а доля государственных каналов сжалась до 8,3%.

На первом этапе соперничества за зрителя продукт Е.Т.1 и Е.Т.2 по своему содержанию совпадал с контентом коммерческих каналов — греческие фильмы, иностранные полицейские сериалы, комедии положений и игровые шоу. Е.Т.1 и Е.Т.2 сохранили основной набор документальных и детских программ, но попали в «порочный круг» смешанного финансирования. Уменьшение аудитории вызвало снижение интереса рекламодателей, а падение доходов сказалось на финансировании программ и их привлекательности. Е.Т.1 и Е.Т.2 постарались сосредоточиться на производстве программного продукта, свойственного только службе общественного вещания, чтобы оправдать свои претензии на государственное финансирование. В результате они скатились к обслуживанию небольшой фрагментированной аудитории, утратив способность заметно влиять на экологию вещания в Греции.

2.2.4. СРЕДИННЫЙ ПУТЬ К ЭФФЕКТИВНОСТИ СЛУЖБЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ — КАНАДСКАЯ ИСТОРИЯ

2.2.4.1. Канада, СВС: Канадский опыт являет говорящий пример того, как национальная служба общественного вещания, Канадская радиовещательная корпорация (СВС), предприняла удачные шаги в ответ на резкие перемены на рынке. Наибольшее давление на телевизионный рынок в пиковое время (время, когда телевидение смотрит наибольшее количество людей) оказывают программы американского телевидения, которые являются для канадского рынка практически внутренними. Поскольку 90% канадских домов находится менее чем в 100 километрах от американской границы, было время, когда телевизионная продукция американского производства настолько преобладала на СВС, что противодействовать этому с помощью одного законодательства было невозможно.

Ответ Канады на информационный вызов носил двуединый характер. С одной стороны, миссия, возложенная на службу общественного вещания, была подтверждена с использованием формулировок, входящих к законодательству 1968 г. [Закон о вещании 1991 г., статья 3,

подпункты (i), (l),(m)]. Был усилен акцент на потребности национальных меньшинств и равное программирование передач на английском и французском языках. Однако ради достижения результатов, которые не могли дать ни законодательство, ни административное регулирование, руководители канадского радио- и телевидения посчитали необходимым перейти в наступление и на творческом направлении.

СВС и его коммерческие партнеры стали выпускать канадские аналоги американских сериалов, которые ранее наводняли дома канадцев. Контрнаступление оказалось успешным. Позиции были завоеваны не только в Канаде, но и в самих США. СВС удалось продать свои сериалы «Любовь и ненависть» американской телесети NBC, а сериал «На Юг» приобрела другая американская телесеть CBS, тогда как сериал «Робокоп», сделанный Торонтской компанией «СкайВижн» был куплен к показу 170 телестанциями в США и продан в 120 странах. Позади осталось то время, когда, рекламируя свои программы, партнеры СВС, казалось, упрашивали зрителей: «Вы смотрите СВС, пожалуйста, оставайтесь с нами!»

СВС умело использует для экспорта колоссальные потребности мирового рынка англоязычных телепрограмм, активно участвуя в соглашениях по производству программ с партнерами из Соединенного Королевства, Австралии, Новой Зеландии, Ирландии, а также теми, кто был ориентирован на рынок изучающих английский язык в Китае. СВС эксплуатирует также партнерские связи Квебека с материковой Францией в вопросах продвижения французского языка.

Пример стратегического разворота служб общественного вещания в сторону восприятия передового опыта организации и перемен в программировании можно найти еще в двух малых странах. В Новой Зеландии, где через несколько лет после фактического отказа от выполнения функций службы общественного вещания, национальный вещатель сменил курс, возобновив свою деятельность в качестве службы общественного вещания, в несколько переформатированном, но зато гораздо более эффективном виде. В Ирландии, где национальный вещатель, RTE, оказавшись в опасной близости от банкротства и культурной маргинализации, забытый коммерческими конкурентами по обе стороны Атлантического телевизионного пространства, сумел перефокусировать свое программное мышление и ресурсы так, что заслужил одобрение публики и политиков.

2.3. СОЗДАНИЕ СРЕДЫ, СКЛОННОЙ К ЗАКАЗУ ПРОГРАММ НАИЛУЧШЕГО СОДЕРЖАНИЯ И КАЧЕСТВА

Открытие доступа к эфиру службы общественного вещания для независимых производителей программ стало основным элементом создания более благоприятного климата для преуспевания организаций службы общественного вещания в условиях демократии и плюрализма. Поэтому поступление содержания извне является очень важным критерием.

Для формирования наилучшей практики заказа качественного продукта важнейшее значение приобретает то, «какие» передачи заказываются и «как». Заказчики программ должны не только обладать творческой жилкой, чувством нового, быть компетентными и политически независимыми, но и воплощать культурную среду, в которой они находятся. Причем, от них требуется представлять эту культуру и с позиций граждан, и с позиций профессиональных вещателей. При этом им надлежит отрешиться от своих политических пристрастий, чтобы избежать обвинений в высокомерии и утрате связи с реальностью.

Помимо спецификации содержания программ (то есть, какого типа передачи включаются в программу и с какой целью), уточняется процедура, «как» происходит само включение. Это делает предметом обсуждения целый ряд проблем, связанных с набором персонала, его подготовкой, соответствующими профессиональными кодексами производства и редактирования программ.

В 2003 г. ЮНЕСКО заказало Ассоциации телерадиовещателей Содружества (СВА) издание буклета для вещателей на тему: «Руководство для редакторов». В нем изложены основополагающие принципы редактирования, включая честность, раскрытие всех существенных фактов при освещении новостей и в репортажах, соблюдение права слушателей и зрителей знакомиться с разными точками зрения, представленными всеми участниками конфликта и т.д.⁵

2.3.1. Практика БиБиСи: В отношении документов, регламентирующих деятельность вещателей, существуют значительные расхождения в стиле и степени детализации, используемой различными организациями службы общественного вещания. На протяжении многих

лет БиБиСи мало что делало для того, чтобы формализовать, придать огласке или систематизировать руководящие принципы, на которые организация опирается в своей производственной и редакторской деятельности. Конечно, существовало интенсивное обучение и индивидуальные руководства по обучению, часто в письменном виде, когда речь шла о развитии определенных навыков или определении компетенции в решении вопросов. В редакциях БиБиСи есть «отпечатанные на принтере» разъяснения, аккумулирующие мудрые наблюдения старших редакторов. К этим материалам относятся как к полезным справочникам, а не как к обязательным указаниям. Общий подход заключается в том, чтобы стимулировать принятие решений на индивидуальной основе, обращаясь, в случае необходимости разрешения каверзных вопросов программирования, к смеси из принципа и прецедента.

В отношении профессиональных навыков следует выделить умение держать на расстоянии настырных политиков и публику, когда они пытаются вмешиваться в то, что считается «внутренней кухней». Это выглядит как искусная мистификация, вступающая, чем дальше тем больше, в противоречие с принципом подотчетности общественности, который приличествует организации, финансируемой из публичных фондов. Используя принятую в СОВ терминологию, возникла дисфункциональная ситуация, которая много обсуждалась в профессиональной и околопрофессиональной среде. Выход из логического тупика был найден после выпуска БиБиСи еженедельного обзора текущих событий «Панорама», в котором команда, выпустившая передачу, выглядела солидаризирующейся или по меньшей мере сочувствующей картинному захвату Ирландской республиканской армией Ольстерской деревни Каррикморе (Carrickmore), находящейся неподалеку от границы с Ирландской республикой.

Последовавший громкий скандал склонил чашу весов в пользу тех, кто выступал за необходимость формализовать и опубликовать правила и принципы, которыми руководствуются журналисты и продюсеры БиБиСи. За этим последовали интенсивные заседания и «просеивание» напечатанных на пишущей машинке документов, методических разработок для учебных курсов, протоколов заседаний, неформальных записей, накопившихся в редакционных комнатах за многие десятилетия. Из этой работы возник первый свод правил для редакторов и продюсеров БиБиСи 1981 г. Неудивительно, что эти правила многократно редактировались и переиздавались.

2.3.2. Фонд доверительного управления службы общественного вещания (Индия):

Индия ввела схему заказа программ для общественного вещания, где Фонд доверительного управления службы общественного вещания (PSBT) действует в сотрудничестве с Празар Бхарати Корпорейш, национальным вещателем, получающим финансирование из государственных фондов. Фонд предоставляет «Доордаршан телевижн» 52 документальных фильма в течение года. Фильмы, которые соответствуют критериям службы общественного вещания, производятся независимыми изготовителями. Они распространяются по всей территории страны в основном с помощью наземных приемо-передающих станций.

PSBT стремится, чтобы программы производились в соответствии с международными стандартами. С этой целью им были разработаны критерии отбора, которые должны внушать доверие, быть прозрачными и поощрять творческий подход. Они нацеливают на «создание произведений, где четко ставятся вопросы, где освещаются проблемы повседневной жизни людей в сложном меняющемся обществе, произведений, в которых делается попытка глубинного анализа и осмысления происходящего» (PSBT website: <http://www.psbt.org>).

Ежегодно предоставление заказов от PSBT проходит два цикла. В ходе первого цикла собираются предложения по темам, относящимся к народной культуре, скрытому знанию, событиям, вызвавшим перемены. В ходе второго цикла PSBT исследует современные трудности и открывающиеся возможности, с которыми сталкиваются городские жители, выходцы из привилегированного и среднего классов, семьи и местные сообщества, приспосабливаясь к ускоряющемуся процессу перемен. Одновременно PSBT остается открытым к любым нестандартным идеям и предложениям.

В 2004 г. PSBT завершил серию из 30 документальных фильмов, посвященных «Идеям, которые сработали». Замысел сериала — поддержать изобретательство, подхлестнуть воображение, подтвердить приверженность курсу на решение проблем Индии на локальном и национальном уровнях. В фильмах анализировались качества, которые требуются от лидера, проблемы, с которыми ему приходится сталкиваться, а также технические приемы, методы и организации, используемые для их преодоления. Партнером в производстве сериала выступил Департамент административных реформ и рассмотрения жалоб граждан правительства Индии. Сериал будет сопрово-

даться книгой очерков и рядом углубленных телевизионных интервью известного журналиста Раджив Мехротра (Rajiv Mehrotra) с прототипами героев сериала. Интервью будут показаны компанией Доордаршан.

2.3.3. Схема заказа местного контента (Сингапур):

Управление развития средств массовой информации (MDA), правительственный регулятор деятельности СМИ и распорядитель финансирования ввел схему заказа местного контента, призванную поощрять сингапурское производство высококачественных телевизионных передач для жителей Сингапура, которые можно предложить на экспорт, если они будут для этого подходить.

Схема предусматривает деятельность независимых местных телевизионных компаний, которые получают возможность производить и ставить оригинальные телевизионные передачи, которые будут своевременны, основаны на местной проблематике и интересны сингапурской аудитории. Предложения, принятые в рамках схемы, получают финансирование от MDA. В качестве единственного инвестора программы, MDA приобретает все права на программу в полном объеме. Жанры программ включают информационные и документальные передачи, спектакли, программы об искусстве и культурные программы, информационно-образовательные программы или спектакли для детей, программы для этнических меньшинств.⁶

2.4. НЕЗАВИСИМОСТЬ И ДОСТОВЕРНОСТЬ. СЛОЖНОСТЬ ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ

Тема независимости от политиков и групп давления весьма популярна и является сильной картой в политической игре. Дилемма для вещателей и общества состоит в том, что вещатели, пользуясь своей способностью противостоять и не поддаваться внешнему давлению, способностью, которая поддерживается культурной традицией, рискуют выглядеть отстраненными и самонадеянными. Возникает риск утраты той самой репрезентативности, которая лежит в основе достоверности вещателя.

2.4.1. Руководство по реализации принципа независимости

Определение содержания публичной сферы — это не просто умозрительно занятие. Оно влечет за собой серьезные последствия в практическом плане для оптимизации деятельности службы общественного вещания, как то показала дискуссия, идущая в Европе последние десять лет. Существует целый ряд руководящих принципов и установок, а дискуссия строится вокруг выяснения их удельного веса и соотношения между собой.

а) Служба общественного вещания требует, чтобы осуществляющие ее вещательные организации обладали редакционной и управленческой независимостью. Сюда входит свобода программирования, набора персонала, составления финансовой сметы. В культурном и редакционном смыслах данные свободы нашли отражение в международных документах, таких как Всемирная декларация прав человека (Статьи 19 и 29) и Европейская Конвенция по правам человека (Статья 10).

б) Закрепление в праве (законом или иным образом) автономии организаций службы общественного вещания может содержать положение о контроле со стороны управленческих или надзорных структур. Насколько хорошо осуществляются контрольные функции будет зависеть от профессиональных качеств надзирающей и управляющей структуры, от того, как они взаимодействуют друг с другом, в какой мере те самые органы, которые делегировали полномочия, чувствуют себя в праве (на формальном или неформальном уровнях) вмешиваться в бизнес вещателя, от того является ли подобное вовлечение в вещание проявлением соответствующей подотчетности, или оно носит дисфункциональный характер незаконного вмешательства, препятствующего профессиональному управлению службой общественного вещания.

в) Для службы общественного вещания не просто провести разграничительную линию между надлежащей чуткостью к потребностям окружающих и подозрительной услужливостью. Многое зависит от определения или толкования того, что относится к публичной сфере. Внешнее давление может варьироваться от оказания партийного влияния на членов надзорной структуры или менеджера вещателя до действий коммерческой корпорации, пытающейся получить финансовый выигрыш благодаря доступу к эфиру, или профессионального союза, ссылающегося на положения устава или коллективного договора, которые, якобы, нарушаются руководством вещателя по отношению к его членам. Различные точки зрения отражают разные взгляды на пуб-

личную сферу, и, соответственно, ведут к разным суждениям о том, как надлежит действовать в рассматриваемой ситуации.

г) В эпоху, наступившую после 1989 г, когда в СМИ, как и в других сферах деятельности возобладали тенденции к дерегуляции, необходимо выяснить, где находится та точка, по достижении которой сторонники рыночных сил могут выступить против разумного выбора в пользу службы общественного вещания? Являются ли меры в пользу службы общественного вещания исключением, предусматриваемым в рамках мер, направленных против концентрации в поддержку конкуренции, или необходимым шагом по защите публичной сферы от последствий формирования такой коммерческой среды, в которой СОВ окажется не в состоянии конкурировать, лишенная необходимых ресурсов для инвестиций, которых требуют быстрые изменения в технологии вещания? Удовлетворительное решение этих проблем может быть найдено только в обстановке понимания почему и кем ставятся эти вопросы.⁷

2.4.2. В поисках конституционного/ институционального устройства

Ключевым критерием, как видно из данного выше определения, будет автономия организаций службы общественного вещания, которая достигается путем отделения общественного интереса от политических, коммерческих и частных интересов различных групп давления. Это предполагает решение следующих вопросов:

- Как образуется и какими полномочиями наделяется орган, надзирающий за деятельностью службы общественного вещания (СОВ), включая его отношения с представителями законодательной власти, политическими партиями и гражданской службой;
- Отношения между органом по надзору (или его эквивалентом) и менеджментом или исполнительным органом,
- Отношения между председателем надзорного органа и руководителем исполнительного органа, а также отношения между каждым из них и другими членами, входящими в данные структуры;
- Процедуры назначения, демонстрирующие самостоятельность и профессионализм на всех уровнях.

Было бы неверно полагать, что водораздел между странами, которым удалось дистанцировать политику и политиков от управления СМИ, и теми, кто не сумел это сделать, является таким же четким, какими были разграничительные линии во времена железного занавеса. По-

нуждение политиков не вмешиваться, или, как они воспринимают проблему, не добиваться гарантий соблюдения своих интересов, наличествует в системах, используемых во многих странах Западной Европы и Азии.

2.4.2.1. Структура контроля за радио- и телевидением в

Германии: В Германии схема контроля за вещанием была сконструирована так, чтобы избежать возвращения к централизованному контролю. Это было сделано, во-первых, путем отнесения вещания к компетенции земель, которые далеко не все управляются одной и той же партией; во-вторых, благодаря закреплению в правлении телевизионных и радиокompаний представительства политических партий, групп давления и общественных объединений. Так как надзорные органы (правления) играют большую роль в назначении административных советов, то последние склонны сверять с ними линию своего поведения. В различных землях состав надзорных органов моделируется по-своему, но политические партии прямо или косвенно присутствуют во всех моделях.⁸

Политические пристрастия присутствуют не только в управлении отдельными организациями службы общественного вещания, но сказываются на всей вещательной политике. Например, когда привлеченные возможностями, открывающимися в сфере кабельного и спутникового телевидения, коммерческие компании вышли на авансцену вещания, именно земельные правительства, которые возглавляли ХДС/ХСС, шли навстречу вновь пришедшим. СПД (социалисты) в тех землях, где они были у власти, помогли действующим организациям службы общественного вещания запустить новые инвестиционные программы и укрепить свои связи с крупными рекламодателями. Режим финансирования СОВ в Германии носит смешанный характер. Оплот СПД, федеральная земля Гессен, была последней, допустившей частных вещателей на свою территорию.⁹

2.4.2.2. Африканские поиски конструкции, обеспечивающей независимость СМИ: сравнительный опыт Нигерии и Южной Африки

Общественные организации «В повестке дня права СМИ» и «Статья 19», подготовили доклад о законодательных рамках вещания и связи в Нигерии под заголовком «Открытие двери в эфир». Они под-

робно проанализировали роль и полномочия практически вновь созданного регулятора «Национальной Радиовещательной Комиссии» (NBC). Она была учреждена Декретом № 38 1992 г. и дополнена Декретом № 55 в 1999 г. В докладе отмечалось, что одной из важнейших обязанностей NBC является лицензирование частных компаний на радио, телевидении, в сфере кабельного и спутникового вещания. В нем говорилось:

С появлением Комиссии предоставление лицензий частным вещателям стало происходить в обстановке строгой секретности. В результате, по неизвестным причинам выдача лицензий задерживалась либо поступали отказы. За последние несколько лет NBC лишь обнародовал предъявляемые требования и процедуру подачи заявки на выдачу лицензии на вещание, однако сам процесс рассмотрения заявок остается засекреченным. Это находится в разительном контрасте с ЮАР, где весь процесс выдачи лицензий является, как того требует закон, открытым и прозрачным, и допускает участие общественности.

Что бы ни происходило в отдельных странах, лица, принимающие решения, и те, кто их выполняет, видят перед собой четкий набор принципов и обобщение лучших методов работы в сфере информации, которые сформулированы в Виндхукской декларации в качестве образца для подражания (что обсуждалось ранее в главе 1). Рекомендации, высказанные более десяти лет тому назад в мае 1991 г. в адрес печатной прессы в «Виндхукской декларации о содействии развитию независимой и плюралистической африканской прессы», в полной мере применимы и к сфере вещания.

Это один из тех первичных документов, которые стоят в одном ряду с Всеобщей декларацией прав человека, принятой ООН в декабре 1948 г. (Резолюция 217) и Декларацией Сантьяго, принятой на саммите американских государств в апреле 1998 г. Он вводит стандарты и служит основным ориентиром для защитников и сторонников службы общественного вещания, участвующих в многочисленных международных дискуссиях, которые сводят вместе людей с весьма несхожими взглядами на предмет обсуждения.

2.5. СОЗДАНИЕ БЛАГОПРИЯТНОЙ СРЕДЫ: ПРОБЛЕМЫ ПРОЗРАЧНОСТИ

Лучшие методы деятельности в обществе, где гражданская активность основывается на информации, требуют прозрачности в вопросах построения и функционирования вещательных учреждений, процедур назначения на руководящие посты, а также условий проведения тендеров и заключения контрактов с компаниями, действующими в области радио и телевидения.

Выдвигаются аргументы, что при конкретных назначениях следует исходить из принципов конфиденциальности персональной информации и не разглашать имена безуспешных соискателей, при условии, что это уравнивается полной открытостью информации об успешном кандидате и процедурах, приведших к его назначению. Однако далеко не лучшей практикой считается применение исключения о конфиденциальности «персональной информации» в тех случаях, когда речь идет о компаниях, стремящихся получить на основе тендера или иных процедур разрешение на вещание или контракт на поставку. Открытый конкурентный рынок требует раскрытия наименования компаний соискателей, а также основных положений их программы вещания или предложения об оказании услуг.

Политики, юристы, государственные служащие, ученые, изучающие деятельность СМИ, и практики, а также знатоки национальных культур в течение многих лет бьются над созданием таких организационных структур и ведомств, которые позволяют добиться одновременного решения самых разноплановых задач. Лучшие методы достижения таких целей тяжело поддаются обобщению, так как исторические условия и социальный контекст меняются от страны к стране, от культуры к культуре. Однако это не мешает выделить ряд критериев, применимых к любой стране, которая встанет на путь перехода от вещания под государственным контролем к созданию иной экологии вещания, построенной на принципах службы общественного вещания. Такая экология вещания потребует (i) облегчения условий появления самодостаточных вещательных организаций СОВ и (ii) построения такой инфраструктуры регулирования и подотчетности радио и телевещания, в которой организации СОВ, а также иные игроки на поле вещания смогут делать бизнес, служа потребностям аудитории.

2.6. СОЗДАНИЕ НОВЫХ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ВЕЩАНИЯ: ПРОЦЕСС ОЦЕНКИ

Базирующийся в Женеве «Фонд изучения средств информации и общества» при поддержке «Фонда Хосо Бунка» (Япония), ЮНЕСКО, Федеральное управление коммуникации (OFCOM) и Швейцарское агентство развития и кооперации (SDC) взяли на себя инициативу в проведении аудита организаций службы общественного вещания на предмет соответствия стандартам ISAS BC 9001, разработанным исходя из лучших методов деятельности телерадиовещательной индустрии.

Аудит позволяет измерить степень соответствия стандартам, руководствуясь нижеследующим критериям:

- Удовлетворение запросов зрителей и слушателей.
- Качество и точность информации.
- Качество и разнообразие иных видов программного продукта.
- Инновации и творчество.
- Независимость и прозрачность управления.
- Разработка и соблюдение правил профессиональной этики.
- Представленность национальных меньшинств.
- Всеобщность доступа.
- Социальная направленность.

ISAS BC 9001 разрабатывает конкретные показатели применительно к каждому из этих критериев. Любая вещательная организация, которая ставит своей целью соответствие данным стандартам, может подать заявку на проведение аудита независимыми профессионалами, получившими соответствующую аккредитацию. После успешного прохождения аудита «Фонд изучения СМИ и общества» выдает «сертификат соответствия», который действителен в течение трех лет при условии ежегодного подтверждения соблюдения параметров соответствия.

Дополнительная информация: <http://www.certimedia.org/bc9001.htm>

2.7. ИСТОЧНИКИ

2.7.1. Публикации

- *Checkland, M. (1992/1993)*. Public service broadcasting in a time of change. *Diffusion, Winter*, 3–6.
- *Dahlgren, P. (1996)*. The not so staunch defence of Swedish public service broadcasting. *The Public Javnost*, 3(2), 35–49.
- *European Commission. (1997)*. Building the European information society for us all (Final Policy Report of the High-Level Expert Group). *Brussels, Belgium: European Commission*.
- *Jakubowicz, K. (2004)*. Ideas in our heads: Introduction of PSBs as part of media system change in Central and Easter Europe. *European Journal of Communication*, Vol. 19(1), p. 53–74.
- *Kar, E. (1999)*. Emerging models of public service broadcasting. *Media Asia*, 26(2), 105–107.
- *Libios, B. (1994)*. Public service broadcasting: Prerequisite of a democratic society *Diffusion, Summer*, 14–18.
- *Mpofu, A., Manhando, S., & Tomaselli, K. G. (1996)*. Public service broadcasting in South Africa: policy directions towards 2000. *Johannesburg, South Africa: Anthropos Publishers*.
- *Reljic, D. (1997)*. Public service broadcasting and editorial independence: Are there any limits to the freedom of expression? *Balkanmedia*, 6(3), 34–36.
- *Rendell, A., Miner, S., & Balding, R. (2001)*. The way ahead for public service broadcasters. *Commonwealth Broadcaster*, 130, 15–24.
- *Sondergaard, H. (1996)*. Public service after the crisis. *NORDICOM Review*, 1 (Special Issue), 107–120.
- *Syvertsen, T. (1999)*. The many uses of the ‘Public Service’ concept. *NORDICOM Review*, 20(1), 5–12.
- *Tsourvakas, G. (2004)*. Public television programming strategy before and after competition: Greek case. *Journal of Media Economics*, 17(3), p. 193–204.
- *Tuazon, R. (2002)*. *Government Media: rewriting their image and role*, National Commission for Culture and the Arts, Manila. From [http://www.ncca.gov.ph/culture &arts/cularts/others/communication/communication-government.htm](http://www.ncca.gov.ph/culture%20&arts/cularts/others/communication/communication-government.htm)
- *Yaziz, H. (2000)*. TVRI to become a public service station. *Asia Pacific Broadcasting*, 17(12), 18.
- *Smudits, A. (1995, July)*. The cultural and educational functions of public service broadcasting in Western Europe. *International Roundtable on Cultural and Educational Functions of Public Service Broadcasting, Paris*.



- *Ma, Y. (1997, December)*. Public service function of broadcasting in China. *Paper presented at the international conference on the Public Service Functions of Broadcasting: the Asia-Pacific Perspective, Kuala Lumpur.*
- *Diez, R. S. (1998, February)*. Achieving a level playing field between the public and private sectors: The Philippine experience. *Paper presented at the AMIC/CBA/SCS/NTU Conference on Public Service Broadcasting: Thriving in a Diverse Broadcasting Environment, Singapore.*
- *Zaki, S. S. (1998, February)*. Autonomy the key to survival of public service broadcasters. *Paper presented at AMIC/CBA/SCS/NTU Conference on Public Service Broadcasting: Thriving in a Diverse Broadcasting Environment, Singapore.*
- *Mottaghi, J. (1999, April)*. Public service broadcasting and changing environment. *Paper presented at the AMIC Seminar on Media Proliferation: How Can Broadcasters Best Serve the Public Interest? New Delhi.*
- *Rosemary, M. (1999, November)*. Creating public service broadcasting awareness. *Paper presented at Europe-Asia-pacific Dialogue on Public Service Broadcasting, Quezon City.*
- *Rowland, W.D. (1985)*. The struggle for public service broadcasting in the United States. *Media Development, 32(2), 10–14.*
- *Supadhiloke, B. (1999, November)*. Creating public service broadcasting: Awareness. *Paper presented at the international conference of Europe-Asia-Pacific Dialogue on Public Service Broadcasting, Quezon City.*
- *Rumphorst, W. (1999, December)*. The idea and concept of public service broadcasting. *Paper presented at the international conference of Europe-Asia-pacific Dialogue on Public Service Broadcasting, Quezon City.*
- *Ranault, P. (2000, June)*. Five requirements for the development of public service broadcasting in the XXI century. *Paper presented at the AIBD/FES/SBA Meeting on legal, Financial and Administrative Aspects of Public Service Broadcasting, Singapore.*
- *Yeo, T. (2002, June 19)*. Towards a 21st century model of public service broadcasting. *Speech at the Social Market Foundation Conference. Retrieved 19 August 2004, from http://www.conservatives.com/tile.do?def=news.story.page&obj_id=33075&speeches=1*
- *Holland, P. (2003, May)*. Conceptual glue: Public service broadcasting as practice, system and ideology. *Paper presented at the conference of MIT3 Television in Transition, Massachusetts.*
- International Federation of Journalists. (2003, December 3). *Public service broadcasting in Korea must be protected from partisan interests.* Retrieved August 11, 2004, from <http://www.ifj.org/default.asp?index=2140&Language=EN>
- *CIBC (2004, 1 September)*. Service not motivated by dollars. Cook Island new radio 'An essential public service'. *Pacific Media Watch.*

2.7.2. Веб-сайты:

- Constitutional Procedures, Article 19: www.article19.org
- Commissioning, Public Service Broadcasting Trust (PSBT): <http://www.psb.org>
- Commissioning, Media Development Authority (MDA): <http://www.mda.gov.sg>

¹ Colin Peacock, *Public broadcasting the Irish way, report on Mediawatch, Radio New Zealand*—<http://www.mediawatch.co.nz/default%2C414.sm> (2003).

² Shelton Gunaratne, *Handbook of the Media in Asia*, Sage New Delhi, India (2001).

³ Peacock Report, 1989.

⁴ P.J. Humphreys, *Mass Media and Media Policy in Western Europe*, Manchester U.P, UK (1996).

⁵ For more details refer to M. Raine (ed), *CBA Editorial Guidelines*, Commonwealth Broadcasting Association, CBA, London (2004).

⁶ MDA website: <http://www.mda.gov.sg>

⁷ Refer to Stefan Verhulst, *Public Service Broadcasting in Europe*, www.mediator.online.bg

⁸ H. M. Kepplinger, H.M, *Massenkommunikation*. Teuber, Stuttgart (1982).

⁹ A. Williams, *Broadcasting and democracy in West Germany*, Bradford, U.K. (1976).

3.1. ВВЕДЕНИЕ

Регулирование службы общественного вещания является столь же сложным сколь и противоречивым. В последние годы это стало еще более справедливым с учетом глубоких технологических, экономических и финансовых изменений, которые приобрели глобальный характер после падения Берлинской стены. Некоторые из этих перемен поставили под вопрос уместность сохранения традиционного представления об организациях службы общественного вещания как находящихся в собственности государства или управляемых государством громоздких учреждениях, пользующихся нередко исключительным правом выхода в эфир. Развернулась дискуссия вокруг ряда альтернативных подходов. В настоящей главе будет рассмотрен наиболее успешный опыт, накопленный на сегодняшний день, и сделана попытка выделить ключевые моменты ведущегося обсуждения.

«Споры вокруг службы общественного вещания (СОВ) на самом деле не что иное как дискуссия о философских, идеологических и культурных основах общества, а также роли государства и публичного сектора в удовлетворении потребностей отдельных людей и общества в целом. Именно это, а не последствия технического развития, является определяющим фактором при решении вопроса о будущем СОВ».¹

Приведенное выше заявление содержится в докладе Парламентской Ассамблеи Совета Европы. Оно подчеркивает важность принятия соответствующего законодательства для становления и защиты организаций службы общественного вещания по всему миру.

3.2. МОДЕЛЬНЫЙ ЗАКОН ДЛЯ СЛУЖБЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ

«Общество выступает не только потребителем услуг службы общественного вещания и ее казначеем, — утверждает г-н Рампхорст (Rumphorst)² в подготовленном им по заказу МСЭ/ЕСВ/ЮНЕСКО тексте Модельного закона службы общественного вещания, — но и ее контролером. Это соответствует природе публичной службы и не может быть иначе».

Что означает контроль со стороны общества? Это означает, что представители общества добиваются, чтобы организации общественного веща-

ния на практике обеспечивали выполнение функций публичной службы самым эффективным способом. В этих целях законом создаются специальные организации или институты, в которых граждане и объединения граждан могли бы играть активную роль, направляя СОВ и помогая ей выполнять задачи публичной службы. Такие организации могут быть созданы в виде Советов, Коммуникационных Комиссий и т.п.

Подготовленный Рампхорстом³ модельный закон службы общественного вещания включает 18 статей. В них описываются цели и организационные параметры такой службы, ее программная стратегия, доступ к информации и конфиденциальность журналистских источников, право на ответ, система органов организации публичного вещания; контроль за соблюдением требований законодательства, а также переходные положения (действующие при изменении правового положения государственного вещателя в направлении организации публичной службы).

Дополнительная информация на сайте: http://portal.unesco.org/ci/en/file_download.php/5aaba93cbe249941a13c36a

Тоби Мендель недавно подготовил другой модельный закон СОВ по заказу международной организации «Статья 19».

3.3. НАЦИОНАЛЬНОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И МОДЕЛИ СОВ

Модели СОВ различаются между собой в зависимости от применяемых критериев. Применяя структурный критерий, Муни (Mooney)⁴ различает три вида организационных моделей, которые встречаются в Европе:

а) Национально интегрированная организация, как в Соединенном Королевстве, Испании и Италии, где соответственно BBC, RTVE и RAI контролируют все области государственной деятельности в аудиовизуальной сфере.

б) Регионально интегрированные организации. Такая система действует в Германии. Она исходит из интегрированной модели, но отражает особенности политической организации страны, где согласно конституции, полномочия в сфере культуры переданы землям.

в) Фрагментированная структура, как во Франции, где каждый вид аудиовизуального сектора контролируется одним или несколькими самостоятельными публичными операторами.

С точки зрения связей между различными формами организации СОВ и миром политики, Муни⁵ выделяет следующие модели:

- Формально автономные системы, где существуют механизмы, позволяющие дистанцировать принятие решений в области вещания от органов политической власти. Так обстоит дело в Великобритании, Ирландии и Швеции.
- «Политика внутри вещания» — система, где в руководящие органы вещательных организаций включаются представители основных политических партий и аффилированных с ними социальных групп. Так обстоит дело в Германии, Дании и Бельгии.
- «Политика над вещанием» — государственные органы имеют право вмешиваться в решения, принимаемые вещателем. Так обстоит дело в Греции и Италии, а в прошлом — во Франции.

Детали требований, предъявляемых к программам службы общественного вещания, меняются от страны к стране. Возможно, это происходит по причине различий в законодательной технике и традициях, а также в силу особенностей экономических, социальных, культурных, исторических и других реалий, характерных для каждой отдельной страны. Но даже в этих условиях сложились общие стержневые параметры, которые получили всеобщее признание. Они содержатся в различных декларациях, которые были приняты на международных конференциях в последние годы (перечень их приводится в главе 1, и о них будет сказано далее).

Эти принципы получили воплощение в законодательстве по вопросам радио- и телевещания многих стран с сильной системой службы общественного вещания. Вот некоторые примеры.

3.3.1. Соединенное Королевство: Британская радиовещательная корпорация (БиБиСи) была основана в 1926 г. Она действует на основании Королевского патента и до настоящего времени пользуется тем же правовым статусом. Права по Королевскому патенту предоставляются сроком на несколько лет, отсчет последнего десятилетнего периода начался с мая 1996 г.

Королевский патент является разрешением монарха на занятие определенной деятельностью, нередко на эксклюзивной основе. На практике, прерогативы монарха, включая и предоставление Королевского патента, осуществляются исполнительной властью. Проект патента для БиБиСи готовится Государственным секретарем по вопросам на-

ную услугу. На БиБиСи лежит также обязанность сделать так, чтобы она оставалась под постоянным и эффективным внешним контролем, включая встречи с общественностью и семинары. Любым существенным изменениям в предоставлении программных услуг должны предшествовать «соответствующие консультации с общественностью».

Патент предусматривает ряд механизмов, призванных обеспечить восприимчивость БиБиСи к общественным потребностям и ее подотчетность обществу. Статья 12 патента предписывает создание трех Национальных вещательных советов, по одному для Северной Ирландии, Шотландии и Уэльса, тогда как статья 13 предусматривает образование Региональных вещательных советов в каждом регионе Англии, где производится собственная телевизионная продукция. Роль этих советов состоит в том, чтобы консультировать БиБиСи по местным вопросам, но они не обладают какими-либо властными полномочиями в отношении корпорации.

Патент предусматривает создание Совета управляющих. Статья 7 определяет его функции. Они включают в себя утверждение четко очерченных задач и мониторинг их выполнения, обеспечивая, чтобы корпорация отвечала высочайшим стандартам честности, справедливости, а ее продукция — наилучшему соотношению «цена — качество», определяя общую стратегию деятельности различных служб. Согласно ст. 16 патента Внутренняя служба БиБиСи обладает исключительным правом сбора лицензионных платежей за пользование радио- и телеприемниками.

Дополнительная информация на сайте: <http://www.bbc.co.uk/>

3.3.2. Япония: Со времени появления закона «О вещании и беспроводной телеграфии» в 1950 г. радио- и телевизионное вещание в Японии эволюционировало в условиях сосуществования публичного вещателя ЭнЭйчКей (NHK) с различными коммерческими вещательными станциями, для которых источником дохода служили поступления от рекламы. Будучи первоначально инкорпорированной в виде общенациональной вещательной организации Nippon Hoso Kyokai, известная как ЭнЭйчКей, была перерегистрирована по правилам закона «О вещании...» 1950 г. как народная станция. Главная особенность закона «О вещании...» состоит в том, что независимость ЭнЭйчКей гарантируется юридически как в отношении условий ее деятельности, так и корпоративной структуры.

Одним из ключевых элементов данного закона служит положение, призванное защитить финансовую самостоятельность ЭнЭйчКей, что становится возможным благодаря системе платного приема. Зрители просят оплачивать не конкретные программы, которые они смотрят, а деятельность ЭнЭйчКей в целом. Закон «О вещании...» предусматривает, что плату за прием сигнала в равном размере вносит каждая семья в Японии, имеющая телевизор.

Закон «О вещании...» четко закрепляет самостоятельность ЭнЭйчКей в программировании своих передач. Параграф 2 ст. 3 определяет условия, в соответствии с которыми вещатели в Японии должны строить свои программы. От них требуется:

- поддерживать общественную безопасность, добрые нравы и хорошее поведение;
- сохранять политическую беспристрастность;
- представлять новости, не искажая факты;
- давать представление о самом широком, по возможности, наборе точек зрения при рассмотрении спорных вопросов.

Закон «О вещании...» обязывает далее вещателей создавать консультативные комитеты, призванные обеспечить соответствие вещания предписываемым стандартам. В случае с ЭнЭйчКей такие комитеты осуществляют мониторинг передач общенационального, регионального и международного вещания. Мнения, представленные каждым таким комитетом, находят отражение в программах ЭнЭйчКей.

Дополнительная информация на сайте: <http://www.nhk.or.jp>

3.3.3. Австралия: Национальной службой общественного вещания в Австралии является Австралийская радиовещательная корпорация (ЭйБиСи). Управление ею осуществляется в соответствии с законом «Об Австралийской радиовещательной корпорации» 1983 г. ЭйБиСи обязана соблюдать ряд положений, определяющих профиль станции, а ее программы должны воспитывать «чувство национальной принадлежности».

Закон содержит устав ЭйБиСи, где сформулированы ее корпоративные функции. Среди них:

- обеспечение функционирования в Австралии полноценной инновационной вещательной службы самого высокого уровня;
- передача программ, которые воспитывают чувство национальной принадлежности, информируют и развлекают, отражая культурное многообразие австралийского общества;

- передача программ образовательного характера;
- направление в страны за пределами Австралии программ новостей, обзоров текущих событий, развлекательных и культурно-развлекательных программ, которые:
 - улучшают представление об Австралии, содействуют международному пониманию австралийского взгляда на международные дела;
 - позволяют австралийским гражданам, живущим или путешествующим за пределами Австралии, получать информацию о положении дел в Австралии и об австралийском взгляде на международные дела.
- Поощрение и содействие музыкальному, драматическому и иным видам искусств в Австралии.

В статье 78 Закона предусмотрено, что если это диктуется национальными интересами, министры уполномочены давать директивные указания Корпорации в поименованных ниже случаях:

- Если министр полагает, что телевизионное сообщение о данном конкретном вопросе со стороны Корпорации служит национальным интересам, министр может направить Корпорации указание передать сообщение с использованием всех национальных вещательных служб или только той их части, которая указана в директиве. Если такая директива отдана, Корпорация обязана передать сообщение бесплатно в том виде, как оно изложено в директиве.
- Когда министр направляет указание Корпорации на основании данной статьи, он обязан сделать мотивированное заявление, в котором излагаются детали и причины ее направления. Директива должна поступить в обе палаты парламента в течение семи дней заседания соответствующей палаты после того, как директива была отдана.
- За исключением случая, предусмотренного настоящей статьей или специальным положением другого нормативного акта, Корпорация не может быть объектом директив со стороны или от имени правительства.

Дополнительная информация на сайте: <http://scaleplus.law.gov.au/html/histact/10/5029/0/HA000100.htm>

3.3.4. Индия: Закон Prasar Bharati 1990 г. (О Радиовещательной корпорации Индии):

Устанавливает основы деятельности службы общественного вещания в Индии. В статье 12 Закона закреплены функции и полномочия Корпорации. В ней говорится:

- Первостепенным долгом Корпорации является организация и предоставление услуг общественного вещания для того, чтобы информировать, образовывать и развлекать население, а также обеспечить сбалансированное развитие радио и телевидения.
- При осуществлении этих функций Корпорация должна ставить перед собой следующие цели:
 - поддерживать единство и территориальную целостность страны, а также ценности, воплощенные в ее конституции;
 - обеспечивать право граждан на свободную, правдивую и объективную информацию по всем внутренним и международным вопросам, представляющим общественный интерес, предоставлять справедливую и сбалансированную информацию, включая изложение оппозиционных взглядов, не отдавая предпочтение какому-либо мнению или собственной идеологии;
 - уделять особое внимание образованию и распространению грамотности, сельскохозяйственных знаний, вопросам развития села, охраны окружающей среды, здравоохранения и благополучия семьи, вопросам науки и техники;
 - обеспечивать адекватное освещение разнообразных культур и языков в регионах страны путем передачи соответствующих программ;
 - освещать спортивные соревнования и игры так, чтобы развивать здоровое соперничество и спортивный дух;
 - информировать и стимулировать восприимчивость национального сознания к проблемам положения женщины в обществе и ее равноправия;
 - содействовать социальной справедливости, бороться с эксплуатацией, неравенством, такими пороками, как исключение из жизни общества касты неприкасаемых, повышать благосостояние беднейших слоев населения;
 - оказывать услуги сельским жителям и малоимущим, проживающим в пограничных, отсталых и отдаленных районах;
 - предоставлять специализированные программы с учетом потребностей этнических меньшинств и племенных сообществ.

Дополнительная информация на сайте: <http://indiancabletv.net/prasarbharatiact.htm>

3.3.5. Франция: Во Франции, в отличие от большинства других стран, служба общественного вещания осуществляется несколькими государственными компаниями. Они были созданы на основании Закона о свободе коммуникации 1986 г., который регулирует их деятельность. Сейчас основные функции регулирования возложены на Высший аудиовизуальный совет, который является независимым от правительства регулирующим органом, созданным на основании Закона 1989 г.

На нормативные акты, регулирующие радио- и телевизионное вещание, распространяются положения ст. 11 Декларации прав человека и гражданина 1789 г., которые гарантируют свободное выражение мыслей и мнений. В стране действует шесть национальных программных компаний. Пять были созданы в силу закона 1986 г. и одна — по закону 1994 г. Три из них — это телевизионные компании: Франс 2, Франс 3, Пятый канал, и три — радиокomпании: Радио-Франс, Радио-Франс Утре-мер, вещающие на заморские департаменты, и Радио Франс Интернациональ, вещающее на зарубеж.

Представления о сбалансированности коммерческого вещания, действующего, скорее, в качестве публичной службы, нежели обычного коммерческого предприятия, очень сильны во Франции. Основные элементы мандата публичной службы содержатся в статье 1 закона 1986 г. В ней, среди прочего, предусматривается, что Высший аудиовизуальный совет (CSA) гарантирует независимость и беспристрастность организаций службы общественного вещания и обеспечивает передачу всеми вещателями качественных и разнообразных программ, поощряет национальное аудиовизуальное производство, распространение французского языка и культуры.

Выполнение многих обязанностей службы общественного вещания, предусмотренных законом 1986 г., возлагается как на частных вещателей, так и на вещателей, финансируемых из государственных фондов. Ст.15 возлагает на CSA ответственность за то, чтобы программы частных и публичных компаний не причиняли вреда детям и юношеству. Ст.14 строго запрещает политическую рекламу. Ст.20 требует от компаний, занимающихся производством программ, содействовать национальному аудиовизуальному производству.

Правовое положение пяти национальных компаний по производству программ, созданных в соответствии со ст.44 закона 1986 г., является

одинаковым. В каждой из них учреждается совет директоров, состоящий из 12 членов. Срок полномочий директора — три года. По одному директору назначает каждая из палат парламента, четверо являются представителями государства, четырех квалифицированных специалистов назначает Высший аудиовизуальный совет, а двое являются представителями служащих компании. Такая структура призвана обеспечить представительство в руководстве национальных компаний всего общества в целом и не допустить чрезмерного влияния какой-либо одной его части.

Регулирующими полномочиями в отношении вещания во Франции наделены три органа: парламент, правительство и Высший аудиовизуальный совет. Парламент обладает общей компетенцией определения правовых рамок деятельности организаций радио- и телевещания, но его непосредственный контроль над ними ограничен. Парламент обладает значительными финансовыми полномочиями, а также может принимать решения в отношении телевизионного показа заседаний парламента. Основным источником финансирования деятельности организаций службы общественного вещания во Франции служат ежегодные лицензионные платежи, которые платят владельцы телевизоров. Ежегодно парламент устанавливает ставки таких платежей и утверждает распределение собранных средств между различными национальными компаниями по производству программ.

Помимо назначения председателей совета директоров и части их членов, Высший аудиовизуальный совет не имеет права вмешиваться в повседневное управление национальных компаний по производству программ. Он уполномочен устанавливать общеобязательные правила поведения вещательных организаций во время выборов, регулировать осуществление права на ответ и передачу сообщений, исходящих от политических партий, национальных объединений и профессиональных организаций.

Дополнительная информация на сайте: <http://www.csa.fr/>

3.3.6. Канада: Согласно конституции Канады регулирование вещания относится к сфере федеральной компетенции с учетом его общенационального значения. Краеугольным камнем режима вещания является закон «О вещании» 1991 г. Он определил цели вещания и принципиальный подход к его организации. Закон учредил независимое административное агентство «Канадское радиотелевещание» и

Комиссию по телекоммуникациям (CRTC). На агентство возлагается практическое осуществление национальной политики в сфере радио- и телевидения. Статья 3 (b) Закона о вещании предусматривает, что «система радио и телевидения в Канаде должна реально находиться в собственности и под контролем канадцев для того, чтобы охранять, обогащать и приумножать духовность Канады культурно, политически, социально и экономически».

Закон о вещании учредил также Канадскую радиовещательную корпорацию (CBC) как организацию, выполняющую функции службы общественного вещания Канады. Мандат CBC изложен в ст. 3.1. (m). Организация национальной службы общественного вещания учреждается для того, «чтобы предоставлять радио- и телевизионные услуги, включающие самый широкий выбор программной продукции, которая информирует, просвещает и развлекает». И более конкретно, «программы, предоставляемые корпорацией должны быть преимущественно и отчетливо канадскими. Она должна показывать Канаду и ее регионы национальной и региональной аудиториям, удовлетворяя специальные потребности регионов, на деле содействовать свободному потоку информации и обмену произведениями культуры на английском и французском языках, отражать своеобразие потребностей и обстоятельств жизни каждого из сообществ, говорящих на одном из двух официальных языков, с учетом особых потребностей английских и французских языковых меньшинств в каждом конкретном случае, стремиться к передачам равного качества на английском и французском языках, содействовать формированию общего национального самосознания и идентичности, быть доступной на всей территории Канады наиболее удобным и эффективным способом, а по мере поступления ресурсов на эти цели отражать многокультурную и многорасовую природу Канады».

С другой стороны, миссия CBC как вещателя состоит в том, чтобы «рассказывать о Канаде и отражать канадские реалии». Несмотря на обширные полномочия по руководству CBC, которыми Закон о вещании наделяет правительство, не говоря уже о существенной финансовой зависимости от государственного финансирования, CBC сохраняет полную журналистскую независимость и обладает, по утверждению многих, одной из лучших в Канаде новостных служб.⁶ Журналисты CBC уделяют значительное внимание проблемам внутренней политики и находятся на переднем крае критического анализа деятельности правительства. Такая независимость является не просто резуль-

татом случайного стечения обстоятельств, а установлена положениями Закона о вещании. Так ст. 46 (5) гласит, что «выполняя поставленные перед ней задачи и осуществляя предоставленные ей полномочия, корпорация должна пользоваться свободой слова и журналистской, творческой и программной независимостью».

На основании ст. 28 Закона о вещании, кабинет министров имеет право отменять решения независимого административного агентства по вещанию и телекоммуникациям, но на практике это случается крайне редко. Важнее другое, Закон о вещании сегодня уточняет, что кабинет министров может принимать такие меры только в том случае, если он убедился, что отменяемое решение препятствует достижению целей политики Канады в области вещания, поставленных в законе. Это положение возлагает на кабинет министров обязанность соблюдать устоявшиеся принципы естественной справедливости и мешает превращению этой возможности в чисто дискреционные полномочия. Статья 28 (5) Закона в современной редакции требует, чтобы кабинет министров обосновал причины отмены решения административного агентства, касающегося предоставления лицензии на вещание. Если кабинет министров попытается использовать эти полномочия для оказания политического давления на СВС, это станет явным нарушением гарантий свободы слова и печати, содержащихся в ст. 2.(b) Хартии прав и свобод Канады.

Дополнительная информация на сайте: <http://www.cbc.ca>

3.4. СОВМЕСТИМОСТЬ СЛУЖБЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ (СОВ) С КОММЕРЧЕСКИМИ ВЕЩАТЕЛЯМИ

Следует признать, что прежняя дихотомия между общественным (то есть спонсируемым государством) сектором вещания и коммерческим вещанием применительно к СОВ почти исчезла. Современная точка зрения, в эпоху глобализации завоевывающая признание во всем мире, состоит в том, что делу службы общественного вещания в наибольшей степени способствует сочетание общественных и коммерческих вещателей. Это означает необходимость привнесения важных изменений в применяемые правительствами подходы к регулированию. Показателем подвижек в парадигме регулирования является, напри-

мер, безоговорочное принятие Европейским Союзом того, что хотя государства — члены ЕС «высоко ценят организации службы общественного вещания в качестве основных проводников свободы информации, плюрализма и культурного разнообразия [...] общественное вещание должно соблюдать основополагающие правила рыночной экономики, что обеспечивает здоровое развитие системы, построенной на дуализме».⁷

Тем самым европейские правительства обязаны признать частно-государственное партнерство как основу развития СОВ. С целью нахождения оптимального баланса между поддержкой общественного радио и телевидения и справедливостью по отношению к коммерческим вещателям в последние годы было разработано и принято значительное число правовых актов.

3.5. ПРОТОКОЛ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА ОБ ОБЩЕСТВЕННОМ ВЕЩАНИИ

Основополагающий принцип содержится в Протоколе об общественном вещании, помещенном в качестве приложения к Договору ЕС, с поправками, внесенными в него Амстердамским договором 1997 г.:

УЧИТЫВАЯ, что система общественного радио- и телевещания в государствах членах ЕС непосредственно связана с удовлетворением демократических, социальных и культурных потребностей, присущих каждому обществу, и необходимостью сохранения плюрализма средств массовой информации.

СОГЛАСИЛИСЬ на включение следующих положений разъясняющего характера, которые будут приложены к Договору, учреждающему Европейское Сообщество.

Положения Договора, учреждающего Европейское Сообщество, не должны ущемлять право государств-членов осуществлять финансирование службы общественного вещания до тех пор, пока такое финансирование предоставляется вещательным организациям для выполнения задач, относящихся к публичной службе, в том виде как они переданы, определены и структурированы в каждом государстве члене ЕС, а также до тех пор, пока такое финансирование не затра-

гивает условий торговли и конкуренции внутри Сообщества до такой степени, что это противоречило бы общим интересам, при этом реализация задач данной службы общественного вещания должна быть принята во внимание.

Дополнительная информация на сайте: <http://www.poptel.org.uk/carole-tongue/pubs/protocol.html>

3.6. РЕШЕНИЕ СУДА ЕС ПО СЛУЖБЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ (СОВ)

Следует отметить, что в своем недавнем решении суд ЕС поставил жесткие рамки, в которых надлежит действовать службе общественного вещания с тем, чтобы обеспечить соблюдение равных правил игры на площадке всех вещателей. Суд заявил, что СОВ должна соблюдать требования прозрачности, ее полномочия должны быть четко определены, а надзор за ее деятельностью должен осуществляться независимым регулятором. Суд подчеркнул, что поддержка, оказываемая СОВ, не должна вести к удушению новых средств массовой информации.

На практике дуальная система работала достаточно хорошо. В Соединенном Королевстве, например, несмотря на распространение спутникового телевидения и интернет вещания, организации службы общественного вещания все еще притягивают к себе 61,6% общей аудитории многоканальных домов и квартир, причем в пиковое время эта цифра возрастает до 70%.⁸

3.7. ОПЫТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВ В РАЗЛИЧНЫХ СТРАНАХ

Изучение национального опыта деятельности СОВ является полезным во многих отношениях. По меньшей мере потому, что это позволяет идентифицировать удачно работающие модели, которые поддаются воспроизводству в других странах, в особенности такие, где публичная служба радио- и телевидения представляет собой относительно новое явление либо, где концепция СОВ уже глубоко укоренилась. В этом контексте мы рассмотрим четыре ключевых аспекта деятельности СОВ.

3.7.1. Миссия и задачи деятельности СОВ

Несмотря на повсеместное сходство теоретических представлений относительно основных задач, решаемых службой общественного вещания в современном мире, имеются существенные расхождения в том, как отдельные страны определяют мандат своих операторов СОВ на практике. Королевский патент, на основании которого действует БиБиСи, — бесспорно самый известный в мире вещатель, принадлежащий к службе общественного вещания — требует от корпорации предоставлять информационные, образовательные и развлекательные программы как публичную услугу (ст.3). В дополнительном документе, Лицензионном соглашении, заключенном между Британским правительством и Советом управляющих БиБиСи, содержится требование, чтобы ее программы были всесторонними, а информация соответствовала самым высоким стандартам в отношении содержания, качества и редакционной беспристрастности (Лицензионное соглашение, пункты 3 и 5, содержит подробное описание таких стандартов).

В Канаде Закон о вещании 1991 г. предписывает своему ведущему вещателю службы общественного вещания, Канадской радиовещательной корпорации (СВС), «предоставлять радио- и телевизионные услуги, включающие широкий набор программ, которые информируют, просвещают и развлекают» (Закон о вещании ст.3). Как уже было сказано ранее, Закон гласит, что «продукция СВС должна быть преимущественно и отчетливо канадской. Она должна показывать Канаду и ее регионы национальной и региональной аудиториям, удовлетворяя специальные потребности регионов, на деле содействовать свободному потоку информации и обмену произведениями культуры на английском и французском языках...»

Похожие широкие формулировки присутствуют в законодательстве многих других стран. Закон о вещании ЮАР 1999 г. требует, например, от Южно-Африканской Радиовещательной Корпорации (SABC) предоставлять программы, которые «информируют, образуют и развлекают» на общенациональной основе, используя значительное число новостных и общественно значимых программ, которые соответствуют самым высоким стандартам журналистики (Закон о вещании, ст.10).

Несколько иной подход был принят в Законе о вещании Японии. В соответствии с ним к первой в стране организации службы общественного вещания, Nippon Hoso Kyokai (NHK), предъявляются требова-

ния: создавать большое число высококачественных программ, служащих всеобщему благу, идти навстречу чаяниям народа, повышать уровень цивилизации, популяризировать достижения современной цивилизации, сохранять лучшие черты исторического прошлого страны (Закон о вещании, статьи 7, 44).

3.7.2. Структуры и механизмы управления

Способы управления службой общественного вещания в разных странах значительно отличаются. В Соединенном Королевстве БиБиСи была основана как юридическое лицо, наделенное значительной административной автономией. На основании Королевского патента Совет управляющих назначается премьер-министром. Управляющие подбираются из числа лиц, добившихся известности в промышленности, на государственной службе, в области искусства и т.д. Особое внимание уделяется тому, чтобы назначенные отражали растущее многообразие населения Британия. Королевский патент предусматривает, что от каждой из стран, составляющих Соединенное Королевство, то есть от Шотландии, Уэльса и Северной Ирландии, назначается по одному управляющему. Генеральный директор назначается Советом управляющих, и ему предоставляется полная свобода в редакционных делах и программировании. Срок пребывания управляющих в должности фиксирован и составляет пять лет. Они могут быть освобождены от должности ранее по причине отставки, банкротства или приобретения активов, наличие которых ведет к конфликту интересов с обязанностями управляющего, не заболеют расстройством психики или будут отсутствовать на заседаниях Совета более трех месяцев подряд без предварительного согласия коллег на такое отсутствие. Управляющие могут быть отстранены от должности по приказу Короля, хотя данные полномочия еще ни разу не были использованы.

Похожая структура управления существует в Австралийской радиовещательной корпорации (ABC), одной из двух основных организаций службы общественного вещания Австралии. Другая корпорация — Специальная радиовещательная служба (SBS) — была учреждена в 1975 г. Ей поручено предоставление «многоязычных и многокультурных радио- и телевизионных услуг, которые позволяют информировать, образовывать и развлекать всю Австралию», а также «отражать многокультурный характер Австралийского общества» (Закон о специальной радиовещательной службе 1991 г., ст.6). Согласно Закону об

Австралийской радиовещательной корпорации 1983 г. Генерал-губернатор, действуя по совету кабинета министров, назначает Совет директоров. Он состоит из директора-управляющего и шести-восьми других директоров. Назначению подлежат только те, кто обладает опытом работы или образованием в области радио- и телевидения, связи, управления, финансов или техники, разбирается в вопросах культуры или обладает деловыми интересами, имеющими отношение к надзору за деятельностью публичной службы вещания. Директора могут быть отстранены от должности по причине банкротства, стойкой утраты физического или психического здоровья, неподобающего поведения, неспособности выполнять свои обязанности или отсутствия в течение трех и более раз подряд на заседаниях Совета директоров без предварительного согласования такого отсутствия. Совет директоров и Корпорация в целом изолированы от политического вмешательства в силу закона и устоявшихся обычаев.

Франция избрала несколько иной подход к управлению службой общественного вещания (СОВ). Как уже отмечалось ранее, ответственность за предоставление услуг СОВ несут не менее шести компаний. Управление ими осуществляется в соответствии с единым нормативным актом, Законом 1986 г. «О свободе коммуникации». Компании инкорпорированы в виде обществ, единственным акционером которых является государство. На компании возлагаются различные обязательства по подготовке программ, которые установлены правительством в документе, содержащем условия предоставления лицензии, именуемом, по-французски, *cahier des charges*. Закон 1986 г. требует, чтобы в каждой из компаний был создан Совет директоров из 12 членов. В него назначаются директора, представляющие парламент, исполнительную власть, служащих компании, а также агентство, регулирующее радио- и телевидение — Высший аудиовизуальный совет. Директора назначаются сроком на три года.

Парламентский вклад в организацию управления службой общественного вещания можно встретить также и в Южной Африке. Правление Южноафриканской вещательной корпорации (SABC) состоит из 12 членов, назначаемых Президентом республики по совету Национального собрания страны. Закон о вещании 1999 г. требует, чтобы Национальное собрание, до того как оно представит кандидатов президенту, опубликует их краткий список, подготовленный в соответствии с процедурой выдвижения, которая должна быть прозрачной, открытой и стимулировать участие в нем населения. Члены правления дол-

жны удовлетворять жестким правилам в отношении конфликта интересов. Они могут быть отстранены от должности только за неподобающее поведение или неспособность выполнять свои обязанности, но только после того, как правление проведет соответствующее расследование. Из членов правления формируется Исполнительный комитет, который несет ответственность за повседневное руководство SABC.

3.7.3. Механизмы финансирования службы общественного вещания

Механизмы финансирования службы общественного вещания в разных странах значительно отличаются. В Соединенном Королевстве большая часть (более 80%) дохода БиБиСи поступает от лицензионных платежей, которые по закону обязано платить любое лицо, имеющее телевизионный приемник на территории страны. Другим источником доходов является прибыль от коммерческой деятельности. БиБиСи получает целевой грант от правительства на содержание Всемирной службы радио- и телевидения, который покрывает 90% бюджета указанной службы.

Финансирование обеих организаций службы общественного вещания в Австралии также обеспечивается за счет целевого гранта правительства, который составляет более 75% доходов соответствующих организаций. SBS позволено получать доходы от рекламы и спонсорства. Однако указанная деятельность обусловлена соблюдением жестких требований. Например, реклама не может превышать пяти минут в каждом часе вещания (Закон о SBS, ст. 45). Австралийский парламент определяет размеры гранта на основании предварительной сметы доходов и расходов, которая представляется ему заранее.

Канадская радиовещательная корпорация (CBC) тоже сильно зависит от государственного финансирования своей деятельности. Следует отметить, однако, что CBC разрешается получать коммерческую рекламу, извлекая из нее в последние годы порядка одной пятой части всех своих доходов, чтобы компенсировать сокращение государственного финансирования.

Интересно, что Южно-Африканская радиовещательная корпорация (SABC) финансируется, главным образом, за счет доходов от рекла-

мы и иной коммерческой деятельности, что является уникальным случаем для организаций службы общественного вещания. В 1999 г. бюджет SABC на 76,5 процентов формировался за счет коммерческой деятельности. Только 10% доходов поступало от правительства. Лишь 13,5% доходов SABC поступает от собираемых по всей Южной Африке лицензионных платежей, которые в обязательном порядке должны уплачивать владельцы телевизоров, платежей, которые считаются наиболее подходящим и эффективным способом финансирования службы общественного вещания. Причин, объясняющих слабые поступления от лицензионных платежей, две: а) очень низкие ставки; б) широко распространенное уклонение от платежей владельцев телевизионных приемников. В противоположность этому NHK в Японии получает до 98% доходов от лицензионных платежей, выплачиваемых владельцами телевизоров.

Используемые в мире механизмы финансирования и схемы организации публичных служб радио- и телевидения сильно отличаются друг от друга. Все более заметной становится тенденция сочетания публично-государственного финансирования и доходов от коммерческой деятельности. Ключ к решению проблемы — в нахождении оптимального баланса между поступлениями из публичных фондов и коммерческими доходами. Слишком сильный крен в коммерцию как основу доходов может оказать потенциально негативное воздействие на независимость, качество и программную политику организаций службы общественного вещания. (Различные модели финансирования будут рассмотрены в главе 7.)

3.7.4. Надзор за деятельностью службы общественного вещания со стороны регулирующих органов

В большинство национальных систем службы общественного вещания встроены механизмы внешнего регулирования, которые следят за качеством работы и поведением вещателей. В Соединенном Королевстве функцию надзора выполняют в основном три Национальных совета по вещанию (для Англии и Уэльса, Шотландии и Северной Ирландии), возглавляемых Национальным управляющим, члены которых представляют общественные интересы. Эти Советы ведут постоянный мониторинг программ БиБиСи и обеспечивают отражение интересов соответствующих национальных аудиторий. Государствен-

ный секретарь по средствам массовой информации, культуре и спорту наделен полномочиями принимать меры по проверке выполнения БиБиСи обязательств, возложенных на корпорацию Королевским патентом. В случаях их явного и вызывающего невыполнения он вправе отозвать патент. Более спорным является полномочие Государственного секретаря давать указание корпорации воздержаться от освещения в эфире любого вопроса или типа вопросов. Это полномочие было использовано в начале 90-х годов прошлого столетия, когда Государственный секретарь предписал БиБиСи удалить из передачи голоса представителей Шин Фейн, политической партии Северной Ирландии, поддерживающей тесные связи с запрещенной террористической организацией, Ирландской Республиканской Армией. Попытки Шин Фейн оспорить запрет как в судах Соединенного Королевства, так и в Европейской комиссии по правам человека, оказались безуспешными. Необходимо отметить, что БиБиСи добровольно взяло на себя обязательство предоставлять в распоряжение всех плательщиков лицензионных платежей ежегодный отчет о своих услугах, применяемых стандартах и решаемых задачах.

В Японии надзор за деятельностью службы общественного вещания, как и всех вещателей, осуществляется посредством Консультативной организации по программам вещания, которая следит за качеством программирования и услуг вещателей. Внутри ЭнЭйчКей центральная и региональные организации с совещательными функциями ведут мониторинг выпускаемых ею программ. В них представлены лица, профессионально не занимающиеся вещанием. Президент Консультативной организации назначает их членов из числа лиц, известных своей ученостью и опытом в других областях деятельности. Кроме того, надзорные полномочия в отношении ЭнЭйчКей есть у Министра почт и телекоммуникаций. Он может отдать приказ о проведении углубленного исследования деятельности ЭнЭйчКей с целью совершенствования ее программирования.

Как уже отмечалось ранее, во Франции основной регулирующий орган — Высший аудиовизуальный совет — был создан на основании закона. Он полностью финансируется за счет государства. В него входят девять членов. Трое назначаются Президентом Республики, трое — Национальным собранием и трое — Сенатом. Срок их полномочий — шесть лет, в течение которых нельзя занимать другие должности на государственной службе. Высший аудиовизуальный совет может устанавливать общеобязательные правила поведения для вещательных

организаций во время проведения выборов или при передаче сообщений, исходящих от политических партий, но не имеет права вмешиваться в редакционные решения компаний, принадлежащих к службе общественного вещания. Он может подать в суд на любую такую компанию, если полагает, что компания нарушает обязательства, предусмотренные Законом о свободе коммуникаций или ее лицензионным соглашением. Высший аудиовизуальный совет представляет ежегодный доклад Президенту республики и Парламенту.

В ЮАР полномочия по регулированию SABC осуществляются двумя органами: Министром связи и Независимым вещательным управлением (НВУ), созданным на основании одноименного закона в 1993 г. Роль министерства сводится, главным образом, к финансовым вопросам. (Внешние займствования SABC требуют одобрения Министра.) Тогда как НВУ регулирует вопросы, относящиеся к качеству и содержанию программ, SABC обязано соблюдать правила Кодекса профессионального поведения, установленные Законом о Независимом вещательном управлении. Любое нарушение данного кодекса или устава SABC является основанием для вмешательства НВУ. Учитывая широкие полномочия Министра связи в области финансирования, который контролирует финансы SABC, подобная система чревата риском размывания самостоятельности SABC.

3.8. ВЫВОД

С точки зрения условий для реализации лучших методов организации работы, сложился консенсус относительно того, что четкие конституционные гарантии свободы слова и деятельности средств массовой информации, закрепленные в национальных правовых системах, представляют собой хорошую отправную точку для создания эффективной системы службы общественного вещания. Второе, весьма полезно иметь регулирующие органы, которые: а) ограждены законом от политического вмешательства; б) состоят из мужчин и женщин исключительной честности и компетентности. Третье, необходимо тщательно продумать, как обеспечить вещателей службы адекватным финансированием: им следует предоставить ресурсы, которые по крайней мере соразмерны требуемому программированию и другим задачам, поставленным перед ними. Четвертое, система в целом должна быть подотчетна общественности так, чтобы: а) вещатели отражали

взгляды и чаяния тех, кому они призваны служить; б) их приверженность выполнению обязательств службы общественного вещания находилась под неусыпным контролем.

Хотя нации, правительства и сами вещатели могут многое почерпнуть из систем и методов работы, принятых за пределами собственной страны, было бы чрезмерным упрощением полагать, что полное подражание таким системам и методам, действенным в иных условиях, принесет такие же плодотворные результаты. Как и в других сферах деятельности, успех или неудача службы общественного вещания зависит от ряда факторов, включая местную историю, географию, культуру, политическую этику и экономические условия. Любая политика, которая не учитывает подобные факторы, обречена на провал.

3.9. ИСТОЧНИКИ

3.9.1. Организации

Британская радиовещательная корпорация (BBC): <http://www.bbc.co.uk/>
Канадская радиовещательная корпорация (CBC): <http://www.cbc.ca>
Высший аудиовизуальный совет (CSA): <http://www.csa.fr/>
Европейский Союз «Протокол об общественном вещании»: <http://www.poptel.org.uk/carole-tongue/pubs/protocol.html>
Японская радиовещательная корпорация (NHK): <http://www.nhk.or.jp>

3.9.2. Публикации

- *Report of the review committee on the working of Pasar Bharati* (nd). Retrieved 8 June 2005, from <http://www.scatmag.com/govt%20policies/rcpb1.htm>
- *AIBD* (2000). AIBD FES SBA Meeting on Legal, Financial and Administrative Aspects of Public Service Broadcasting, Singapore. Kuala Lumpur: Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development.
- *Hibbert, M.* (2001), Reform of public service broadcasting in Italy. *Media, Culture & Society*, Vol 23, p233–252.
- *McQuail, D.* (2003). Public service broadcasting: Both free and accountable. *The Public Javnost*, 10(3), 13–23.
- *Mendel, T.* (2002), Media council bill gives Thai government control over broadcasters, Article 19 Press Release 03–006, Bangkok.

- *Mendel, T.* (2000). Public service broadcasting: A comparative legal survey. *Kuala Lumpur, Malaysia: UNESCO & AIBD.*
- *Widiastuti, D* (2002), Repressive Indonesian broadcasting bill. Jakarta, Indonesia: Article 19.
- *Tian, C.* (1997, December). To strengthen broadcasting legislation and promote the public service function of broadcasting. Paper presented at the International Conference on the Public Service Functions of Broadcasting: The Asia-Pacific Perspective, Kuala Lumpur.
- *Chua, S. K.* (1998, February). The limits to government regulations: The case of the new (digital) media services. Paper presented at the AMIC CBA SCS/NTU Conference on Public Service Broadcasting: Thriving in a Diverse Broadcasting Environment, Singapore.
- *Peiris, J.* (1998, February). The limits to government regulations. Paper presented at the AMIC CBA SCS/NTU Conference on Public Service Broadcasting: Thriving in a Diverse Broadcasting Environment, Singapore.
- *Wagner, M.* (1999, October 15). Competition regulation, state aid and the impact of liberalization. Paper presented at a seminar on Liberalization and Public Service Broadcasting, London.
- *Rumphorst, W.* (1999, December). Model public service broadcasting law with introductory note and explanatory comments plus as a supplement: Aspects of regulating commercial broadcasting. Paper presented at Europe-Asia-pacific Dialogue on Public Service Broadcasting, Quezon City.
- *Kor, V.* (2000, June). Legal aspects of public service broadcasting: The Singapore perspective. Paper presented at the AIBD FES SBA Meeting on legal, Financial and Administrative Aspects of Public Service Broadcasting, Singapore.
- *Rumphorst, W.* (2000, June). Legal aspects of public service broadcasting. Paper presented at the AIBD FES SBA Meeting on legal, Financial and Administrative Aspects of Public Service Broadcasting, Singapore.
- *AIBD* (2000, August). A draft model on legal status of public service broadcasting. Kuala Lumpur, Malaysia: Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development.
- *Burt, T.* (2004, June 30). BBC sets out vision in fight for charter. *Financial Times*, p.1.
- *Manalastas, M.* (1999, 2 November). The GATS issue: Dealing with international entities. Paper presented at the International Conference and Europe-Asia-pacific Dialogue on Public Service Broadcasting, Quezon City.

3.9.3. Веб-сайты:

- Model Law For PSBs: http://www.bild.net/model_law.htm
- Prasar Bharati (Broadcasting Corporation of India) Act, 1990: <http://indiancabletv.net/prasarbharatiact.htm>
- SCALEplus, the legal information retrieval system of the Australian Attorney-General's Department: <http://scaleplus.law.gov.au/home.htm>

¹ Paschal Mooney. *Public service broadcasting report by Committee on Culture, Science and Education*, Doc.10029, Parliamentary Assembly, Council of Europe (12 January 2004).

² Werner Rumphorst. *Model Public Service Broadcasting Law*, http://www.bild.net/model_law.htm (2003).

³ Ibid.

⁴ Paschal Mooney. *Public service broadcasting report by Committee on Culture, Science and Education*, Doc.10029, Parliamentary Assembly, Council of Europe (12 January 2004).

⁵ Ibid.

⁶ Toby Mendel. *Public service broadcasting, a comparative legal study*, UNESCO/Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development, Kula Lumpur (2000).

⁷ H. Ungerer. "Legal and Regulatory Aspects of Public Service Broadcasting" — Panel Contribution, Paper presented at a conference on Public Sector Broadcasting, Bucharest, 19–20 Sep 2003, European Commission document COMP/C2/HU/rdu (2003).

⁸ A New Future for Communications, White Paper published by the UK Government, cited in Monroe E Price and M. Raboy (eds.), *Public Service Broadcasting in Transition: A Documentary Reader*, Oxford: Programme in Comparative Media Law and Policy, Centre for Socio-Legal Studies, University of Oxford (2001).

4.1. ВВЕДЕНИЕ

В данной главе, в рамках службы общественного вещания (СОВ) будут рассмотрены лучшие методы работы, использовавшиеся ранее и используемые сейчас в СОВ для стимулирования участия граждан. Такое участие представляется решающим для усиления позиций общественного вещания в качестве необходимой и подходящей формы вещания. Оно позволяет увеличить плюралистическую направленность и разнообразие программ, предоставляемых аудитории.

4.2. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ «УЧАСТИЕ ГРАЖДАН» И ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЮНЕСКО

В настоящей главе участие граждан или населения рассматривается как доступность СОВ для простых граждан и установление диалога между СОВ и публикой. В отличие от других форм вещания, вещатели, действующие как служба общественного вещания, которые принимают попытку установления диалога со своей аудиторией, добиваются более точного понимания того, какие сферы жизни общества нуждаются в программном освещении и какие типы передач воспринимаются их аудиторией и населением в целом как важные. Разумеется, цель СОВ состоит в том, чтобы информировать, образовывать и развлекать. Но ее вещатели должны делать это не с позиций «мы лучше знаем, что нужно публике», а консультироваться с ней, чтобы держать руку на пульсе и лучше понимать ценности и приоритеты граждан и общества в целом.

В Декларации принципов, принятой на первой стадии «Всемирного саммита по информационному обществу» (WSIS), были выражены «общее стремление и приверженность построить такое информационное общество, в центре которого стоят люди, их вовлеченность в дела общества и ориентация на развитие. Общество, где каждый может творить, получать доступ, пользоваться и делиться информацией и знаниями», где «важную роль предстоит сыграть традиционным средствам информации во всех их формах»¹.

«Сделать людей сильнее благодаря доступу к информации и знанию, на основе свободы слова», является главным приоритетом ЮНЕСКО в области информации и коммуникации. Ключевую роль в этом пред-

стоит сыграть традиционным и новым средствам информации, печатной прессе, радио и телевидению, службе общественного вещания (СОВ), местному радио и мультимедийным центрам, которые предоставляют доступ к информации и знаниям, благодаря разнообразному содержанию, отражающему потребности, интересы и ожидания различной целевой аудитории.

ЮНЕСКО остается приверженной укреплению диалога между гражданами и средствами информации, а также внутри средств массовой информации, в особенности между вещателями и элементами гражданского общества. Конкретные условия, на которых мог бы вестись такой диалог, меняются от одного общества к другому. Однако в основе их должно лежать взаимное доверие. Первое, это доверие со стороны организаций, объединяющих средства информации, к способности публики понимать те практические ограничители, в рамках которых действуют СМИ. В особенности это касается радио и телевидения, которые зависят от коммерческих доходов или напрямую финансируются за счет правительственных грантов, не говоря уже о жестких производственных сроках, которые приходится соблюдать всем, кто работает в СМИ профессионально. Второе, это доверие со стороны общественности, что вещатели и средства информации в целом будут относиться к диалогу серьезно, а не использовать его как возможность для собственного пиара, отказываясь признавать обязательства, относящиеся к честному выполнению профессионального долга.

Два рабочих семинара по вопросам взаимодействия граждан со СМИ и повышения участия граждан в вещании были организованы ЮНЕСКО во взаимодействии с Азиатско-Тихоокеанским институтом развития радио и телевидения (AIBD) и с Всемирным радио и телевизионным советом (WRTVC) в Куала-Лумпуре в апреле 2004 г. и мае 2005 г. Они рассмотрели роль гражданского общества и граждан в укреплении качественных СМИ, особенно на радио и телевидении, а также в контроле за выполнением принятых решений.

«Участие и роль ключевого акционера — граждан страны, из которых состоит аудитория», рассматривались участниками апрельского семинара «как слабое звено в цепи отношений между основными акционерами, каковыми являются вещатели, правительства, регуляторы и граждане». Прочные отношения, строящиеся на взаимном доверии между гражданами и вещателями, как было подчеркнуто, являются жизненно важными для существования свободных и креп-

ких средств информации, для функционирования демократии на здоровой основе»².

При поддержке ЮНЕСКО г-н Джавед Джаббар, бывший министр и сенатор, основатель Гражданской комиссии по СМИ Пакистана подготовил публикацию книги о диалоге граждан и средств информации и создал веб-сайт. На веб-сайте представлены весьма позитивные результаты серьезных теоретических исследований и практического опыта, в том числе Гражданской комиссии по СМИ Пакистана, а также методические рекомендации по созданию веб-сайта для диалога между гражданами и СМИ с целью помочь выстроить «информационное общество, в центре которого стоят люди, их вовлеченность в дела общества и ориентация на развитие. Общество, где каждый может творить, получать доступ, пользоваться и делиться информацией и знаниями, в котором важную роль играют традиционные средства информации во всех их формах». Все это должно помочь созданию объединений граждан, заинтересованных в качественных радио и телевидении, СМИ, ориентированных на граждан и развитие диалога между гражданами и СМИ, в особенности между вещателями и гражданским обществом.

Видный ученый и журналист Амму Жозеф подготовил брошюру в защиту вовлеченности граждан в дела СМИ, озаглавленную «Роль и отношение гражданам. Ответы на вопросы, связанные с взаимодействием граждан со СМИ: кто, что, когда, где, почему, как, зачем и в чем проблемы гражданского участия». Книга представляет собой последовательное обоснование принципа взаимодействия граждан с независимыми вещателями, вещателями СОВ и местными вещателями. Эта публикация адресована всем тем, кто желает внести свой вклад в социальную интеграцию людей и укрепление гражданского общества.³

Дополнительная информация: <http://www.wiredet.com/cmd/>; http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=19137&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

4.3. ОРГАНИЗАЦИИ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИЕ МОНИТОРИНГ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ

Важно, чтобы содержание программ и процесс их создания стали объектом мониторинга со стороны независимых организаций, пред-

ставляющих граждан или территории, которые обеспечивают обратную связь со службой общественного вещания или лоббируют интересы и требования населения с целью улучшения содержания программ. Отдельные примеры деятельности таких гражданских объединений и групп лоббирования приводятся ниже.

4.3.1. Друзья канадского вещания (Канада): Образованная в 1985 г. «Организация друзей канадского вещания» является независимой добровольной, внепартийно организацией, действующей на всей территории страны. Она пользуется поддержкой 60 000 семей. Цель организации защищать и повышать качество и количество передач канадского программного продукта, используемого на радио и телевидении Канады. Друзья никак не связаны с какой-либо одной вещательной организацией или политической партией.

Для финансирования своей деятельности по выполнению роли сторожевых псов на страже демократии и лидеров общественного мнения, выдвижению общественных инициатив в политике и проведению исследований «Организация друзей» опирается на индивидуальные пожертвования. Пожертвования от организаций и обладателей лицензий на вещание не принимаются.

«Организация друзей» служит «сторожевым псом» от имени зрителей и слушателей. Она вмешивается для того, чтобы защитить и усилить позиции канадского программного продукта на радио и телевидении. Выполняя эту задачу, члены организации от имени своих сторонников регулярно проводят исследования и представляют доклады, посвященные деятельности системы радио- и телевизионного вещания, выступают в защиту увеличения количества и качества программ канадского производства на слушаниях, организуемых парламентскими комитетами и Канадским Советом по радио, телевидению и связи (CRTC).

Дополнительная информация: <http://www.friends.ca/>

4.3.2. Голос зрителей и слушателей (Великобритания): В Великобритании интересы граждан и потребителей в области радио- и телевидения представляет независимая некоммерческая организация, именуемая «Голос зрителей и слушателей» (VLV). Управление ею строится на демократической основе, она финансируется своими членами и свободна от политических, узкорелигиозных или коммерческих пристрастий.

VLV была основана в ноябре 1983 г. в ответ на впервые возникшую угрозу превратить станцию БиБиСи «Радио четыре» в сеть, посвященную исключительно новостям и текущим событиям. Развернув и выиграв эту кампанию, VLV работает сейчас над тем, чтобы информировать слушателей и зрителей о том, что происходит на Британском радио и телевидении, в том числе и о законопроектах, затрагивающих вещание, выражает мнение общественности по вопросам вещательной политики и вероятного влияния на нее цифровых технологий.

VLV предоставляет трибуну, с которой коллективный голос слушателей и зрителей может быть доведен до сведения членов парламента, правительственных ведомств, БиБиСи, АйТиСи (Международная торговая комиссия) и других ответственных организаций в Соединенном Королевстве, Европе и во всем мире. Благодаря своей программе публичных лекций и конференций VLV вступает в дискуссию с лидерами вещательной отрасли, ведущими политиками и другими лицами, принимающими решения, обеспечивая общедоступный форум, в формате которого на равных условиях могут встретиться все, кого интересуют судьбы радио- и телевещания. Жалобы на СМИ VLV не рассматривает.

У VLV есть панель лекторов, которые ежегодно выступают на разных встречах, конференциях, студенческих семинарах. Плата за участие не взимается. Содействие в покрытии транспортных расходов лекторов приветствуется. VLV работает со многими другими организациями в интересах поддержки службы общественного вещания, развития высококачественных, разнообразных и независимых средств информации.

Дополнительная информация: <http://www.vlv.org.uk/>

4.3.3. Друзья ABC (Австралия): в Австралии организация «Друзья ABC» ставит своей целью защиту и оказание содействия Австралийской радиовещательной корпорации (ABC) в сохранении ее жизненно важной роли независимого общенационального вещателя на всей территории Австралии. Созданная как группа, лоббирующая интересы граждан, организация противостоит всем попыткам подвергнуть ABC цензуре или скомпрометировать ее независимость, допустить рекламу.

«Друзья ABC» — это общенациональная организация, которая действует через свои отделения, базирующиеся в штатах. Она поддерживает собственный ресурсный центр в сети Интернет, что дает людям

возможность получать на сайте информацию об АВС, о вызовах, с которыми сталкивается корпорация, и связанных с ними проблемах политического и законодательного характера.

Дополнительная информация: <http://www.friendsoftheabc.org>

4.3.4. Комиссия граждан по СМИ (Пакистан): Комиссия граждан по СМИ (СМС) в Пакистане представляет собой не имеющее членства объединение граждан, основанное в 1997 г. группой лиц, имевших отношение к искусству, правам женщин, коммуникации, праву и свободному предпринимательству. Во главе ее стоит бывший глава Верховного суда Пакистана, а ее сопредседателем является Джавед Джаббар, в прошлом министр информации Пакистана. Хотя вопросы использования средств информации для выражения мнения граждан продолжают оставаться центральными, а суды остаются важнейшим институтом, к которому обращаются за защитой, в стране ощущается растущая потребность организовать процесс обсуждения таким образом, чтобы взглянуть на роль средств информации и их проблемы с позиций рядовых граждан, взглянуть на них с точки зрения, находящейся вне воздействия правительства или профессионалов СМИ, с тем чтобы она также получила выражение и доводилась до сведения заинтересованных лиц на постоянной основе. Поэтому с самого начала целью комиссии было стать форумом, на котором ставятся и обсуждаются проблемы, выдвигаются инициативы с позиций граждан в их отношениях со СМИ, что могло помочь открыть пакистанские СМИ для участия граждан. Последние семь лет День свободы электронных СМИ отмечался регулярно. Он использовался как повод для обсуждения вопросов доступа к СМИ и справедливости их суждений, его мероприятия активно посещают и довольно полно освещают. Хотя на время написания этих строк Комиссия еще не открыла собственный веб-сайт, она успела опубликовать несколько монографий. В 2005 г. Комиссия стала создавать местные отделения в различных провинциях и городах по всему Пакистану.

4.3.5. Граждане за независимое общественное вещание (США): В США «Граждане за независимое общественное вещание» (CIPV) является основанной на членстве общенациональной организацией, ставящей своей целью **вернуть** общественное вещание обществу, чтобы каждый смог принять участие в обсуждении будущего страны.

CIPB решает задачу создания национальной коалиции, чтобы добиться поддержки этого предложения со стороны рядовых граждан. В то же время местные отделения CIPB работают над тем, чтобы демократизировать управление и программирование общественных радио- и телевизионных станций на уровне коммун. CIPB действует как своеобразный центр контроля качества в отношении деятельности и достижений своих отделений на местах, а также программ, подготовленных для передачи в эфир на общенациональном уровне и на местах.

На общенациональном уровне CIPB детально разработал предложение о создании Фонда общественного вещания (PBT), который будет финансироваться из независимых источников и подотчетен общественности. CIPB создает отделения на местах и работает вместе с национальными организациями-партнерами над демократизацией службы общественного вещания в коммунах.

Дополнительная информация: <http://www.cipbonline.org/>

4.4. ДАТЬ ГОЛОС НАРОДУ

Простые люди, живущие по всей стране, должны пользоваться благами, связанными с существованием сети общественного радио- и телевидения. Именно поэтому общественности должна быть отведена равно важная роль во всем этом процессе. На уровне коммун следует поощрять участие местных некоммерческих и образовательных организаций в программировании. Журналистов и продюсеров следует побуждать смотреть на мир глазами простых людей в своих репортажах и программах повседневно.

Во многих странах Азии, Африки и Латинской Америки службы общественного вещания (COB) в подлинном смысле слова может и не быть, а может действовать государственная служба радио- и телевизионного вещания (SBS). Однако в них могут присутствовать элементы процесса программирования или модели управления, которые рассматриваются в данной главе как «хорошие методы работы» в том плане, что они создают условия для участия рядовых граждан в формировании требований к качеству и содержанию программ.

4.4.1. «Лицом к лицу с Главным министром» “Mukyamantri tho Mukhamukhi” (Индия):

Наглядным примером того, как общественное вещание облегчает участие общественности в управлении делами общества, выступая как «сторожевой пес» демократии, является передача “Mukyamantri tho Mukhamukhi”, которая шла на языке Телугу (Telugu) по каналу Hyderabad Doordarshan, когда Главным министром⁴ Андра Прадеш, этого южного штата Индии был Naravagarally Chandrababu Naidu.⁵ Передача состояла из вопросов и ответов. Она шла в прямом эфире. Главный министр отвечал на вопросы зрителей в 7 часов вечера по понедельникам в течение получаса. Любой телезритель из какой угодно точки штата мог позвонить в программу и задать свой вопрос, а Главный министр отвечал на него в прямом эфире. Зрители обычно обращались со своими конкретными проблемами и/или жалобами на бездействие бюрократов. Главный министр старался воздействовать на ситуацию немедленно или обещал разобраться в происходящем и связаться с обратившимся. Это вызывало позитивную реакцию общественности и заставляло неповоротливый бюрократический аппарат решать проблемы людей быстрее из страха, что к волокитчикам будет привлечено внимание Главного министра.

В этом заключается особо важная черта общественного вещания, когда гражданам предоставляется шанс обсуждать вопросы правительственной политики со своими лидерами напрямую. Такой прием установления обратной связи используется весьма редко даже в демократических обществах Запада. Вовлекая местных жителей в формирование ежедневных программ, служба общественного вещания обеспечивает не просто внимание к местным нуждам, но и побуждает людей больше участвовать в демократическом процессе в интерактивном режиме. Все это усиливает возможности и побуждает граждан к активности в публичных делах, обеспечивая появление независимых коммунальных «сторожевых псов» демократии, что особенно важно в наш век, где доминируют корпоративные интересы.

4.4.2. «Окно в социальные проблемы» “Natang Sangkhom” (Таиланд):

В 2004 г. Министерство социального развития и здравоохранения запустило новую радиопрограмму *Natang Sangkhom*, предоставившую радиослушателям возможность высказать свои претензии и изложить свои взгляды в эфире. Программа состояла из двух частей. Первая шла в течение 50 минут с понедельника по

пятницу с 14.10 на частоте 92,5 мегагерц на УКВ и на 891 килогерц на средних волнах. Она включала беседы по социальным вопросам в прямом эфире, короткие проблемные репортажи и ответы на телефонные звонки. Вторая часть представляла собой 20-минутные драматические постановки, отражавшие социальные проблемы. Она шла с 19.30 до 20.00 каждый уик-энд на средних волнах на частоте 891 килогерц. Правительство выделило радио Таиланда на этот проект 2,5 миллиона бат.

4.4.3. Сеть общественных кабельных служб (США):

Сеть публичных кабельных служб (С-SPAN) была создана кабельными операторами США как общественная служба, действующая в интересах зрителей. Объявленной целью С-SPAN является предоставление своей аудитории открытого доступа «в живую» к дебатам, идущим в обеих палатах конгресса, без какой бы то ни было цензуры или редакции. Сеть дополнительно дает избранным и назначенным государственным чиновникам прямой канал для общения со своей аудиторией в аналогичной манере. Некоторые популярные программы С-SPAN включают в себя шоу по звонку, когда зрители могут, позвонив из дома, высказать свое мнение и задать вопрос ведущим политикам и чиновникам.

4.4.4. Поговори с Президентом (Шри-Ланка): В январе 2004 г. в Шри-Ланке шли оживленные обсуждения пути развития мирного процесса с тиграми освобождения Тамил Элама. Президент Чандрика Кумаратунга выступала в прямом эфире по национальному радио на канале шри-ланкийской радиовещательной корпорации, объясняя политику своего правительства. Она ответила на ряд звонков радиослушателей по поводу ее политики. Некоторые из звонивших критиковали политику президента, и в результате вокруг этого завязалось обсуждение.

4.5. ОБЛЕГЧАТЬ УЧАСТИЕ ОБЩЕСТВЕННОСТИ В УПРАВЛЕНИИ СЛУЖБОЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ (СОВ)

Участие населения в деятельности СОВ — это многогранное явление. Его можно оценивать по многим критериям: начиная от законодательно прописанных процедур назначения руководящих органов СОВ

до способов размещения программ, позволяющих гражданам участвовать в процессе их создания. Участие может быть обеспечено без законодательного вмешательства благодаря внутренним процессам.

Общественная организация «Статья 19»⁶ придерживается той точки зрения, что представители общества, которые устанавливают правила поведения для организаций СОВ, должны назначаться таким образом, чтобы минимизировать риски политического или коммерческого вмешательства. Соответствующие процедуры должны быть ясно изложены в законе, они должны быть прозрачными и демократичными. Для того чтобы сделать участие общественности максимальным, из числа возможных назначенцев нужно исключить следующих лиц:

- находящихся на гражданской службе или работающих в правительстве,
- сотрудников или должностных лиц политических партий либо занимающих выборные или невыборные должности в правительстве,
- должностных лиц, акционеров, либо имеющих экономические интересы в телекоммуникационной отрасли.

4.5.1. Вещательные Советы (Германия): В Германии на основании федеральной конституции общественное радио и телевидение пользуются специальной защитой. Статья 5 Основного закона гарантирует гражданам не только свободу мнений и прессы, но и делает специальный акцент на свободе теле- и радио- репортажей. Очень важно, что свобода теле- и радиовещания регулируется на основании той части конституции, где речь идет об основополагающих правах граждан, так как это обстоятельство служит передовой линией обороны граждан от покушений на эту свободу со стороны государства. В результате, вещательные организации не могут быть инкорпорированы в государственные структуры в качестве органа государственной власти, а должны оставаться вне государства, тем самым правительство не может воздействовать на содержание того, что передается в эфир. Благодаря конституции правовые основы системы организации вещания в Германии были заложены не столько парламентом, сколько решениями Верховного или Федерального Конституционного суда. От судов требуется только толковать законодательство в случае спора или восполнять пробелы, оставшиеся между различными положениями законов.

Независимость, данная сектору общественного радио- и телевизионного вещания в силу закона, такова, что правительство не может да-

вать указаний или вмешиваться в программирование, а может лишь указывать, в каких случаях действия вещателей станут нарушением норм общего права.

Вещательные советы управляют организациями службы общественного вещания Германии от имени общественности. В зависимости от закона конкретной земли (Länder), в них насчитывается от 11 до 66 членов, которые не получают заработную плату за свою деятельность. Они делегируются в состав Вещательного совета различными общественными объединениями и группами, такими как церковь, профессиональные союзы, ассоциации наемных работников, политические партии, спортивные, культурные и социальные объединения и т.д. Вещательный совет становится ключевым элементом системы внутренних сдержек и противовесов при утверждении ежегодного бюджета и сетки вещания, с точки зрения сбалансированности и присутствия разнообразных социально значимых точек зрения, а также выполняет иные функции.⁷

4.6. СОВЕЩАТЕЛЬНЫЕ ОРГАНЫ, НАЦЕЛЕННЫЕ НА ПОВЫШЕНИЕ ВКЛЮЧЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

В интересах развития доступа различных сегментов местного сообщества к деятельности службы общественного вещания могут создаваться различные совещательные органы, которые помогают вещателям осуществлять мониторинг соблюдения стандартов программирования, определения критериев доступа к эфиру и распределения эфирного времени.

4.6.1. Комитет по радиовещанию (Кения): На протяжении многих лет Национальный совет церквей Кении (НССК) и Католическая миссия поддерживают работу объединенного Комитета по радиовещанию (ВС), на котором лежит задача выработки христианской вещательной политики. ВС несет ответственность за размещение программ церквей, участвующих в сетке вещания, и определяет, каким церквям будет поручена подготовка той или иной службы на местном языке. При принятии таких решений учитывается популярность и влияние конкретных церквей у различных этнических групп населения.

Благодаря ВС церкви, у которых есть собственные производственные мощности, выпускают программы для «Голоса Кении», националь-

ного радиовещателя. ВС действует как привратник у эфирных ворот, что делает собственную цензуру передач «Голоса Кении» ненужной. Тем не менее Голос Кении оставляет за собой право предварительного просмотра всех кассет, чтобы «обеспечить их соответствие стандартам качества». Но и у Национального совета церквей есть четкие установки для Комитета по радиовещанию в отношении всех религиозных передач, которые включают следующее:

- Представители церкви не должны выглядеть как сектанты.
- Они должны говорить от имени всех церквей Кении.
- Нельзя высмеивать или критиковать другие церкви либо религии.
- В проповедях можно обличать социальные пороки, но проявлять осмотрительность и не винить в них правительство, не обращаться к людям с посланием, «которое может смутить их, заставив презирать правительство или другой народ».

Однако пользуясь колоссальным влиянием лидеров церкви на кенийское общество, некоторые из них подвергли политику правительства жесткой критике и призывали его руководителей исправиться. До выборов 1988 г. священнослужители в своих радиообращениях критически отзывались о действиях правительства по организации и проведению выборов. Это привело к тому, что некоторые политики обвинили духовенство в эксплуатации гарантированной конституцией свободы вероисповедования и использовании эфира для участия в политической полемике, призвав священнослужителей держаться подальше от политики.⁸

4.7. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ

ОБРАТНОЙ СВЯЗИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ УЧАСТИЯ НАСЕЛЕНИЯ В ПРОГРАММИРОВАНИИ ПЕРЕДАЧ

Компонент СОВ, связанный с участием аудитории, имеет двоякий характер. Помимо доступа к программированию, с тем чтобы голос общественности был принят во внимание, механизмы обратной связи также важны и для поддержания качества, точности и релевантности содержания программ.

4.7.1. Оценка качества программ радио- и телевидения в ЭнЭйчКей: Японская Национальная Радиовещательная Корпорация периодически заказывает проведение независимого

исследования качества программирования. Исследователи исходят из того, что качество программирования означает соответствие радио- и телевизионного вещания стандартам и задачам службы общественного вещания.⁹

В случае с ЭнЭйчКей определение качества соотносится с представлениями о стандартах, свойственных самому лучшему, представлений, поддержанных набором ценностей или норм, понятных населению Японии. Естественно, эти ценности не берутся из ниоткуда и находятся в зависимости от иных факторов, таких как возраст и пол. Однако ЭнЭйчКей отдает себе в этом полный отчет и проводит независимую оценку таким образом, чтобы убедиться, что компания находится на верном пути в том, что касается потребностей публики. ЭнЭйчКел добивается этого, держа в поле зрения всю картину вещания: социальную, политическую, культурную, экономическую и технологическую. Комплексность исследовательского процесса, видение более широкой картины позволяет затем сфокусироваться на частных проблемах в интересах улучшения продукта, который компания производит как служба общественного вещания. Такой подход позволяет отражать ценности и потребности японского общества, у которого нет единого узнаваемого голоса, а лишь общий вход для многих голосов, позволяющих расслышать каждый.

Наличие такого механизма означает, что ЭнЭйчКей отвечает критериям СОВ и обладает способностью вносить стратегические коррективы в собственное производство и добиваться того, чтобы при программировании выдерживался определенный уровень качества, разнообразия и самостоятельности. Поступая таким образом, ЭнЭйчКей ввел в свою организационную структуру положение, обеспечивающее подключение публики к процессу исследования и выработки оценок, что позволяет говорить об участии населения.

4.7.2. Канадский опыт оценки программ вещательных организаций: Аналогично Канадская Радиовещательная Корпорация (СВС) провела в 1992 г.¹⁰ консультации с населением с целью определить, как канадцы видят роль, которую должна играть служба общественного вещания. Полученный ею отклик можно свести к следующим положениям:

1. Канадцы хотят, чтобы их радио и телевидение оставались канадскими и отражали канадские интересы и ценности.

2. Служба общественного вещания в Канаде должна продолжать решать определенные социально-культурные задачи.

3. Следует уделить больше внимания оказанию преимущественно некоммерческих услуг, таких как создание действующих в провинции вещательных предприятий, которые затем получают возможность продвигать свои программы в эфире вещательных организаций внутри СОВ, что повысит роль и значение провинциальных операторов.

В дополнение к получению отклика публики по поводу того, что думают канадцы о том, чем должна заниматься СОВ, корпорация рассмотрела также вопрос о происхождении программ. В СВС хотели знать, соответствует ли объем канадских программ, снимаемых в совокупности как самой корпорацией, так и другими игроками канадской телеиндустрии, установленному в законодательстве минимуму в 60%. Таким образом, существующие внешние противовесы позволяют СВС осуществлять саморегулирование, чтобы обеспечить канадцам требуемый по закону объем программ канадского производства и одновременно получать точное представление о том, что ждет его аудитория от службы общественного вещания.

В процессе изучения СВС выяснила, что его доля аудитории была наибольшей во время детских и новостных программ. Это весьма любопытно, особенно в условиях Канады, где детские программы крайне невыгодны, так как реклама, направленная на детей, запрещена.

Для СВС очень важно сознавать, что отдельные программы, оставаясь невыгодными, привлекают большую аудиторию, а значит, удовлетворяют важную общественную потребность. Используя результаты исследования, СВС смогла внести коррективы в свою промышленную стратегию. Руководство СВС осознало, что кладя на одну чашу весов финансовые издержки производства таких программ и то обстоятельство, что действующие правила запрещают рекламу, нацеленную на детей, на другой чаше весов оказывается общее воздействие на аудиторию благодаря этим программам. Это означает, что СВС не следует придавать чрезмерного значения подсчету экономической эффективности таких программ, а понимать, что их производство и включение в сетку вещания, несмотря на отсутствие рентабельности, оправданы, так как их потребительская ценность для аудитории очень велика.

Помимо получения представления о том, что хотят канадцы от своей службы общественного вещания с точки зрения стоимости и направ-

ленности программной политики, объема программ канадского производства, передаваемых в течение недели, исследование изучило также финансовые показатели деятельности СВС, а именно информацию о зрительских привычках аудитории. Это позволило СВС, а в свою очередь и публике, получить ясную картину того, на что тратятся выделенные средства.

4.7.3. Изучение СОВ по заданию **Официальной комиссии:**

Измерение стоимости, произведенной СОВ: Британский регулятор вещания, Официальная комиссия (Офком) заказала в 2004 г. исследование, чтобы подсчитать, насколько зрители ценят услуги службы общественного телевидения. В основу подхода была положена формула расчета «скрытых издержек» АйТиВи1, которых удалось избежать, благодаря возможности показывать программы СОВ.

Данная формула направлена на то, чтобы выяснить подлинную стоимость СОВ, которая не сводится просто к затратам на производство тех или иных программ. Скорее, это некая маржа (или вклад), образуемый программами СОВ в сопоставлении с тем, что могло быть показано, если бы обязательства службы общественного вещания были возложены на других. Конкретнее, «скрытые издержки» обязательств службы общественного телевидения состоят из:

- Дополнительных производственных издержек на создание программ СОВ, соответствующих тем, что были фактически показаны, по сравнению с альтернативными не СОВ-программами, которые могли бы быть показаны вместо них.
- Чистые доходы от рекламы, потерянные в результате показа передач, соответствующих требованиям, предъявляемым к программам службы общественного вещания, а не передач скорее коммерческого характера, свойственных иным программам, нежели СОВ.

В порядке дополнения спецификации такого подхода нужно держать в поле зрения то, какого типа программы могли бы идти по АйТиВи1, если бы на нем не лежали обязанности показа программ, свойственных службе общественного вещания. Была разработана специальная программа, исходящая из той принципиальной установки, что в отсутствие обязательств службы общественного вещания, АйТиВи1 просто показывало бы большее число программ коммерческого характера, таких же, как оно уже показывает в схожие промежутки времени. На основе этого была разработана имитация сетки программ, которая включала передачи того типа, что АйТиВи действительно показывало в 2002 г. с альтернативными вариациями сетки вещания, показываю-

щими, что могло бы идти, если бы каждой из возложенных на АйТиВи обязательств службы общественного вещания не существовало. Результат этого эксперимента показал скрытые издержки АйТиВи1 в ежегодном исчислении, связанные с каждым видом используемых им программ СОВ, и количество часов программного времени, которые ежегодно тратятся на выполнение обязательств СОВ.

Дополнительная информация: http://www.ofcom.org.uk/tv/PSB_review/reports/PSB/asses/?a=87101

4.8. СОЗДАНИЕ ПРОГРАММ СОДЕЙСТВИЯ УЧАСТИЮ НАСЕЛЕНИЯ

Основной долг общественных радио- и телевизионных вещателей — оказывать всемерное содействие реализации праву общества знать благодаря разнообразию голосов и точек зрения. Причем, как утверждают представители общественной организации «Статья 19»¹¹, делаться это должно в полном соответствии с миссией службы общественного вещания, выполнение которой зависит от адекватности финансирования СОВ на основе закона. В понятие миссии входит предоставление качественных услуг, предполагающих самостоятельность в программировании и множественность мнений.

Очень важным является надлежащее обучение производственного персонала СОВ, чтобы сотрудники службы общественного вещания могли работать в разных жанрах и строить производственный процесс с подключением к передачам населения, чтобы голоса и мнения людей звучали в эфире.

4.8.1. Глас народа (Австралия): В середине 1980-х годов финансируемая правительством Специальная Служба Радиовещания (Эс-БиЭс) стала выпускать еженедельный телевизионный журнал в получасовом формате. Он выходил в пиковое время вечернего эфира по воскресеньям. Журнал «*Vox Populi*» (Глас народа) был инициирован двумя исследователями, работавшими в публичной службе вещания «этнического» (не англо-саксонского происхождения), которые чувствовали, что не англо-саксонские компоненты австралийского общества не имели голоса в СМИ, особенно на телевидении. «*Vox Populi*», новостной журнал о текущих событиях, освещал местные и международные ново-

сти, делая особый акцент на странах, откуда происходили разноэтнические австралийцы. Впервые на Австралийском телевидении новости и основные темы представлялись с использованием интервью, где вопросы представителям этнических сообществ Австралии (грекам, итальянцам, вьетнамцам, туркам, арабам и т.д.) и их ответы звучали на их родном языке, а перевод на английский давался субтитрами, дикторский же текст и представление передачи шли на английском.

Журналисты журнала ввели также концепцию «уличного оратора», когда команда телерепортеров ЭСБиЭс, состоящая из англоговорящего ведущего хорвата, двух операторов и звукоинженера, выезжали в заранее снятую точку проживания этнического сообщества, куда представители соответствующего этнического среза приглашались прийти и обсудить событие, происходящее в их родной стране (как, например, переворот на Фиджи в 1987 г.). Модератором дискуссии выступал ведущий программы, а сделанная запись редактировалась на студии перед ее выпуском в эфир. Существовали жесткие правила редактирования программы, направленные на то, чтобы мнения представителей этнических сообществ не подвергались цензуре и не вырывались из контекста. За два года программа стала самой высокорейтинговой передачей на ЭСБиЭс. Она также умышленно открыла двери для материалов журналистов-фрилансеров из этнических меньшинств, которые не могли приобрести опыт на местных телевизионных станциях, где языковые стандарты вещания работали против журналистов не англо-саксонского происхождения, в особенности тех, кто был рожден за пределами Австралии и не имел «правильного австралийского произношения». В силу этого большинство журналистов на «Vox Populi», включая ведущего передачи, не имели англо-саксонского акцента. В 1989 г., по окончании проходившей в Сиднее конференции по мультикультурным средствам информации, Федерация Советов Этнических Сообществ направила петицию, под которой подписались 300 человек, где призвала руководство ЭСБиЭс расширить формат программы до пяти дней в неделю с понедельника по пятницу, так как она вносит новую струю в новостную журналистику Австралии. Но она осталась только воскресной программой, а после сокращения финансирования в 1995 г. ЭСБиЭс прекратила ее выпуск.

4.8.2. Клубы радиослушателей (Малави): Созданный на Радиовещательной Корпорации Малави (ЭмБиСи) в сентябре 1999 г. отдел развития радиовещания является интересной моделью содействия участию населения в передачах с использованием методологий ком-

4.9. КАК ПОДАТЬ ЖАЛОБУ:

ПРАВО ЗРИТЕЛЕЙ И СЛУШАТЕЛЕЙ ОБЖАЛОВАТЬ «НЕПРАВИЛЬНЫЕ МЕТОДЫ ДЕЙСТВИЯ» ОРГАНИЗАЦИЙ СЛУЖБЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ

До сих пор мы рассматривали удачные методы действия службы общественного вещания, которые способствуют доступу населения к программированию передач СОВ. Не менее важно рассмотреть эффективные модели подачи жалоб на действия организаций СОВ в тех случаях, когда они негативно сказываются на качестве передач.

В некоторых странах особенно в последние годы для этого были выработаны специальные процедуры. Один из возможных подходов — использование фигуры Омбудсмена.

4.9.1. Омбудсмен (Канадская радиовещательная корпорация): Омбудсмен — это фигура, совершенно независимая от редакционного и управленческого персонала Канадской радиовещательной корпорации (СиБиЭс), он подотчетен непосредственно президенту СиБиЭс, а через него — Совету директоров корпорации.

Омбудсмен действует как апелляционная инстанция по жалобам тех, кто недоволен ответами, полученными от редакторов или управленческого персонала СиБиЭс. Он (она) обычно вмешивается только в тех случаях, когда автор обращения считает ответ, полученный от представителя корпорации, неудовлетворительным и доводит свое мнение до сведения службы омбудсмена. Однако омбудсмен может вмешаться и тогда, когда Корпорация не сумела дать ответ на жалобу в течение разумного срока. Омбудсмен определяет, были ли в процессе журналистского расследования или в ходе эфира, о котором говорится в жалобе, допущены нарушения принципов журналистской этики и стандартов корпорации. Установление фактических обстоятельств носит внесудебный характер, и омбудсмен не рассматривает вопрос о гражданской ответственности корпорации или ее журналистов. Омбудсмен информирует жалобщика, а также заинтересованных лиц редакторского и управленческого персонала о результатах своих изысканий. В случае необходимости омбудсмен устанавливает на основе обобщения полученных его службой обращений проблемные зоны,

волнующие публику, и дает соответствующие рекомендации менеджменту и журналистам СиБиЭс.

Дополнительная информация: http://cbc.radio-canada.ca/htmen/media_accountability/ombudsman.htm

4.9.2. Омбудсмен (Национальное общественное радио — США): Омбудсмен является представителем публики при Национальном Общественном Радио (NPR). Он уполномочен реагировать на жалобы, комментарии и критику в адрес программ NPR. Служба омбудсмена совершенно не зависит от журналистского или управленческого персонала NPR, подчиняясь непосредственно Президенту, а через него — Совету директоров NPR.

Омбудсмен выступает в качестве независимого источника информации NPR, выявляет, анализирует и объясняет отношение общественности к его передачам и соблюдению стандартов программирования и журналистики, принятых на Национальном публичном радио. Он (она) уполномочен принимать жалобы от населения по поводу программ NPR и направлять их для подготовки ответа соответствующим менеджерам. Если жалобщик сочтет полученный ответ неудовлетворительным, омбудсмен вправе провести расследование соблюдения стандартов и практики деятельности NPR, исходя из поставленного вопроса. Он направляет ответ жалобщику, информирует менеджмент об установленных им фактах и сделанных выводах и вправе придать сделанные им выводы огласке, если они представляют интерес не только для обратившегося, но и для других людей. Омбудсмен может вмешаться и в том случае, когда менеджмент NPR не сумел предоставить ответ на жалобу вовремя.

Дополнительная информация: <http://www.npr.org/yourturn/ombudsman/mission.html>

4.9.3. Независимая коллегия по рассмотрению жалоб (Австралийская Радиовещательная Корпорация): Независимая коллегия по рассмотрению жалоб (ICRP) была учреждена правлением Австралийской радиовещательной корпорации (ЭйБиСи), чтобы облегчить независимое рассмотрение жалоб, без каких либо затрат для жалобщика. Члены коллегии назначаются правлением, исходя из их профессионального опыта в области:

- Журналистской этики и практики.
- Организации работы СМИ.
- Электронных СМИ и производства программ.
- Процедуры рассмотрения жалоб и обращений.
- Анализа проблем общества и государства.

У ЭйБиСи существует также внутренняя процедура рассмотрения жалоб, но если слушатель/зритель не удовлетворен ответом ЭйБиСи на письменную жалобу о явной предвзятости, отсутствии сбалансированности или неправильном обращении, то вынесенное решение может быть пересмотрено Коллегией. Она может рассматривать жалобы только по вышеуказанным вопросам.

Дополнительная информация: http://abc.net.au/corp/audience/complaints_how.htm

Во многих других странах по всему миру также назначают омбудсменов и медиаторов, чтобы рассматривать жалобы и осуществлять мониторинг деятельности службы общественного вещания. Во Франции, например, медиатор назначается Президентом Республики, чтобы давать оценку и реагировать на обращения граждан по определенным программам. Первый шаг состоит в обращении в подразделение, которое на соответствующем канале отвечает за рассмотрение жалоб и связь с населением. Если индивид не удовлетворен ответом, предоставленным ему соответствующим каналом, он может прибегнуть к помощи медиатора, который сам оценивает поведение канала и обоснованность поступивших от граждан жалоб. В Швейцарии также есть омбудсмен, задачей которого является обеспечить соблюдение стандартов и методов журналистской работы, принятых на СОВ.

Все это позитивные шаги, направленные на повышение ответственности организаций службы общественного вещания перед своей аудиторией. Одновременно это и меры, предоставляющие гражданам канал, посредством которого они могут выразить свои претензии к содержанию, высказаться по поводу того, что они считают неподобающим или неприемлемым. Для организаций СОВ жизненно важно продолжать создание механизмов, которые позволяют налаживать и совершенствовать участие граждан, наделяя их полномочиями, которые, делая их ответственными общественными институтами, повышают доверие к самим вещателям.

4.10. ИСТОЧНИКИ

4.10.1. Организации

Citizens for Independent Public Broadcasting (USA): <http://www.cipbonline.org/>

Friends of Canadian Broadcasting: <http://www.friends.ca/>

Friends of the ABC (Australia): <http://www.friendsoftheabc.org>

Independent Complaints Review Panel (ABC, Australia): http://abc.net.au/corp/audience/complaints_how.htm

Ombudsman (Canadian Broadcasting Corporation): http://cbc.radio-canada.ca/htmen/media_accountability/ombudsman.htm

Ombudsman (National Public Radio—USA): <http://www.npr.org/yourturn/ombudsman/mission.html>

Voice of the Listener & Viewer (UK): <http://www.vlv.org.uk/>

4.10.2. Публикации

- *Aquila, P. (2003)*. The SARS Channel in Singapore: A short return to non-commercial public service broadcasting. *Media Asia*, 30(4), 206–215.
- *Barnett, S, & Docherty, D. (1987)*. Public service broadcasting in different cultures. *Communication Research Trends*, 8(3&4), 2–4.
- *Bourges, H. (1993)*. The public service channels in France: Independence and responsibility. *Diffusion, Summer*, 2–6.
- *Boyle, R. (1999)*. Young Asia Television experiments with public service broadcasting. *Media Development*, 46(1), 10–12.
- *Heath, C. W. (1998)*. Private sector participation in public service broadcasting: The case of Kenya. *Journal of Communication*, 38(3), 96–107.
- Jabbar J., “Citizens’ media dialogue. The book of the website: www.wiredet.com/cmd”. UNESCO. Decent Print Enterprises, Royal Book Company. April 2005, Karachi — Citizens’ media dialogue. The book of the website: www.wiredet.com/cmd
- *Jakubowicz, K. (1996)*. Civil society and public service broadcasting in Central and Eastern Europe. *The Public Javnost*, 3(2), 1996.
- *Joseph A.*, “Media Matter- Citizens Care. The who, what, when, where, why, how, and butts of citizens’. UNESCO, May 2005.
- *Karnik, K. (1999, December)*. Public service broadcasting: Issues and survival strategies. *Paper presented at the international conference of Europe-Asia-pacific Dialogue on Public Service Broadcasting, Quezon City*.

- *Lowe, G.F. (1995). Transformation and restructuring in public service broadcasting: Lessons from the Finnish Radio reform. The Nordicom Review, 1, 43–47.*
- *Mendel, T. (2002). Access to The Airwaves: Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation. UK: Article 19.*
- *Pieper, A.K. (1992/1993). German public service broadcasting, an instrument of democracy. Diffusion, Winter, 28–32.*
- *Public and commercial broadcasting in New Zealand — a new model? (1999, November). Paper presented at the International Conference, 2nd, and Europe-Asia-pacific Dialogue on Public Service Broadcasting, Quezon City.*
- *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (1998). Public service broadcasting and editorial independence: Strengthening democratic voices. Report of the International Seminar, Tampere 16–18 June 1997, Paris.*
- *Ward, D. (2003). State aid or band aid? An evaluation of the European Commission’s approach to public service broadcasting. Media Culture & Society, 25(2), 233–250.*
- *Youshkavitchus, H. Public service broadcasting for the good of a nation and society—http://www.unesco.kz/ci/projects/aibd/PSB/fr_youshkavitchus_eng.html*

¹ <http://www.itu.int/wsis/>

² www.wiredet.com/cmd

³ Joseph, A., “*Media Matter- Citizens Care. The who, what, when, where, why, how, and buts of citizens*”. UNESCO, May 2005

⁴ Equivalent to the elected head of the state government.

⁵ This very successful programme was discontinued after Mr. Naidu’s party, the Telugu Desam, lost the elections and the Congress party came to power in the state elections in 2004.

⁶ *Toby Mendel, Access to the Airwaves: Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation. UK: Article 19, 2002.*

⁷ A.K. Pieper. “*German Public Service Broadcasting, an instrument of democracy*”, Diffusion, EBU (Summer 1993).

⁸ Carla Heath. “*Private sector participation in Public Service Broadcasting: The case of Kenya*”, Journal of Communication, Vol. 38, No. 3 (1988).

⁹ M. Raboy. “*Towards a new ethical environment for public service broadcasting*”, Studies of Broadcasting, 29, p7–35 (1993).

¹⁰ Ibid.

¹¹ *Toby Mendel, Access to the Airwaves: Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation. UK: Article 19, 2002.*

5.1. ВВЕДЕНИЕ

Необходимость независимости службы общественного вещания, снабженной соответствующими сдержками и противовесами и обеспеченной правовыми механизмами, стоящими на страже ее независимости, наглядно иллюстрирует приведенное ниже (Бокс 5.1.) высказывание Поля Кругмана (Paul Krugman).

Организации СОВ, чтобы справиться с ролью распространителей новостей и аналитиков положения дел в обществе, должны пользоваться максимальной степенью свободы в рамках общепризнанных принципов свободы деятельности СМИ и конституционных прав граждан на свободу слова. Вместе с тем необходимо, чтобы каждый индивид был защищен от ущерба, который может нанести придание неоправданной огласке сведений о его личной жизни.

В этой главе будут рассмотрены правовые нормы, кодексы поведения и международные декларации о принципах деятельности службы общественного вещания, которые призваны оказывать содействие в построении независимой системы СОВ на национальном уровне.

БОКС 5.1.

Во время войны в Ираке произошла забавная вещь: многие американцы обращались за телевизионными новостями о происходящем к БиБиСи. Зрители искали альтернативную точку зрения, то, что они не могли найти в телевизионных сетях внутри страны, которые, по словам генерального директора БиБиСи, «развернули американский флаг и заменили беспристрастность патриотизмом».

Оставив в стороне вопрос о справедливости или несправедливости самой войны, рассмотрим данный парадокс. Собственником БиБиСи является правительство Великобритании, и от корпорации следовало бы ожидать безоговорочной поддержки политики правительства. На самом деле она старалась, даже слишком, как уверяют ее критики, оставаться беспристрастной. Американские телевизионные сети находятся в частных руках, тем не менее они вели себя как государственные средства информации.

— Paul Krugman, in *The China Syndrome: Corporate Media and Iraq War*¹

5.2. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И КОДЕКСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Немало копий было сломано по вопросу о том, следует ли вводить кодексы профессиональной деятельности с помощью права извне или добровольно изнутри. Многие считают, что вопросы этики не сводятся к применению формального набора правил, а заключаются в ответственном отношении к выполнению журналистских обязанностей. Кодексы профессиональной этики в печати, на радио и телевидении служат поддержкой последней точки зрения. В список Международного Совета по Прессе помещено более 370 Кодексов поведения, указанных на его веб-сайте (<http://www.presscouncils.org>). Вот некоторые примеры, касающиеся организаций службы общественного вещания.

5.2.1. Редакционный кодекс Южно-африканской Радиовещательной Корпорации (SABC): Правление и менеджмент корпорации подтвердили свою приверженность принципу редакционной независимости и правилам Редакционного кодекса этики. В целях данного Кодекса следует исходить из того, что полномочия принятия решений редакционного характера принадлежат сотрудникам редакции. **В кодекс включены директивы по обеспечению редакционной самостоятельности и недопущению дискриминации. В нем говорится:**

- Мы должны сообщать новости объективно, помещая их в контекст, подавать новости честно, стремясь раскрыть все существенные факты, не допускать замалчивания относящихся к делу или имеющих фактов, в том числе и путем искажения их неправильной расстановкой акцентов.
- Мы должны учитывать опасность усиления дискриминации из-за средств информации и делать все возможное, чтобы избежать поощрения дискриминации по признаку пола, расы, языка, культуры, политических убеждений, классовой принадлежности, сексуальной ориентации, религии, семейного положения, физической или психической недееспособности.
- Мы должны оценивать информацию исключительно исходя из ее достоинств и не позволять соображениям рекламного, коммерческого, политического или личного характера влиять на принятие редакционных решений.
- Мы должны стремиться к сбалансированности информации через сообщение, по возможности, всех, относящихся к делу, точек

зрения по важным вопросам. Это требование не всегда можно выполнить в рамках одной программы или выпуска новостей, но к этому следует стремиться в течение разумного временного интервала.

- Мы должны проявлять инициативу в поисках, получении и сообщении информации по вопросам, которые волнуют общество в целом и каждого конкретного человека, служить праву общества знать.²

5.2.2. КОДЕКС СТАНДАРТОВ И ПРАВИЛ ПОВЕДЕНИЯ

Канадской радиовещательной корпорации (СВС): у корпорации есть 54-страничный документ (к нему можно получить доступ через веб-сайт Международного Совета Прессы), где изложены правила поведения, которых должны придерживаться журналисты и изготовители программ, с отсылкой к соответствующим критериям и практике. В первом параграфе заявляется программная политика СВС, которая строится на определенных принципах, положенных в основу философии корпорации:

- а) Радиоволны принадлежат народу, который имеет право услышать основные точки зрения по всем важным вопросам.
- б) Радиоволны не должны попасть под контроль отдельных лиц или групп влияния, вследствие той особой роли, которую они играют в общественной жизни.
- в) Полный обмен мнениями является одной из важнейших гарантий свободы общественных институтов.
- г) Корпорация сохраняет и осуществляет полномочия редактора, контролирует и несет ответственность за содержание всех программ, передаваемых с помощью ее технических средств.

Политика Корпорации состоит в том, что она не исходит из редакционной позиции при программировании. В разделе о «прозрачности финансирования» говорится:

СВС привержена принципу прозрачности финансирования всех своих информационных программ. Их аудитория должна быть уверена, что решения принимаются по собственно редакционным соображениям, а не в результате политического или коммерческого давления, либо в угоду особым интересам. Честность СВС никогда не должна быть скомпрометирована из-за финансового давления или коммерческих предложений, поступивших извне от заинтересованных групп

или организаций. Стремясь сохранить доверие к корпорации, мы должны указывать все источники, из которых осуществлялось финансирование выхода в эфир. Подробности финансовых и относящихся к ним договоренностей с третьими лицами в отношении программ, приобретаемых СВС, должны быть доведены до сведения корпорации в письменном виде. Эти принципы применимы ко всем независимым производителям и их продукции, изготовленной для СВС, и должны найти отражение в контрактах между ними и СВС. В контрактах должно быть указано, что СВС поставлен в известность и согласен со всеми источниками финансирования до размещения заказа на программу.

О политике использования в программах результатов исследований Кодекс говорит следующее:

СВС требует соблюдения высоких стандартов использования в программах материалов исследований, которые должны быть объектом тщательного редакционного контроля и внимания. Малейшая фактическая ошибка может подорвать доверие ко всей программе. Любой анализ в области социальных наук прямо или косвенно связан с разработкой и проверкой гипотез. Первоначальная гипотеза программного проекта должна выдержать проверку исследованием, так как, если она будет вызывать сомнения или не найдет подтверждения, редакционная предвзятость окажется невольно встроенной в проект. Исследовательский отдел СВС дает заключение о выборе метода исследования. Исследования, которые строятся на выборочных опросах репрезентативных групп, изучении общественного мнения, контент анализе и т.п., должны проводиться или заказываться при посредстве Исследовательского отдела СВС. Всякий проект, строящийся на результатах, полученных с использованием методов изучения, принятых в социальных науках, должен получить одобрение руководителя, отвечающего за точность фактической информации. Если в проекте используются ресурсы внешних по отношению к СВС институтов или экспертов, у которых могут быть в некоторых случаях, предвзятые представления о предмете, такое мнение должно быть соответственно сбалансировано использованием иных внешних ресурсов. Ответственность за программу, ее редакционную интерпретацию, а равно контекст, в котором преподносятся факты, несет только СВС.

Дополнительная информация: http://www.presscouncils.org/library/Canada_CBC.doc

5.2.3. Кодекс этики Радио Франс Интернасьональ:

У Radio France International (RFI), международного подразделения государственного радио Франции, в кодексе этики есть интересный раздел о «Соблюдении точности в фактах», который гласит:

Право искать информацию и распространять ее является также и обязанностью. Это — главная миссия средства информации. Данная миссия и способы ее выполнения являются источником легитимности его действий и основой свободы, которой он пользуется. В часто цитируемых определениях Конституционного совета Французской Республики все больший упор делается на связь между правом информировать и правом на информацию, что помогает всем людям лучше понимать общество и мир, в котором они живут, и вести себя как подобает гражданам.

Соблюдать точность в фактах означает на деле применять принципы честности и беспристрастности. Очевидно, это предполагает не включать ложь и с осторожностью относиться к слухам и предположениям. Сюда входит также:

- Проверка и подтверждение надежности источников. Независимо от возрастающих требований, предъявляемых к скорости, никого нельзя вынуждать выдавать информацию, если нет уверенности в ее точности.
- Отстраниться и всмотреться в имеющуюся информацию или наблюдаемое событие. Но отстраниться, не обязательно значит задержаться.
- Действовать быстро, законно и целесообразно — у редакторского состава RFI, как и у других журналистов, может и должен быть вкус к «игре на опережение», если, конечно, речь идет о точной и важной информации.
- Придерживаться смысла слов и документов, которые цитируются или передаются в неполном виде.
- Отказываться от любых подделок, если возникает угроза двусмысленности, ясно указывать, что репортаж подвергся редактированию.
- Ссылаться на источник документов в случае необходимости.

Дополнительная информация: <http://formation.rfi.fr>

5.2.4. Шведский Кодекс этики: Был принят Советом сотрудничества прессы. Он действует также и в отношении общественного радио и телевидения. В нем есть любопытный раздел о «Правилах

недопущения рекламы под видом редакционных материалов», который может быть использован как ценное руководство для организаций службы общественного вещания, действующих в сугубо коммерческой медийной среде.

Общие правила кодекса, применительно к практической деятельности, включают в себя следующее:

1. Ставить материал только в соответствии с журналистским решением и/или исходя из логики программы. У вас никогда не должно быть ни умысла дать рекламу каким-либо товарам или услугам, ни неосторожного представления материалов таким образом, чтобы у аудитории сложилось впечатление, что они носят коммерческий характер. Помните, что не следует путать редакционные и коммерческие материалы даже в мелочах.

2. Отвергайте идеи и предложения статей и программ, если в ответ, в порядке благодарности, они включают рекламу в той или иной форме. В принципе, отказывайтесь от предложений бесплатных или сильно субсидируемых поездок. Отказывайтесь от подарков и иных благ. Никогда заранее не обещайте, что вы что-либо опубликуете.

3. Статьи и программы с информацией для потребителей предъявляют особенно высокие требования к журналистской честности. Поэтому покажите, как осуществлялся выбор продуктов/услуг, о которых говорится в статье/программе. Внесите ясность в то, как сравнивались или проверялись товары/услуги. Будьте особенно осторожны и критичны, когда имеете дело с рецензиями на товары. Избегайте пристрастности, информируя об ограниченной группе товаров или только об одном поставщике товаров/услуг, о торговых комплексах, магазинах, ресторанах и т.п.

4. Подвергайте информацию о театральных постановках, концертах, фильмах, выставках, спортивных событиях нормальной журналистской оценке, чтобы определить ее ценность как новости. Критически проглядите материал, чтобы убедиться, что форма его подачи мотивирована журналистскими соображениями.

5. Упоминайте о компаниях и организациях, которые дарят призы или участвуют в мероприятии каким-либо иным образом, например, как спонсоры участников, соревнований, карнавалов, благотворительных балов, только если для этого есть веские журналистские доводы.

Дополнительная информация: <http://www.presscouncils.org/library/Sweden.doc>

5.3. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ДЕКЛАРАЦИИ:

Руководство к действию для СОВ

За последние годы появилось немало международных деклараций и принципов деятельности, которые ставят своей целью направлять деятельность службы общественного вещания (СОВ). Часть таких деклараций содержится в многосторонних соглашениях, подписанных национальными правительствами, что придает им не только моральную силу. Другие включают декларации и резолюции, принятые на международных форумах (они перечислены в главе 1). Помимо этого, рядом судов и арбитражных органов как на международном, так и на национальном уровнях, были вынесены решения, содержащие принципы и руководящие разъяснения, которые выросли во впечатляющий массив прецедентного права, и имеют общее применение. Некоторые из этих деклараций приводятся здесь в сокращенном виде.

5.3.1. Всеобщая декларация прав человека: Всеобщая декларация прав человека — это один из важнейших документов универсального действия в послевоенном мире. В ней содержится общая гарантия свободы слова, которая считается опорой деятельности СОВ, так статья 19 декларации гласит:

Каждый человек имеет право на свободу убеждений и на свободное выражение их; это право включает свободу беспрепятственно придерживаться своих убеждений и свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами и независимо от государственных границ.

Это право было подтверждено в Международном пакте о гражданских политических правах (статья 19). Согласно этому многостороннему договору подписавшие его правительства, а таких в мире более 145, юридически обязаны обеспечить население на своей территории возможностью пользоваться закрепленными в пакте правами. Аналогичные гарантии свободы слова содержатся в региональных соглашениях по правам человека, таких как Европейская Конвенция о защите прав человека и основных свобод (статья 10), Американская Конвенция о правах человека (статья 13), Африканская Хартия прав человека и народов (статья 9).

Дополнительная информация (полный текст): <http://www.unhchr.ch/udhr/lang/eng.htm>

5.3.2. Межправительственные декларации: Как указывалось в первой главе, идея службы общественного вещания получила мощную поддержку в целом ряде межправительственных заявлений, принятых за последние годы. В 1992 г. при поддержке ЮНЕСКО была принята Алматинская декларация, которая призвала правительства оказать содействие развитию службы общественного вещания на своей территории. Тогда как *Резолюция Совета представителей правительств государств — членов Европейского Союза*, отмечая тесную связь между СОВ и демократией, подчеркнула необходимость плюрализма средств информации. Тем не менее, в другой резолюции «О будущем службы общественного вещания», принятой под эгидой Совета Европы, содержался призыв к созданию по меньшей мере одной общенациональной организации службы общественного вещания в каждой стране.³

Дополнительная информация (полный текст): http://www.unesco.org/webworld/com_media/communication_democracy/almaty.htm

5.3.3. Рекомендации Комитета министров Совета Европы:

В международно-правовых документах подчеркивалась также необходимость того, чтобы все вещатели вообще и принадлежащие к службе общественного вещания в частности пользовались высокой степенью независимости, особенно от вмешательства правительства, что позволит им эффективно выполнять свои обязательства перед обществом. Например, в 1996 г. Комитет министров Совета Европы издал Рекомендацию о гарантиях независимости службы общественного вещания. В ней содержался призыв предоставить операторам службы общественного вещания действенные гарантии от вмешательства в программные вопросы, от произвольного увольнения и вероятного конфликта интересов (Рекомендация № R(96) 10 — статьи 9–13). В документе говорится, что только руководители оператора СОВ должны нести полную ответственность за повседневную деятельность вещателей и быть надежно защищены от любой формы политического вмешательства (статьи 4–8).

Дополнительная информация: <http://www.mediator.online.bg/eng/broadc.htm>

5.3.4. Декларации ЮНЕСКО: ЮНЕСКО также публично подчеркивала необходимость в такой независимости. В *Виндхукской декларации* 1991 г. ЮНЕСКО подтвердила свои критерии, заявив, что

финансирование государственных средств информации должно осуществляться там, «где власти на основе конституции реально свободу информации и выражения мнений и независимости печати». В *Декларации Сантьяго* 1995 г. ЮНЕСКО вновь подчеркнула принципы Виндхукской декларации и утвердила принцип, согласно которому «государственные власти должны предоставлять своевременно и в обоснованные сроки информацию о государственном секторе». В принятой под ее эгидой Декларации Саны 1996 г. ЮНЕСКО пошла еще дальше. Она обусловила предоставление международной помощи организациям службы общественного вещания, финансируемым из государственных источников, наличием необходимых гарантий их независимости от государства. В другом документе, Софийской декларации, принятой год спустя, ЮНЕСКО выразила надежду, что финансируемая государством служба общественного вещания (СОВ) будет постепенно трансформирована в систему подлинно независимых организаций, пользующихся реальной редакционной свободой. Хотя декларации ЮНЕСКО не являются для государств-членов юридически обязательными, они были подтверждены Генеральной конференцией ЮНЕСКО, а, следовательно, отражают волю международного сообщества.

Дополнительная информация: http://www.unesco.org/webworld/com_media/communication_democracy/basic_texts

Конечно, независимость СОВ неразрывно связана с достаточностью финансирования. Это обстоятельство получило специальное признание во многих опубликованных международных документах. Так в резолюции Совета Европы «*О будущем службы общественного вещания*», о которой говорилось ранее, делается упор на чрезвычайную важность финансовой независимости организаций СОВ, также как и в других документах, опубликованных этой организацией за последние годы.⁴ Финансирование организаций должно, как уже отмечалось, не только соответствовать возлагаемым на них обязанностям, но и изолированным от произвольного увеличения или уменьшения со стороны тех, кто держит в руках ремешки от кошелька.

Потребность в стабильности и безопасности финансирования была подчеркнута в докладе, опубликованном Европейским радиовещательным союзом в 2000 г.⁵:

В интересах стабильности и безопасности такое финансирование должно (помимо закона об одобрении государственного бюджета) строиться на четкой правовой основе, где определяется уровень фи-

нансирования на соответствующий период времени. Зависимость от ежегодных решений (по бюджету) или от мер специального характера создает обстановку нестабильности и подрывает способность службы общественного вещания заниматься долгосрочным планированием и инвестициями в развитие.⁶

5.3.5. Судебное толкование: Несмотря на общий характер формулировок, в которых право на свободу слова нашло выражение в этих документах, связь между ним и укреплением службы общественного вещания многократно подчеркивалась в той решительной поддержке средств информации, которая звучала в судебных решениях всякий раз, когда это право получало судебное толкование.⁷

В ряде стран суды также решительно высказывались в пользу наделения организаций службы общественного вещания максимально возможной степенью независимости. Среди выделяемых судами конкретных обязательств государства, которые имеют прямое отношение к СОВ, подчеркивается обязательство соблюдать принципы разнообразия и плюрализма. Так, Европейский суд по правам человека отметил, что «сообщение информации и идей, имеющих всеобщий интерес, ... не может успешно осуществляться, если оно не основывается на принципе плюрализма».⁸

Верховный суд Индии постановил, что для выполнения конституционной обязанности гарантировать гражданам право на свободу слова на государстве лежит позитивный долг обеспечить плюрализм и разнообразие взглядов, мнений и идей на радиочастотах.⁹

В отмеченном выше решении Верховного суда Индии суд постановил, что радиоволны являются общественным достоянием, поэтому любая попытка правительства Индии установить монополию на радиовещание является совершенно неприемлемой.

Федеральный Конституционный суд Германии более чем недвусмысленно постановил, что на организациях государственной службы радио- и телевещания лежит обязанность обеспечить своим зрителям и слушателям возможность знакомиться с широким и всеобъемлющим кругом программ.¹⁰

Верховный суд Ганы в решении, вынесенном в 1993 г.,¹¹ не менее решительно высказался в поддержку необходимости освобождения от прави-

тельствственного контроля предприятий массовой информации, которые находятся в государственной собственности:

Находящиеся в собственности государства средства информации являются национальным достоянием, они принадлежат всему обществу, а не абстрактному понятию государства или правительству у власти, либо какой-нибудь партии. Если такое национальное достояние превращается в рупор одной партии или блока партий, оспаривающих власть, демократия становится простой бутафорией.

В 1997 г. Верховный суд республики Шри-Ланка отменил как неконституционный закон, согласно которому правительство могло влиять на назначение Директоров национального ведомства по регулированию радио- и телевизионного вещания, указав, что если бы закон остался в силе, то это привело бы к появлению регулятора, «лишенного достаточной самостоятельности, требующейся от ведомства, которому доверено регулирование деятельности электронных средств информации, которые, по всеобщему мнению, являются самыми мощными инструментами воздействия на мысль».¹²

В следующей главе мы рассмотрим стандарты программирования радио- и телепередач, сложившиеся в процессе регулирования, закрепленные в моделях, кодексах поведения и декларациях, о которых шла речь в предыдущей главе.

5.4. ЗАЩИТА МЕСТА СОВ НА РЫНКЕ ИДЕЙ: ЛУЧШИЕ МЕТОДЫ РАБОТЫ И ПЛЮРАЛИЗМ

Мировой опыт показывает, что действительная ценность той или иной системы организации службы общественного вещания (СОВ) зависит не столько от качества самой организации, сколько от ее взаимодействия с другими игроками на рынке как внутри, так и за пределами СОВ. Это вопрос отчасти культуры, а отчасти регулирования.

Например, появление новых игроков, будь то многоканальное спутниковое или кабельное телевидение, не обязательно должно оттеснить службы общественного радио- и телевещания на второй план. Организации СОВ могут сохранить и даже усилить свои позиции, если спутниковый и кабельный операторы будут нести либо собственные каналы, подобные СОВ, либо транслировать наземные каналы. Вме-

сте с тем приход новых игроков представляет вызов для регулятора, которому предстоит найти правильный баланс между их коммерческой природой и ценностями СОВ, а также вызовом для организаций СОВ, которым нужно приспосабливаться к новой конкурентной среде. Очевидным выходом представляется связать получение новых лицензий на вещание с выполнением определенных обязательств. Таким образом, дополнительные коммерческие возможности, которые открываются благодаря подписке и доходам от рекламы, будут обменены не только на плату за доступ к частотному спектру, но и на ограничения либо требования, предъявляемые к программированию передач. Проведение в жизнь принципа общедоступности программ СОВ будет осуществляться принудительно под давлением регуляторов, действующих в интересах всего общества.

Среди многочисленных правил деятельности можно назвать следующие:

5.4.1. Дания: Датский закон о коммуникациях 1998 г. предписывает всем спутниковым и кабельным операторам включать в обязательный пакет распространение каналов Радио Дании TV2. Более того, в тех местах, где имеется региональная или местная служба общественного радио и телевидения, они должны быть включены в пакет, предлагаемый к продаже в данной местности.

5.4.2. Германия: Как легко себе представить, на дисплее потребителя одновременно присутствуют предложения от укоренившихся игроков, предлагающих услуги СОВ, и предложения спутникового или кабельного «букета» телевизионных каналов от новых участников рынка, причем в такие букеты входят стандартные программные наборы прежних игроков. Типичным, а потому очень важным, является случай с кабельной телевизионной компанией Кабель Дейчланд (KD), предоставляющей телевизионные услуги за плату. Она приобрела большинство кабельных широкополосных сетей, находившихся ранее в собственности Дейче Телеком. Две крупнейших организации службы общественного телевидения Германии, ARD и ZDF хотели, чтобы KD продолжила распространение в наиболее доступной форме, то есть в незашифрованном виде, полного набора их каналов в цифровом формате, включая *ARD Digital* and *ZDF Vision*. Складывается впечатление, что, несмотря на сопротивление KD, закон и регулирующие органы поддержали позицию ARD and ZDF. Такое решение имеет принципиальное значение, далеко выходящее за рамки распространения программ

указанных сетей. С точки зрения СОВ, оно приобретает прецедентный характер, так как подтверждает официальную точку зрения, что кабельная и спутниковая трансляции относятся к сфере публичного пространства, в отношении которого действует презумпция, что программы службы общественного вещания должны распространяться там, где это возможно, приобретателями прав на пользование этим пространством.¹³

5.5. ЗАЩИТА ЦЕННОСТЕЙ СОВ НА РЫНКЕ ИДЕЙ: ПОощРЕНИЕ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИИ, ПРИДЕРЖИВАЮЩИХСЯ ЧАСТНО-ПУБЛИЧНОГО СТИЛЯ

Возможно, необходимость выдавать лицензии коммерческим вещателям для деятельности в тех областях, где существует или практически сложилась правительственная монополия, для того чтобы стимулировать конкуренцию в предложении программ, свойственных СОВ, не воспринимается всерьез. Но есть примеры, показывающие, что это помогает убедить правительственные новостные службы улучшить в целом освещение деятельности правительства. Более того, некоторые частные операторы действительно делают расследования и репортажи на очень высоком профессиональном уровне, как NDTV в Индии или MTV в Шри-Ланке, которое главным образом выполняет функции службы общественного вещания. Выдача лицензий коммерческим вещателям может оказать влияние и на правительственных вещателей, так как заставляет их конкурировать. (Smith, 2005).

5.5.1. НДТВ: Индия: Нью Дели Телевижн (НДТВ) начал вещание в апреле 2003 г. У него есть два круглосуточных новостных канала, один выходит на английском языке, другой — на хинди. Всего за один год их англоязычная служба стала поставщиком новостей № 1 в Индии, а второе место заняла служба новостей на хинди. Во время всеобщих выборов 2004 г. НДТВ провела конкурс среди рекламных агентств на разработку 30-секундного рекламного ролика, чтобы убедить людей «покинуть удобные кресла и, проголосовав, исполнить свой гражданский долг». Радж Наяк, исполнительный директор компании НДТВ Медиа Raj Nayak, описал рыночную мотивацию конкурса так: «использовать представившуюся возможность, чтобы вызвать интерес у творчески мыслящих людей в рекламных агентствах, и побудить лучшие умы рекламной индустрии поработать над малофор-

матным роликом службы общественного телевидения, способным побудить людей придти на выборы». Подлинной причиной проведения конкурса, сказал Наяк, было чувство социальной ответственности НДТВ. «Будучи ответственным поставщиком теленовостей, мы могли бы сами сделать некий образовательный материал, объясняющий зрителям, почему использовать имеющееся у них право голоса важно и что надо придти и проголосовать» (Dixit, 2004). Пожалуй, данные слова лучше всего объясняют роль службы общественного вещания, хотя в данном случае речь идет о полностью частном вещателе, реализовавшем замысел Пранной Роя, известного журналиста, который стремится превратить свою телесеть в СиЭнЭн для Азии.

Дополнительная информация: <http://www.ndtv.com>

5.5.2. Ширази Радио: Шри-Ланка: В Шри-Ланке учреждение частных радиостанций, начиная с середины 1990-х, привело к увеличению разнообразия предложений в радио секторе. В высоко политизированной и раздираемой кризисами стране коммерческое радио оказалось на высоте, предоставив своей аудитории как развлечение, так и информацию. Введение в стране частного радио совпало по времени с либерализацией политического климата после 1994 г. Одной частной радиостанции Ширази удалось воплотить в жизнь эффективную формулу соединения злободневных текущих новостей с развлекательными программами. Радиостанция оказалась настолько успешной в привлечении значительной доли слушателей, что ее формат подсказал государственной компании Радиовещательной Корпорации Шри-Ланка запуск на радио нового канала, названного Лакханда в 1996 г. Консультант по вопросам коммуникаций г-н Гунасекаре отметил, что вновь созданные средства информации как на радио, так и на телевидении перестали чураться в своих передачах конфликтных вопросов в политике, культуре и общественной жизни. У сектора государственных средств информации, который ранее избегал касаться спорных тем, не осталось альтернативы, кроме как последовать их примеру, разве что с меньшей интенсивностью. Эта тенденция рассматривается как позитивное следствие либерализации средств информации.¹⁴

5.6. ИСТОЧНИКИ

5.6.1. Публикации

- *Chua, A. (1998, February)*. Regulating for quality from the commercial sector. *CBA SCS/NTU Conference on Public Service Broadcasting: Thriving in a Diverse Broadcasting Environment, Singapore*.
- *Dixit, S.V. (2004)*. NDTV targets advertising community with poll contest, *16 March, agencyfaqs!, New Delhi*.
- *European Commission (17 October 2001)*. Commission clarifies application of State aid rules to Public Service Broadcasting, *press release, IP/01/1429. Brussels*.
- *Seneviratne, K (2001, September)*. Radio in Asia: Is liberalisation facilitating peoples' voices on the airwaves? *Paper presented at the International Radiocracy conference in, Durban, South Africa*.
- *Smith, E. (1998, February)*. Regulating for quality from the commercial broadcasting. *Paper presented at the AMIC CBA SCS/NTU Conference on Public Service Broadcasting: Thriving in a Diverse Broadcasting Environment, Singapore*.
- *Smith, E. (2005, April)*. Comments on behalf of CBA *in online conference*.

5.6.2. Веб-сайты:

- African Charter on Human and Peoples' Rights: http://www.diplomacy.edu/africancharter/acharter_intro.asp
- Canadian Broadcasting Corporation Codes of Standards and Practices: http://www.presscouncils.org/library/Canada_CBC.doc
- Council of Europe Parliamentary Assembly Report on PSB (January 2004): <http://assembly.coe.int/Main.asp?link=http%3A//assembly.coe.int/Documents/WorkingDocs/doc04/EDOC10029.htm>
- Declaration of Sofia: <http://www.unesco.org/bpi/eng/unescopress/sofiad.htm>
- Inter-governmental Declarations: http://www.unesco.org/webworld/com_media/communication_democracy/almaty.htm
- International Covenant on Civil and Political Rights: http://www.unhchr.ch/html/menu3/b/a_ccpr.htm
- International Press Council Code of Ethics: <http://www.presscouncils.org/html/frameset.php?page=library2>
- NDTV (India) — <http://www.ndtv.com>
- Radio France International Code of Ethics: <http://formation.rfi.fr>

- Recommendations of the Committee of Ministers of the Council of Europe: <http://www.mediator.online.bg/eng/broadc.htm>
- Swedish Code of Ethics: <http://www.presscouncils.org/library/Sweden.doc>
- UNESCO Declarations: http://www.unesco.org/webworld/com_media/communication_democracy/basic_texts
- Universal Declaration of Human Rights: <http://www.unhchr.ch/udhr/lang/eng.htm>
- Universal Declaration on Human Rights: <http://www.un.org/Overview/rights.html>

¹ Paul Krugman, *The China syndrome: Corporate media and Iraq War* (2003, 13 May). New York Times. Retrieved 1 June 2005, from http://www.thirdworldtraveler.com/Corporate_Media/China_Syndrome.html

² International Press Council website: <http://www.presscouncils.org/>

³ Resolution No. 1, *Future of Public Service Broadcasting*, Fourth Council of Europe Ministerial Conference on Mass Media Policy, Prague, 1994.

⁴ Res. 428 of 1970 and Rec. 748 of 1975 of the Parliamentary Assembly, CoE. See, also, Res. 2 (Fifth conf., 1997) of the Ministerial Conference, CoE.

⁵ Rec. R(96)10, Council of Europe, *supra* note 26, Arts. 17–19.

⁶ *The funding of public service broadcasting*. (2000, 9 November). Retrieved 1 June 2005, from http://www.ebu.ch/CMSimages/en/leg_p_funding_PSB_tcm6-4443.pdf

⁷ See the observation of the Inter-American Court of Human Rights Advisory Opinion OC-5/85, 13 Nov 1985, Series A, No. 5, para. 34, that “It is the mass media that make the exercise of freedom of expression a reality”.

⁸ *Inforationsverein Lentia & Ors. v. Austria*, Judgment dt. 24 Nov 1993, 17 EHRR 93, para. 38.

⁹ Secretary, Ministry of Information & Broadcasting v. Cricket Association of Bengal (1995) 2 SCC 161

¹⁰ *The Fourth Television Case*, 73 BverfGE 118, 1986

¹¹ *New Patriotic Party v. Ghana Broadcasting Corpn.*, Writ No. 1/93, Judgment dt. 30 Nov. 1993 (p. 17).

¹² *Athokorale & Ors. v. Attorney-General*, S.D. No. 1/97-15//97, Judgment dated 5 May 1997

¹³ Alexander Scheuer. *Legal observations of the European audiovisual observatory*, IRIS p.7, Institute of European Media Law, Brussels, Belgium (2004).

¹⁴ K. Seneviratne, *Radio in Asia: Is liberalisation facilitating peoples' voices on the airwaves?*, paper presented at the International Radiocracy conference in September, Durban, South Africa, 2001.

6.1. ВВЕДЕНИЕ

В данной главе будут рассмотрены действующие в СОВ правила программирования, причем особое внимание будет уделено телевидению. В понятие программ службы общественного телевидения входит весь телевизионный продукт (независимо от его происхождения), который создается и доставляется в интересах широкой публики/обычной аудитории без цели извлечения прибыли. Направленность подобного программирования сформулирована в боксе 6.1. Отсюда следует, что в идеале сеть общественного телевидения должна ассоциироваться со светлыми образами социально правильного телевизионного содержания, неиспорченного низкими мотивами извлечения прибыли, присущими коммерческому телевидению, находящемуся в частном владении.

Практически в каждой стране экспериментировали с той или иной формой общественного телевидения. В Индии программирование общественного телевидения на Доордаршан было подчинено задаче вызывать светлые образы социального развития и становления нации (особенно, во времена господства в эфире SITE, в дни, предшествующие эпохе спутникового телевидения). В Соединенном Королевстве организации службы общественного вещания, такие как БиБиСи, АйТиВи и Четвертый канал, обслуживали не только британскую и европейскую аудиторию, но также мировую аудиторию, благодаря заслужившим широкое признание познавательным передачам. В Соединенных Штатах Америки общественное телевидение ассоциируется с концертами классической музыки, часом новостей с Джимом Лехером (Lehrer) и завоевавшими награды просветительскими передачами, такими как «НОВА», «Научная Америка» и «На переднем крае».

БОКС 6.1.

Служба общественного вещания, ведут ли ее частные компании или публичные организации, отличается от вещания по чисто коммерческим или политическим соображениям главным образом своей независимостью действий от экономической и политической власти. Она предоставляет информацию, культуру, образование и развлечения всему обществу, усиливает социальную, политическую и культурную составляющие гражданства, укрепляет сплоченность общества. Для достижения указанной цели она носит универсальный характер в плане содержательного наполнения и доступа к ней; она гаранти-

рует редакционную самостоятельность и беспристрастность; она устанавливает планку качества; она предлагает разнообразные передачи и услуги, обслуживающие потребности всех групп населения, и она подконтрольна обществу. Эти принципы применяют, какие бы изменения ни пришлось вносить, чтобы соответствовать требованиям XXI века.

— Доклад о службе общественного вещания, подготовленный Комитетом по культуре, науке и образованию, Парламентской ассамблеи Совета Европы (2004 г.)

6.2. ОЖИДАНИЯ, СВЯЗАННЫЕ СО СЛУЖБОЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ (СОВ)

С СОВ связаны многие ожидания, реализуемые лишь в «идеальных» условиях, которые, по-видимому, слишком хороши, чтобы быть достижимыми, а тем более долговечными, в эпоху корпоративной приватизации, коммерческой глобализации, конкурентного соперничества, высокой капиталоемкости создания необходимой инфраструктуры и фрагментации аудитории.

Однако при правильной дозировке смеси, состоящей из политической цели, автономии при программировании, участия населения и достаточности финансовых ресурсов, у СОВ есть неплохие шансы оправдать связанные с ним ожидания на получение качественного развлечения, которое будет информационно насыщенным, познавательным, а кроме того, отвечать общественным интересам. Не следует забывать, что в эпоху господства транснациональных корпораций и снижения могущества национальных государств у СОВ сохраняется способность быть «сторожевым псом» интересов общества и служить местом форума, активности и участия населения в глобальных, национальных и местных делах.

Связанные с СОВ ожидания лежат в плоскости ее потенциала по вовлечению в политический процесс простых граждан. Основной целью общественного вещания должно быть стремление духовно обогащать, развлекать, а также наделять людей политическими возможностями через развертывание дискуссий и стимулирование активности в публичной сфере. Это достигается благодаря созданию трех- или четырехступенча-

тых телевизионных сетей на уровне страны — штата — города и местной территориальной единицы. Это повышает прозрачность политического процесса, где общественное вещание играет роль «сторожевого пса» демократии (роль, которая ранее отводилась всей четвертой власти), обеспечивая доступ населения к процессу выработки правительственной политики, благодаря его участию в деятельности каналов СОВ.

Как уже говорилось в предыдущих главах, универсальной модели СОВ не существует. Вместе с тем есть некие всеобщие принципы, применение которых позволяет судить о соблюдении стандартов программирования службы общественного вещания. К ним относятся: гарантии свободы слова, закрепленные (обычно) в законодательстве, минимальное вмешательство со стороны правительства, особенно в содержание передач, что содействует плюрализму доступа к каналам и высказываемых мнений, а также отсутствие зависимости от правительственного финансирования или коммерческой рекламы.

6.3. ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАТУС И ПРАВА ЖУРНАЛИСТОВ

СОВ представляет сектор качественных передач, особенно в деле производства новостей и обзоров текущих событий, формируя стандарты для индустрии вещания. Это достижимо только в условиях, когда журналисты и сотрудники СМИ работают в условиях, которые гарантируют плюрализм и редакционную самостоятельность.

В Загребской декларации¹ Международная Федерация Журналистов (МФЖ) настаивала, что «выполнение средствами информации обязанностей публичной службы является жизненно важным для свободы мысли, слова и плюрализма мнений». МФЖ далее заявила, что в интересах развития службы общественного вещания необходимо иметь:

- а) надежную правовую и финансовую основу деятельности службы общественного вещания, которая защищает культурное и социальное разнообразие местных сообществ;
- б) правовые нормы, которые распространяют обязательства публичной службы в отношении достоверности, точности и качества предоставляемых населению информационных услуг на все средства информации;
- в) национальные и международные структуры с регулятивными функциями, защищающими редакционную самостоятельность вещателей.

Устанавливая общие правила, минимально необходимые для охраны редакционной самостоятельности и поддержания стандартов профессионализма, МФЖ обращается с призывом к национальным регуляторам обеспечить:

- Организационную и финансовую независимость СОВ от правительства.
- Органы, осуществляющие общее руководство (попечительские или общественные советы), не должны играть какой-либо роли в повседневном управлении организациями службы общественного вещания.
- Замещение высших должностей в руководстве организаций службы общественного вещания должно производиться на конкурсной основе, а срок пребывания в должности носить фиксированный характер вне зависимости от срока, на который избрано правительство.
- Уровень оплаты и условия работы журналистов должны позволять им честно выполнять свой профессиональный долг.

Загребская декларация: <http://www.ifj.org/default.asp?index=290&Language=EN>

6.4. РЕДАКЦИОННЫЕ УСТАНОВКИ ПРИ ПОДГОТОВКЕ ПРОГРАММ

Во многих службах общественного радио и телевидения имеются редакционные установки сотрудникам, занятым в подготовке программ. Такие установки способны укрепить либо сломать самостоятельность СОВ как системы, в особенности применительно к их обзорам текущих событий и новостным программам. Приведенные ниже примеры почерпнуты из лучшей мировой практики.

6.4.1. Редакционные установки СВА:² Ассоциация организаций вещания стран содружества (СВА) в сотрудничестве с ЮНЕСКО подготовила обстоятельную брошюру, содержащую «редакционные установки» для вещателей, в которой нашли отражение многие из принципов СОВ, рассматриваемые в этой книге.

Помещенные в брошюру основополагающие принципы редакционной подготовки включают следующие ориентиры:

- Сообщать и рассказывать о новостях и событиях честно, раскрывая все существенные обстоятельства.

- Уважать право слушателей знакомиться с разными точками зрения. Не замалчивать имеющиеся факты, относящиеся к делу, и не искажать их путем неправильных акцентов или их смещения.
- Стараться представить все стороны вопроса. Постараться найти баланс. Это не всегда возможно в рамках одной программы или выпуска новостей, но должно быть сделано в течение разумного промежутка времени.
- Принимать редакционные решения о достоинствах новостей. Справедливость не означает безапелляционности или того, что каждой стороне проблемы должно быть уделено одинаковое количество времени.
- Поддержание принципа свободы журналистской деятельности жизненно необходимо. Защита источников информации является важной составной частью этого принципа.
- Проявлять особую осторожность и деликатность при демонстрации жестокости, насилия, ужасов и личных переживаний.
- Уважать законное право гражданина на личную жизнь и не вторгаться в сферу горя и личных переживаний, если только это не продиктовано высшими соображениями общественной значимости.
- Не позволять рекламным, коммерческим политическим или личным соображениям влиять на редакционные решения.
- Не занимать заранее определенной редакционной позиции в репортажах и при программировании.

6.4.2. Памятка продюсеру, РТНК (Гонконг): В 1998 г. радио и телевидение Гонконга (РТНК) занялось кодификацией практики редакционной подготовки материалов. Результатом этих усилий стала публикация первой в истории РТНК памятки продюсеру с целью повысить прозрачность и подотчетность деятельности продюсеров. **В памятке отражаются не только принципы организации работы, но и ожидания общества в отношении соблюдения социальных норм и стандартов. Сюда входит также система обязательных консультаций, где приводится перечень вопросов, которые должны быть согласованы с руководителями отделов либо вынесены на заседания редакционного совета или совещание руководителей редакции. К ним относятся:**

- Интервью с уголовными преступниками и лицами, разыскиваемыми полицией.
- Предложения дать информацию на условиях анонимности лицу, пытающемуся обойти закон.
- Оплата услуг преступникам или бывшим преступникам.

- Передача в эфир записи, сделанной скрытой камерой в ходе оперативных мероприятий или снятой в архивных целях.
- Раскрытие подробностей совершения похищения или иного серьезного преступления, полученных тайно или неофициальным образом.
- Просьбы от третьих лиц увидеть или приобрести записанные материалы, не переданные в эфир.
- Заказ опросов общественного мнения по каким-либо политическим вопросам.

Подробнее: <http://www.rthk.org.hk/about/guide/e3.htm>

6.5. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЗРАЧНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА: ТРАНСЛЯЦИЯ ПАРЛАМЕНТСКИХ ЗАСЕДАНИЙ

Обеспечение прозрачности политического процесса является одним из важных направлений деятельности службы общественного вещания как системы и служит лакмусовой бумажкой действенности законодательных гарантий свободы слова.

БОКС 6.2.

Способность электронных средств информации транслировать события «живьем» позволяет слушателям стать виртуальными свидетелями событий. Трансляция парламентских заседаний «живьем» в этом контексте дает возможность избирателям оценить поведение своих выборных представителей. Нет сомнений, что такая оценка электората является существенным элементом повышения эффективности и подотчетности представителей в демократической системе правления. Она обеспечивает реализацию права населения на получение разных точек зрения по важным политическим проблемам и свободу поиска информации по вопросам, которые их непосредственно касаются. Поэтому парламентские трансляции полностью укладываются в миссию, возложенную на общественного вещателя.

Torben Krogh, Chairman IPDC, *Informed Democracies Parliamentary broadcasts as a public service; a survey across the Commonwealth countries*. UNESCO/CBA, 2003

Освещение парламентских заседаний в средствах информации является частью коммуникационного приводного ремня, который приводит в движение механизм информированной демократии. Десять лет спустя после того, как телекамеры впервые были допущены в зал заседаний Британской палаты общин, в докладе было заявлено, что:

В основе новых технологий информации и коммуникации лежит способность к интерактивности. Традиционные средства информации были преимущественно не интерактивными. Можно было послать письмо в газету или позвонить на радио или в телестудию по телефону, но обычно, как печатные так и электронные средства информации, поддерживали одностороннюю связь. Помимо футуристических представлений о приводимой в действие нажатием на кнопку прямой демократии, имеются веские основания полагать, что политические структуры представительной демократии по-прежнему будут восприниматься большинством граждан как наиболее эффективный, удобный и разумный способ организации демократического процесса.³ Ряд телевизионных каналов, от австралийской ЭйБиСи ТВ, индийской Доордаршан, Си-СПАН, каналов местного телевидения в США и Британских БиБиСи выделяют часть своего эфирного времени для телевизионных трансляций из зала заседаний сената либо парламента.

БОКС 6.3.

Парламенты открыты для публики для того, чтобы люди могли видеть своими глазами, какие законы принимаются от их имени. Пространственные ограничения не позволяют организовать посещения для всех, поэтому единственный способ сделать так, чтобы заседания парламента вошли в каждый дом, это организовать вещание из зала заседаний.

Elizabeth Smith, Secretary-General of Commonwealth Broadcasting Association,

— Informed Democracies Parliamentary broadcasts as a public service; a survey across the Commonwealth countries. UNESCO/CBA, 2003

Более 60 стран по всему миру допускают размещение телевизионных камер и радиомикрофонов для записи и вещания из зала заседаний своих сенатов и парламентов.⁴ Подлинными пионерами стали Новая Зеландия и Австралия. Первая начала радиорепортажи из Палаты представителей в 1936 г., а вторая последовала этому примеру десятью годами позднее.

6.5.1. Новая Зеландия: Ответственность за вещание из зала заседаний парламента лежит на Радио Новой Зеландии (РНЗ). От РНЗ как национальной радиослужбы по уставу требуется организовать радиовещание из зала заседаний парламента и еженедельно выпускать в эфир порядка 17 часов трансляции заседаний парламента «живьем» на средних волнах и готовить часовой бюллетень в виде выдержек из парламентских выступлений. Новозеландский телевизионный канал ТВ1, выпускающий серьезные программы, которые насыщены новостями, обзорами текущих событий и аналитической информацией, нацеленной на «зрелую аудиторию», не транслирует заседания парламента «живьем», но размещает вопросы и ответы, полученные во время «Парламентского часа вопросов к правительству» на своем веб-портале по адресу — nzoom.com.⁵ Для этой цели им установлены камеры в зале заседаний Парламента, а отснятые материалы используются, там где это уместно, в ежедневных новостных программах.

6.5.2. Австралия: В соответствии с Законом о вещании из зала заседаний Парламента 1946 г. с последующими изменениями и дополнениями, на Австралийскую Радиовещательную Корпорацию (ЭйБиСи) по уставу была возложена обязанность вести передачи с заседаний Сената и Палаты представителей, а также совместные заседания обеих палат, по радио и телевидению.

К концу 1988 г. была создана радиосеть, занимавшаяся исключительно передачами заседаний парламента. Первоначальный законодательный акт носил весьма конкретный характер. Он устанавливал, что эти радиопередачи «должны вестись на средних волнах национальной радиовещательной станцией, действующей в главном городе каждого штата». В последующем это развилось в 24-х часовую общенациональную новостную радиосеть, которая во время сессии передавала в прямом эфире репортажи из зала заседаний обеих палат Парламента. В остальное время она действует как настоящая информационная служба, которая передает собственные новостные передачи, а также передачи зарубежных служб общественного радио и телевидения, таких как БиБиСи, Радио Нидерландов, Немецкая волна.

Объединенный комитет по вопросам освещения заседаний парламента на радио и телевидении, составленный из представителей обеих палат, определяет, как именно должна вестись радиотрансляция, с указанием, какие дебаты и в какой палате получают освещение. Данный

комитет был создан на основании закона 1946 г. Он состоит из девяти членов, включая спикера палаты представителей и президента сената. Пять членов комитета назначает палата представителей и двоих сенат, при этом учитывается представительство в парламенте политических партий.

Трансляция заседаний сената по телевидению началась в 1990 г., а годом позже — и палаты представителей. Трансляция заседаний парламента в сессионный период осуществляется ЭйБиСи ТВ и, в отличие от радио, не парламент, а сама телекомпания определяет, в каком объеме будут транслироваться по телевидению ответы на парламентские вопросы. Освещение работы палат парламента ведется попеременно. Если заседания палаты во время ответов на вопросы не транслируются в прямом эфире, они идут вечером в записи.

6.5.3. Канада: Канада претендует на первенство среди стран Британского Содружества в организации телевизионной трансляции парламентских дебатов. Начало было положено в 1977 г. трансляцией тронной речи королевы Елизаветы во время ее визита в Оттаву. Два года спустя национальному вещателю, Канадской Радиовещательной Корпорации (СиБиЭс), была предоставлена исключительная лицензия на освещение деятельности парламента. Лицензия была выдана регулирующим органом, Комиссией по радио, телевидению и телекоммуникациям (CRTC). Первоначально в СиБиЭс был отдельно выделенный канал, который транслировал заседания парламента. Он прекратил работу в 1991 г. в результате сокращения ее бюджета. Сегодня СиБиЭс не практикует трансляцию заседаний парламента в «живую», кроме как по особым случаям, таким как тронная речь или представление нового бюджета. Но во время сессий парламента в выпусках новостей и обзорах текущих событий регулярно используются клипы из «Парламентских вопросов к правительству». На радио СиБиЭс по утрам в субботу выходит часовая передача «Палата», в которой дается обзор тем, обсуждаемых в парламенте.

6.5.4. Дания: Была первопроходцем (1977 г.) в освещении работы Парламента электронными средствами информации в Европе. Имеется специально выделенный канал DK4, освещающий все заседания, кроме того, у TV2 и EDR имеются студии в здании парламента, и публика высоко ценит их репортажи.

6.5.5. Великобритания: За установку камер и микрофонов в здании Парламента шла долгая и ожесточенная борьба. Идея трансляции его заседаний впервые была предложена БиБиСи еще в 1920 г., но была отвергнута. После нескольких экспериментов с радиотрансляцией парламентских дебатов БиБиСи в 1978 г. получила разрешение на постоянное освещение заседаний парламента по радио. С телевидением дело обстояло иначе. Многие утверждали, что телевидение принижает и даже искажает работу парламента. Наличие в зале телевизионных камер может побудить парламентариев играть на публику, чтобы попасть на экраны телевизоров. Само оборудование — телевизионные камеры, яркий свет софитов, протянутые провода — и суета техников будут мешать заседающим.

Первыми допустить телевидение согласилась в 1985 г. палата лордов, и то только в порядке эксперимента. Потребовалось почти пять лет, чтобы палата общин согласилась пустить в зал телекамеры. Теперь от БиБиСи требуют «передавать в эфир день за днем беспристрастный отчет о заседаниях парламента, подготовленный профессиональными репортерами» в рамках программы «Сегодня в парламенте», на общенациональном канале Радио 4. Передача начинает выходить поздно вечером и повторяется с включением в нее по мере необходимости репортажей с вечерних и ночных заседаний. Первоначальный 15-минутный сценарий программы, суммировавший итоги дня цитатами из выступлений министров, членов палаты общин и лордов, изменил формат. Теперь он освещает работу палаты общин и палаты лордов по отдельности.

В середине дня по средам Радио БиБиСи передает «Вопросы к премьер-министру», а «Вопросы к правительству» идут в прямом эфире по вторникам и четвергам. Важные события, такие как открытие сессий парламента, традиционно транслируются в прямом эфире. К ним относятся речи премьер-министра и лидера оппозиции, представление бюджета министром финансов, замечания спикера оппозиции по финансовым вопросам или дебаты по ключевым проблемам, например, о возможности применения военной силы против Ирака в начале 2003 г.

Время от времени телевидение транслирует в прямом эфире парламентские дебаты, обычно в палате общин. Поздно вечером круглосуточный новостной канал БиБиСи «Новости 24 часа» передает 30 минутную программу «Итоги дня в парламенте» с отчетом о работе за день.

Для тех в Британии, кто хотел бы знать больше, имеется специально выделенный парламентский канал, «БиБиСи Парламент». Как некоммерческая инициатива проект был инициирован в 1992 г. группой компаний кабельного телевидения. Через шесть лет он перешел к БиБиСи. Программа предусматривает непрерывное, без редакторской правки освещение работы парламента, но доступ к ней имеют только пользующиеся услугами спутникового, кабельного или наземного цифрового телевидения. Дебаты показываются в прямом эфире, непрерывно и без каких-либо комментариев. Данный канал транслирует целиком всю серию заседаний ключевых парламентских комитетов, предоставляя им поочередно одно и то же место в сетке вещания по уик-эндам. В завершение программы, поздно вечером, идет получасовой обзор, который повторяется рано утром на следующий день, а также еженедельный обзор, который также повторяется.

Во время перерыва в заседаниях парламента эти программы показываются на канале «БиБиСи Парламент» с целью помочь зрителям лучше понять работу обеих палат Парламента. Во время пасхальных каникул 2003 г., например, подробно объяснялась работа специализированных комитетов палаты общин с привлечением архивных видеоматериалов.

6.5.6. Индия: В самой большой демократии мира заседания парламента часто показывают «живьем», но не передают по радио в прямом эфире. Специальные события, как, например, президентское послание членам обеих палат парламента и другие крупные события, как то принятие бюджета страны и утверждение бюджета железнодорожного транспорта, чья важность невероятно велика в стране, где десятки миллионов людей едут на поезде каждый день, а плата за проезд существенно дотируется государством, также показываются «живьем». То же касается и важнейших правительственных заявлений. Объявление премьер-министром Атал Бихари Ваджпайе решения правительства о возобновлении диалога с Пакистаном в начале мая 2003 г. транслировалось по международным спутниковым каналам по всему миру. Находящееся в собственности государства Всеиндийское радио (AIR) всегда было единственной радиостанцией, которой разрешалось передавать новости по радио. Оно записывает «Парламентский час вопросов правительству». Запись передается вечером того же дня по национальному каналу Всеиндийского радио. Региональные станции AIR обеспечивают трансляцию обращения губернатора к собранию

штата в прямом эфире и представление бюджета штата министром финансов. Государственный телевизионный вещатель Доордаршан ежедневно выпускает часовую программу показа заседаний парламента «живьем».

6.5.7. Южная Африка: Южноафриканская радиовещательная корпорация (ЭсЭйБиСи) транслирует в прямом эфире заседания сессии парламента по национальному каналу, который принимается тремя четвертями жителей страны. Она выделяет восемь часов в неделю на репортажи из зала Национального Собрания во время сессий парламента. Однако это время может быть сокращено, чтобы найти место для специальных сообщений, как то было во время Всемирного саммита, который проходил в Йоханнесбурге в августе — сентябре 2002 г. Телевизионные выпуски новостей ЭсЭйБиСи, содержащие краткие парламентские репортажи, можно также найти и в Интернете.

Во многих других развивающихся странах и небольших европейских государствах трансляции из парламента по радио в прямом эфире ведутся на среднем частотном диапазоне либо постоянно, либо только во время специальных сессий. Выдержки из дебатов включаются в ежедневные выпуски новостей или в специальные парламентские репортажи по вечерам. Заседания парламента по телевидению обычно показывают во время специальных дебатов, при представлении бюджета или при открытии новой сессии парламента.

6.5.8. Правила парламентских трансляций: Хотя парламента в большинстве демократических стран приветствуют усилия национальных вещателей по организации показа работы парламента в прямом эфире, депутаты как представители народа очень шепетильны в вопросах своего парламентского достоинства и полны решимости не уронить его. С этой целью ими установлен ряд правил, направленных на контроль за тем, как действуют вещатели.

Согласно действующим в Соединенном Королевстве правилам, установленным Межпартийным Комитетом палаты общин по телевидению, съемки в зале заседаний находятся под жестким контролем. Имеются правила, регулирующие расстановку камер и порядок их работы, а также правила использования материалов киносъемок работы парламента. «Освещение в эфире должно давать достоверный отчет о работе палаты, свободный от субъективных комментариев и

техники редактирования, направленной на производство развлечения, а не информации.»⁶

Правилами установлено, что камеры фокусируются только на выступающем. Не разрешается показывать реакцию зала на сказанное, за исключением лиц, упомянутых в выступлении. Операторы не должны показывать членов парламента зевающими или дремлющими на обитых зеленым сукном скамьях парламента, кроме случаев, когда они оказываются в кадре позади выступающего или сидят рядом с ним. Правила требуют, чтобы при нарушении порядка в Парламенте, как это случилось, например, в 1987 г., когда член парламента от лейбористской партии швырнул бумаги в министра, схватил жезл, символ власти спикера, и бросил его на пол, или когда жезл схватил один видный деятель от партии консерваторов и стал размахивать им над головой, или когда женщина, парламентарий от Северной Ирландии, попыталась схватить за грудки министра консервативного правительства, операторы не показывали сцены беспорядков, а фокусировались на спикере.

Еще одна область, где парламентарии особенно пекутся об охране собственного достоинства. Это касается возможности использования материалов телесъемки и звукозаписи. Формулировки директив, принятых британским и австралийским парламентами, здесь очень близки. В инструкциях, разработанных австралийским Объединенным комитетом по освещению работы парламента на радио и телевидении, говорится, что репортажи должны обеспечивать сбалансированное представление различных взглядов, и что записи заседаний (Сената и Палаты представителей) могут использоваться только с целью объективного и точного отчета о работе парламента. Они не должны использоваться для:

- Рекламы политических партий.
- Сатиры или юмора.
- Коммерческого спонсорства или рекламы.

Фрагменты записи работы парламента нельзя использовать в какой бы то ни было форме в интересах рекламы, продвижения или иного привлечения внимания, в легких развлекательных или сатирических передачах. Вместе с тем такие фрагменты могут использоваться в телевизионных или радиожурналах, содержащих музыкальные или юмористические пассажи, при условии, что эти сюжеты будут отделены друг от друга.

В Австралии действует правило, что наведенные на выступающего камеры не должны приближать его более, чем необходимо, чтобы видеть его голову и плечи. В канадских правилах содержатся во многом схожие положения. Операторам предлагают игнорировать «выходки парламентариев, цель которых добиться попадания на телеэкран». «А в случае серьезных беспорядков, — говорится в правилах, — камера должна быть направлена на председательствующего до конца заседания или до тех пор, пока порядок не будет восстановлен».⁷ Правила, действующие в палате общин Соединенного Королевства, также очень близки к ним по духу. Ни при каких обстоятельствах телевизионное освещение не должно получить ни нарушения порядка, прервавшие работу парламента, ни демонстрации на галерее для посетителей. Если такой инцидент произошел, оператор должен переключить камеру на общий план палаты таким образом, чтобы оскорбительный эпизод оказался вне кадра, или сфокусироваться на председательствующем. Пресса, галереи для публики, места для служащих и посетителей позади кресла спикера не должны показываться, если прямо не относятся к происходящему в зале заседаний, кроме случаев, когда это неизбежно при показе палаты общим планом или под иным разрешенным ракурсом.

В австралийском и британском парламентах операторам запрещено наводить камеру на бумаги, лежащие перед членами парламента. Этому правилу следуют в большинстве стран Содружества.

6.6. ПРОГРАММЫ ДЛЯ МЕНЬШИНСТВ

Служба общественного вещания призвана сыграть ведущую роль в организации вещания для этнических и религиозных меньшинств. В большинстве стран создание передач, предназначенных для этих сегментов общества, коммерчески неинтересно для частных вещателей, особенно в случаях, когда представители этих категорий относятся к малообеспеченным слоям населения.

Для решения этой проблемы в некоторых странах существуют специализированные этнические или религиозные радио- и телеканалы. В отдельных случаях потребность в подобном вещании удовлетворяется при помощи вставных передач, размещаемых в «окнах» сетки национальных или региональных каналов СОВ.

БОКС 6.4.

Рекомендации вещателям в отношении объективного отображения этнических меньшинств:

Средства информации должны отражать существующую реальность во всей ее сложности, когда речь идет об этническом многообразии или же о межэтнических конфликтах, этнической дискриминации и расизме. Делая это, они должны вести себя критически и ответственно. Средства информации должны стремиться представить разносторонний и сбалансированный взгляд на происходящее. На выполнение данной рекомендации организациям вещания следует обращать особое внимание.

Если у компании не имеется конкретных рекомендаций о том, как нужно освещать этнические проблемы, она должна стремиться к разнообразию и толерантности в своих программах. Компании должны исходить из необходимости поддержки мультикультурного разнообразия в своих программах, предлагая передачи для национальных меньшинств, в том числе и в прайм-тайм. Учебные заведения, в которых готовят журналистов, должны проводить научные исследования на тему отображения в СМИ проблем этнических и религиозных меньшинств, искать пути улучшения их деятельности.

—*University of Tampere, Finland*

(*Source: European Ethnic Broadcasting Association*)

6.6.1. Азиатская сеть БиБиСи: В Великобритании Азиатская сеть БиБиСи была создана для обслуживания быстро растущего сообщества выходцев из Южной Азии. Это — национальная радиостанция, базирующаяся в Бирмингеме. Она рассказывает о жизни выходцев из Азии в Соединенном Королевстве, об их музыке и культуре. В 2002 г. радиостанция начала национальное цифровое вещание, чтобы удовлетворить потребности многочисленных сообществ — выходцев из Азии, проживающих в Лондоне и юго-восточной Англии. Станция транслирует смесь из музыкальных и разговорных передач, предназначенных для второго и третьего поколения азиатов, живущих в стране. Их четкий современный стиль и содержание призваны соответствовать проблемам, которые интересуют британских выходцев из Азии.

Виджай Шарма (Vijay Sharma), глава Азиатской службы БиБиСи, описывает новую радиостанцию как «универсальный магазин, где выход-

цы из Азии могут приобрести сразу и новости из ежедневных национальных газет, и главные международные новости, и повести и рассказы для широкой аудитории, а также музыку в диапазоне от последних британско-азиатских хитов до любимых старых мелодий. Мы — станция, открытая внешнему миру, и видим свою роль в том, чтобы служить зеркалом людям из этнических сообществ, зеркалом, в котором отражаются как вещи, которые служат поводом для праздника, так и менее приятные».⁸

Соня Деол (Sonia Deol), ведущий сотрудник радиостанции, рассказывает, что все ее передачи «о радиослушателях, они очень интерактивны и в этом смысле совершенно непредсказуемы». Сюда входит «единственная общенациональная линия прямого выхода в эфир для азиатов, где рассматриваются реальные проблемы, возникающие в их жизни».⁹ С раннего утра до поздней ночи передачи включают британско-азиатские новости и много азиатской музыки, как то бхангру и другие популярные хиты, которые попадают в британские хитпарады. В воскресных передачах принимает участие обозреватель с мировым именем Дж.Риту (DJ Ritu), который рассказывает о последних новостях, делится своими мыслями о музыке бхангра, центре индийской киноиндустрии Болливуде и американском Голливуде. В передачах, идущих в дневное время и по уикендам, используется в основном английский язык, тогда как вечерние программы предлагают передачи на хинди-урду, а также на региональных языках, таких как мирпури, гуджарати, бенгали и пунджаби.

БОКС 6.5. ВАЖНОСТЬ ЯЗЫКА

Язык является важным элементом европейской истории, политики и культуры. Он имеет огромное значение для каждого из нас, вот почему мы должны пользоваться свободой в выборе языка. Это применимо, возможно, в особенности к тем, для кого официальный язык страны, где он живет, неродной, так как родным для них является язык национального меньшинства. Такие граждане хотят выбрать «свой» язык, что распространяется и на язык аудиовизуальных средств информации.

—*Susanna Nikoltchev, Head of Legal Information Department, European Audiovisual Observatory*

6.6.2. ЭсБиЭс Радио (Австралия): В Австралии, финансируемая правительством Специальная Служба Радиовещания радиосеть ЭсБиЭс отметила в 2005 году свою тридцатую годовщину. После скромного начала в 1975 г., когда действовали всего две экспериментальные радиостанции в Сиднее и Мельбурне, которые обсуждали в эфире изменения в системе здравоохранения, ЭсБиЭс Радио выросло в общенациональную сеть, вещающую 24 часа в сутки семь дней в неделю на 52 языках.

Профессиональные вещатели, журналисты и технический персонал ежегодно производят более 13 500 часов программ, которые передаются в эфир на двух частотах в Сиднее и Мельбурне и распространяются на большей части континента через общенациональную сеть. Все программы вместе с главными темами эфира, бюллетенями новостей и другой информацией, напрямую выводятся в Интернет. Основную аудиторию ЭсБиЭс Радио составляют 2,7 миллиона австралийцев, которые общаются друг с другом дома на ином языке, нежели английский.

Все языковые программы начинаются с новостей. Они содержат смесь из обзора текущих событий, социальных проблем, бесед, точек зрения, спорта, информации о жизни сообщества и музыки. Новости из страны происхождения этнических резидентов включают в качестве постоянной рубрики телефонные интервью в прямом эфире с ньюсмейкерами «из дома». Финансирование ЭсБиЭс из публичных фондов дополняется платой за изготовление и распространение информационно-пропагандистских материалов правительственных учреждений и некоммерческих организаций, а также доходами от неправительственной рекламы и спонсорских поступлений.

6.6.3. «Бессонница» на Эстонском телевидении: В Эстонии правительство использует средства информации в качестве ключевого инструмента интеграции русскоговорящего и других меньшинств в эстонское общество. Проект включает в себя обучение русскоговорящих журналистов, радиовещание на языках этнических меньшинств, на эстонском и русском языках, а также двуязычные телевизионные программы в туристский сезон. Сверхзадача состоит в том, чтобы выработать у русскоговорящей аудитории привычку пользоваться национальными и местными средствами информации. Одним из компонентов целевого обучения пользованию средствами информации является увеличение числа профессионалов, работаю-

щих в средствах информации среди молодых неэстонцев, а также воспитание нового поколения неэстонцев, привыкших регулярно пользоваться средствами информации и получивших навыки, позволяющие легко ориентироваться в них. Целевыми группами выступают студенты, учащиеся средних и профессиональных учебных заведений. Поддержкой программы пользуются Ассоциация преподавателей журналистики и профессий СМИ, а также Ассоциация молодых профессионалов СМИ. Деятельность проекта охватывает обучение пользователей средствами информации в русскоязычных школах, чтобы «научить студентов лучше понимать средства информации, критически подходить к их содержанию и вызвать интерес к участию в создании информации и ее носителей».

В течение последних нескольких лет одним из самых популярных ток-шоу на общественном телевидении остается двуязычная программа «Бессонница», которая обсуждает самые спорные социальные и политические проблемы дня. Для их обсуждения редакторы программы приглашают гостей разного этнического происхождения и статуса гражданства вместе с парой экспертов в той или иной области. Программа получила один из самых высоких рейтингов не только среди двуязычных, но и социально-политических передач. Многие ее зрители остались недовольны, когда время выхода программы в эфир по четвергам было перенесено с 21.30 на 23.00.¹⁰

6.6.4. Департамент «Меер Ван Андерса» (Голландия): Целью политики голландского правительства в области средств информации является обеспечение возможно большего числа граждан доступом к разнообразным, независимым и высококачественным СМИ. Так как состав населения Голландии в результате иммиграции меняется, основополагающим принципом правительственной политики в сфере СМИ является обязательность отражения происшедших изменений в информационном продукте, способах его изготовления и потребления.

Голландский фонд программ, NPS, чьей основной задачей является дополнять программы, производимые другими общественными вещателями, решает здесь специальную задачу — выделения 25% эфирного времени на радио и 20% на телевидении под передачи, рассчитанные на мультикультурное общество. Закон о средствах информации (через посредство требований, предъявляемых к отчетам и репортажам) предписывает и другим лицам, получившим лицензию на веща-

ние, отражать в своих передачах культурное многообразие общества как на экране, так и среди тех, кто работает за кулисами. Голландский фонд радио- и телевизионного вещания, NOS, зонтичная организация, объединяющая общественных вещателей, на протяжении многих лет имела в своем составе отдел, специализирующийся на вопросах культурного многообразия, так называемый департамент «Меер Ван Андерса». Он работает над тем, чтобы изготовители программ лучше понимали необходимость сбалансированного присутствия на радио и телевидении различных групп людей — мужчин и женщин, белых и черных, молодых и старых.

В четырех крупнейших городах (Амстердаме, Роттердаме, Гааге и Утрехте) и в других регионах с относительно большой численностью этнических сообществ местные радио- и телевещатели служат идеальным источником информации и подиумом для этнических групп. Начиная с ноября 2001 г., центральное правительство и советы четырех главных городов совместно финансируют «Миграционное телевидение Нидерландов» /Migranten Televisie Nederland/ (MTNL), телевизионную станцию, которая транслирует программы для этнических меньшинств. В сотрудничестве с региональными и местными телевещателями MTNL готовит программы для четырех крупнейших по численности целевых зрительских аудиторий — турецкой, марокканской, суринамской и выходцев с Антильских островов.

6.6.5. «Социальный вещатель» (Польша): В польской концепции законодательства о радио и телевидении ключевым является понятие «социального вещателя». Его описание дается в статье 4 (1a) Закона о радио и телевидении. Социальным является вещатель, который «содействует распространению знаний и образования, поощряет благотворительную деятельность». Он не мотивирован коммерчески, и его услуги не основываются на подписке. В соответствии с этим законодательством общественные объединения, фонды и религиозные организации могут подать заявку и стать «социальным вещателем», что теоретически дает и этническим меньшинствам возможность добиться доступа к общественному радио и телевидению. Но ни одна подобная организация еще не выступила с таким предложением. Исходя из социальной значимости вещания, соответствующая организация может быть освобождена от уплаты пошлины за приобретение или изменение лицензии.

6.6.6. Телевидение Маори (Новая Зеландия): Маори, коренные жители Новой Зеландии, составляют более 20% ее населения. Они получили свой первый общественный телевизионный канал в 2004 г., когда на деньги правительства в апреле был запущен канал Маори ТВ. Правительство Новой Зеландии направит на его развитие более 45 миллионов новозеландских долларов в течение пяти лет. За три месяца вещания на него регулярно настраивалось порядка 350 000 зрителей (в стране, с населением около трех миллионов человек), причем по данным телевидения Новой Зеландии за 2004 г. более 65% из них были не маори. Главная цель нового канала рассказать населению страны об истории и культуре маори. Наибольшей популярностью пользуются передачи об архитектуре, еде и языке маори.

6.7. ПЕРЕДАЧИ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Телевидению для детей почти столько же лет, сколько самому телевидению. Первоначально детское телевидение выступало как маркетинговое подразделение корпоративной продукции, как в случае с Диснеем, и редко включало образовательные элементы.

Традиционно организации службы общественного радио и телевидения играют важную роль в создании программ для детей. Так было с передачей «На улице Сезам» (Sesame Street), создание которой, как известно, тесно связано с системой общественного телевидения (СОВ) в США. Среди таких примеров можно назвать австралийскую «Играем в школу» (Play School) и различные популярные детские программы на БиБиСи, которые играют заметную роль в обучении и воспитании детей дошкольного возраста.

6.7.1. «На улице Сезам» (США): В 1969 г. телевидение для детей в Северной Америке совершило драматический поворот с появлением на СОВ программы, действие которой происходит на волшебной улице Сезам. *Sesame Street* выходит уже более тридцати лет. Она представляет собой образовательную программу, которую выпускает творческий коллектив Сезам. Ее главными героями являются куклы Джима Хенсона (Jim Henson). Шоу соединяет вместе людей и кукольные персонажи, анимацию, песни, танцы и красочные числа с обучающими материалами, ориентированными на малышей, от едва начинающих ходить до шестилеток. Именно благодаря этому телешоу

множество детей по всему миру впервые соприкоснулись с основами грамматики и математики, навыками поведения в обществе и мультикультурного мышления. Воздействие *Sesame Street* на детские умы оказалось настолько сильным, что за несколько лет образовательная миссия телевидения для детей получила повсеместное признание.

6.7.2. «Играем в школу» (Австралия): В Австралии до сих пор идет популярная программа «Играем в школу», производство которой было начато Австралийской Радиовещательной Корпорацией еще в 1966 г. Ежедневно показывают два эпизода программы, один в 9 утра, а другой в 3 часа дня. Это самая долгоиграющая программа Австралийского телевидения. По своему влиянию на детей Австралии она уступает только *Sesame Street*. С запуском программы продюсеры «Играем в школу» не жалели усилий, чтобы содействовать игровому обучению, равенству, прививая своей аудитории любовь к учебе. Требования к работе над передачей считались особенно высокими, а участие в программе заставляло полностью выкладываться самых талантливых актеров, так как они чувствовали, что становятся неотъемлемой частью жизни целого поколения детей, что их искусство закладывает фундамент учебы, который останется на всю жизнь. В мировоззренческом плане «Играем в школу» стремится побудить ребенка «удивляться, думать, чувствовать, давать волю воображению». Двое ведущих (всегда работающие в паре мужчина и женщина) обращаются к ребенку лично и непосредственно. Каждый ребенок чувствует, что он находится в компании людей, которых он знает и которым может доверять. В ткань этих взаимоотношений вплетаются истории, песни и действия, которые формируют содержание австралийской детской культуры. Передача «Играем в школу» оказалась успешной потому, что она удовлетворяет основную человеческую потребность — взаимодействовать с другими людьми и пользоваться их уважением.

6.7.3. Детские телевизионные каналы (Китай): В мае 2004 г. Государственная Администрация Кино, Радио и Телевидения Китая (ГАКРТ) объявила, что к концу 2006 г. у всех провинциальных телевизионных станций появится свой детский канал. Находящаяся в собственности государства Центральная Телевизионная Станция Китая (ЦТСК) запустила отдельный детский канал в 2003 г. В соответствии с трехэтапным планом одна треть провинциальных телевизионных станций Китая получила задание запустить детский телевизионный канал к концу 2004 г. От телевизионных станций требуется производить и выпускать в эфир высококачественные мультиплика-

ционные и художественные фильмы, телевизионные постановки, образовательные, драматические и развлекательные программы, ориентированные на молодых зрителей. Молодые люди в возрасте до 18 лет составляют 28% населения Китая. Центральная Комиссия по разработке основных направлений развития этики и культуры отмечает, что «содействие идеологическому и этическому развитию несовершеннолетних представляет собой неотъемлемое условие построения общества гармоничного благосостояния».¹¹

6.8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ РАДИО И ТЕЛЕВЕЩАНИЕ

Во многих странах служба общественного радио- и телевидения сыграла и продолжает играть важную роль в заочном образовании взрослого населения. Примером самой большой удачи в этой области стали радиопрограммы для фермеров, которые шли на каналах службы общественного вещания стран Азии в середине 70-х годов прошлого века. Они сыграли важную роль в успехе «зеленой революции» на континенте.

За последние десятилетия общественное радио и телевидение развитых стран также превратились в один из важных компонентов системы образования для взрослых, а возможности цифровых технологий (см. главу 7) позволяют службе общественного вещания занять здесь лидирующие позиции.

6.8.1. Классная комната на всю страну (Индия): В 1984 г. Комиссия по предоставлению университетских грантов (UGC) Индии совместно с национальным государственным вещателем Доордаршан инициировали уникальный проект — «Классную комнату на всю страну». Начав с одного часа эфира по рабочим дням, транслируемого по национальной сети Доордаршан, проект вырос до 20 часов в неделю. Хотя у «Классной комнаты» своя ниша, преимущественно молодежь и взрослые, проживающие в сельской местности и малых городах, где практически нет образовательных учреждений, проект привел к появлению целой системы университетских центров производства образовательных программ. Они используют открывшиеся творческие возможности для изготовления программ, соответствующих стилистике и требованиям публичной службы вещания. Комиссия по предоставлению университетских грантов учредила в специ-

ально отобранных университетах «Центры изучения образовательной информации» (EMRC) и «Центры изучения аудиовизуальной информации» (AVRC) для производства почти всех видов образовательных программ. Консорциум по распространению информации образовательного характера, выступающий в качестве узла связи на общенациональном уровне, координирует работу всех центров, выступая как связующее звено между ними и Доордаршан в деле организации показа в «Классной комнате» передач, подготовленных на университетские гранты. Передачи проекта «Классная комната» полностью финансируются за счет Комиссии по предоставлению университетских грантов, которая находится в подчинении у Министерства развития человеческих ресурсов. Проект «Классная комната» использует такие свойства средств информации, как оперативность, вездесущность, занимательность, возможность использовать наглядность и спецэффекты, не нарушая интимного характера общения, чтобы донести образовательные программы до населения.¹²

6.8.2. Телекурсы Висконсина: В штате Висконсин (США) публичные средства вкладываются в некоммерческое вещание, исходя из того, что часть такого финансирования будет использована в образовательных целях. На более высоких уровнях образования, соответствующих учебе в университете или техническом колледже, общественное радио и телевидение выступает как носитель учебных передач.

Таким образом, общественное телевидение становится инструментом проведения телевизионных курсов, дополнением к методической инструкции программы дистанционного обучения K-12, рассказывает о возможностях повышения квалификации учителей в системе онлайн, использует спутниковое вещание для распространения информации о деятельности образовательного консорциума, телеконференции и обучающее телевидение. Телекурсы на уровне университета и колледжа с выдачей свидетельств об их окончании или без таковых транслируются каждый семестр, включая летнее время. Они используются студентами и общей аудиторией как часть программы получения образования для повышения профессиональной квалификации или удовлетворения любознательности. За исключением курсов без выдачи документа об их окончании, все телекурсы, транслируемые общественным телевидением штата Висконсин, распространяются также по WMVT-TV (Публичное телевидение Висконсина и Милвоки). По нему передаются также дополнительные

учебные курсы, но только для Территориального технического колледжа (МАТС). Управление дистанционных образовательных программ (ЕСВ) поставляет образовательные передачи, составляет расписание их трансляции на общественном телевидении Висконсина и предоставляет передачи для WMVT. Ежегодно услугами канала пользуется от 2500 до 3000 студентов.

Ряд таких телевизионных курсов идет в ночное время с тем, чтобы, записав их, пользователи могли ознакомиться с ними в удобное для них время. В уставе WMVT указано, что он является участником Проекта дистанционного образования службы общественного вещания. WMVT обязано предлагать своим зрителям полноценные учебные курсы, дающие право на получение сертификата об образовании. Университет Висконсин-Медисон (UW) обеспечивает записавшихся студентов курсами, которые транслируются на втором канале общественного телевидения штата Висконсин. Канал распространяется по кабельному телевидению только на территории Медисона.

Будущее открывает для телевизионных курсов новые перспективы. Появляются своего рода гибридные курсы, которые соединяют традиционные телевизионные курсы с интерактивными возможностями новых технологий, и таких предложений становится все больше.¹³

6.8.3. Непрерывное научное образование для учителей посредством телевидения (CONSTEL), Филиппины:

Филиппины — это страна, где много труднодоступных мест в виде крохотных островов и горных районов. Сложности географического характера создают проблемы в повышении квалификации учителей на местах. В частности, преподавателям естественных наук требуются практические навыки, которыми не возможно овладеть, пользуясь только печатными материалами. Обсуждение, состоявшееся на самом высоком уровне, между политиками, учеными, ответственными сотрудниками образовательных ведомств и представителями частного сектора позволило идентифицировать телевидение как наиболее подходящий механизм быстрого решения проблемы обучения и переподготовки преподавателей естественных наук.

Филиппинский университет совместно с Департаментом образования культуры и спорта (DECS) и общественным вещателем «Народная Телевизионная Сеть» (PTV) разработали предложение о создании программы обучения, основанной на использовании телевидения, про-

граммы, которая должна финансироваться правительством. Был проведен ряд рабочих семинаров, в ходе которых были заслушаны, отобраны и обучены учителя для ведения телекурсов. Были подготовлены три телевизионных курса: «*Наука это легко*», «*Химия в действии*», «*Физика в повседневной жизни*».

Телеуроки показывают в субботу утром по национальной сети PTV в течение 90 минут. Повторный показ идет по будням три раза во второй половине дня. На пленку были записаны 120 телевизионных уроков. Их распространили среди 200 ведущих средних школ и 200 ведущих начальных школ Департамента. Всего имеется 40 эпизодов по трем областям знаний. К ним напечатаны методические материалы. Каждому полному телеуроку дана рецензия и оценка комиссии по выработке регламента CONSTEL, консультантов проекта, специалистов в данной области знаний, авторов учебников, учителей, проводивших показательные занятия. Проводился пробный показ эпизодов репрезентативной группе учителей. Осуществление проекта началось в 1975 г.

6.8.4. Партнерство во имя «нации учащихся» (США):

В сентябре 2004 г. Корпорация общественного вещания (CPB) и Институт музеев и библиотек (IMLS) объявили о создании широкоформатного партнерства, призванного стимулировать сотрудничество между местными общественными вещателями, музеями и библиотеками.

Партнерство во имя «нации учащихся», — это многолетняя целевая программа стоимостью в три миллиона долларов. В ее рамках библиотеки, общественные вещатели и музеи получают финансовые средства на развитие новых путей соединения исследовательской, поисковой и учебной работы. Программа выделяет гранты на поддержку существующих форм сотрудничества и развития новых, распределяемые на конкурсной основе. Институт музеев и библиотек — это федеральное агентство, поддерживающее деятельность музеев и библиотек по всей стране, Корпорация общественного вещания является негосударственной некоммерческой организацией, которая вкладывает средства в развитие общественного вещания на федеральном уровне.

Директор IMLS, доктор Роберт Мартин (Robert Martin), говорит, что «изменения в технике и появление новых информационных ресурсов выработали у людей вкус к надежному, аутентичному, высококачественному».

ственным знанию, которое можно приобрести, обратившись в библиотеки, музеи и к общественному радио- и телевизионному вещанию. Эффективность сотрудничества на местном уровне является веским доводом в пользу партнерства, которое позволяет наилучшим образом использовать имеющиеся средства и ресурсы».

«Радио- и телевизионные станции общественного вещания, а также музеи и библиотеки являются учреждениями, обладающими богатыми образовательными ресурсами, они глубоко привержены местным интересам. Работая совместно, — говорит Президент и главное должностное лицо Корпорации общественного вещания Катлин Кокс (Cathleen Cox), — мы можем сделать для жителей больше. Это величайшая возможность поднять уровень публичных услуг в эпоху новых коммуникационных технологий на беспрецедентную высоту.»

6.8.5. Образовательная корпорация при NHK (Япония): Образовательная корпорация при NHK прославилась высочайшим качеством передач для детей. Например, более 80% японских детей научились получать удовольствие от песен и танцев, смотря передачу «С мамой у телевизора». Кроме того, такие шоу, как «Я сумею сделать это сам!», которые учат детей готовить, «*Давай играть по-английски!*», где дошкольникам дают начальные знания английского, «*Остановка всякая всячина*», развлекательная передача, которую вместе смотрят малыши и родители, тоже очень популярна.

Образовательная корпорация при NHK играет также важную роль в обучении детей и взрослых. Помимо многочисленных передач, которые они делают для использования на уроках в начальной и средней школах, NHK сотрудничает с ведущими учеными страны при подготовке учебных передач для программы «Эфирный Университет». Зачные телевизионные и радиокурсы, которые действуют под управлением Министерства образования Японии, дают возможность получить свидетельство об окончании университетских курсов, не выходя из дому. Более того, у взрослых очень популярны передачи NHK «Вводный курс английского языка» и «Деловой английский», а многие иностранцы, проживающие в Японии, учатся японскому языку, смотря на NHK шоу «*Японский в повседневной жизни*» (www.nhk-ed.co.jp).

Одной из самых ярких черт в программировании Образовательного телевидения (ETV) на NHK является насыщенность специализированными передачами самого высокого качества. Сегодня можно вы-

делить девять основных областей специализации, вокруг которых группируются образовательные передачи. К ним относятся:

- 1) Школьные радио и телепередачи: эта программная область рассчитана на детские сады, начальную школу и младшие классы средней школы. Передачи ориентированы исключительно на программу обучения, которой придерживаются японские школьные учебники.
- 2) Курсы для старших классов средней школы: они нацелены главным образом на тех, кто учится заочно, но их используют также и те, кто не посещает школьные занятия.
- 3) Культура и гуманитарные науки: эта программная группа посвящена вопросам культуры Японии и остального мира, литературе, истории и общественным наукам.
- 4) Хобби и практические навыки: курсы настольных игр шогги и иго, садоводство, а также программы, полезные для повседневной жизни, касающиеся кулинарии, моды и здоровья.
- 5) Изобразительное и исполнительское искусство: в рамках этой программной группы рассказывается об искусстве, опере, классической музыке, национальном театре Кабуки и Нох.
- 6) Языковые курсы: восемь курсов иностранного языка плюс японский.
- 7) Социально-благотворительные: сюда входят программы, предназначенные для инвалидов и пожилых людей, передачи, поднимающие вопросы охраны прав ребенка, ежедневные выпуски новостей с сурдопереводом. Передачи 6 и 7 блоков занимают в передачах Образовательного телевидения NHK центральное место.
- 8) Малыши и дети младшего возраста: рейтинг передач этой группы один из самых высоких. В дополнение к программам для мам и детей дошкольного возраста, сюда входят студийные спектакли, в которых участвуют школьники младших классов, а также пьесы иностранных авторов для мальчиков и девочек.
- 9) Новостные программы: передачи, содержащие комментарии экспертов по социальным вопросам и проблемам международных отношений.¹⁴

6.8.6. Развлекательное и образовательное радио (Австралия): На протяжении ряда лет Австралийская Радиовещательная Корпорация (ABC), будучи общенациональной радиосетью, производит образовательные программы, предназначенные как для развлечения среднего радиослушателя, так и для использования в классе и в качестве пособия для выполнения домашнего задания. **Более того, в головах многих продюсеров сложилось представление, что образовательные передачи надо делать максимально доступными. Вот два примера таких программ.**

6.8.6.1. Отпрыск: передача идет по будням с 9.00 до 9.30 утра. Отпрыск — это идущее в непринужденной манере высокопрофессиональное общение в прямом эфире, посвященное уходу за детьми, которое интересно всем. Хотя многие передачи из этой серии интересны прежде всего родителям, продюсеры умышленно не исключают из круга слушателей и других лиц. Такие проблемы, как приемные родители, детская сексуальность, трудности с учебой и семейная терапия, рассматриваются доходчиво и компетентно, с привлечением данных научных исследований. Продюсеры считают, что такие передачи оказывают кумулятивное воздействие, так как помогают слушателям стать хорошими родителями.

6.8.6.1. Круг общения: По четвергам на Национальном радио в 19.15 идут передачи цикла «Круг общения». Они начались в 1984 г. Как следует из названия, в передаче идет обсуждение сложных и важных проблем, таких как природа фундаментализма, формирование политических предпочтений, права человека, а также многих других. Ведущий вместе с гостями общается с экспертами по поднятым вопросам, давая слушателям возможность присутствовать на хорошо структурированном, профессиональном обсуждении, с позиций нескольких дисциплин. Программа отличается от схожих ток-шоу тем, что старается, не паразитируя на злободневности, рассказывать о базовых научных понятиях, ценностях и представлениях, лежащих в основе большинства видов интеллектуальной деятельности.¹⁵

6.9. ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Служба общественного вещания играет ключевую роль в защите национальной культуры, а при условии должного руководства и правильной постановки задач, в формировании национальной идентичности. Некоторые подвергают эту деятельность критике, считая что она способствует культурному или расовому шовинизму, тогда как другие приветствуют ее как долгожданный барьер на пути иностранного культурного проникновения, именуемого культурным империализмом.

Министр, отвечающий за радио- и телевизионное вещание Новой Зеландии, г-н Стив Махареу (Steve Maharey),¹⁶ выступая на международной конференции, сообщил, что его правительство вновь заявля-

ет о важности службы общественного вещания для развития и укрепления национальной идентичности Новой Зеландии. Он отметил, что организации общественного радио и телевидения занимают центральное место в общественной жизни страны, но то, как они должны выполнять возложенную на них миссию, требует широкого обсуждения.

«Принципы службы общественного вещания сегодня актуальны как никогда и находятся в центре внимания правительства при разработке конкретных мер в области вещательной политики. К этим принципам относятся: общедоступность, притягательность для всех и каждого, забота об интересах меньшинств, служение общественному благу, приверженность образованию, редакционной независимости и самостоятельности, конкуренция в качестве, а не в количестве передач, создание либеральных и понятных условий для изготовителей программ. Служба общественного вещания XXI века не обещает райских условий, скроенных по ностальгическим меркам прошлого. Не может быть и речи о производстве «достойных, но скучных» программ. Для того чтобы получить «смесь нужной консистенции», необходимо продолжать национальный диалог о том, какими мы хотим видеть себя, вглядываться в себя и отображать наши надежды», — сказал Стив Махарей.

Кэрол Тейлор (Carole Taylor), председатель СиБиЭс/Радио, твердо убеждена, что службе общественного вещания принадлежит особая роль в выработке национального самосознания и формировании национальной идентичности. В своем обращении к Канадскому клубу в Оттаве¹⁷ она описывает свою организацию как «сцену, на которой звучат канадские голоса», где поют, играют, обсуждают и информируют канадцы. «Они являются канадскими голосами с большой буквы. Голоса, которые можно услышать и заметить не только у себя дома, но и повсюду в мире», — подчеркнула она. «Нельзя быть сильной, самостоятельной страной, без чувства гордости и понимания, кто мы, каковы наши предания, наши ценности, не зная своей истории. Донести это... вот в чем заключается роль общественного вещания.»

Канадская Радиовещательная Корпорация вещает на английском и французском языках, а также на восьми языках коренных жителей страны. Трансляция идет по восьми сетям и трем специализированным каналам. Платные аудиослужбы предлагаются на 45 каналах цифрового радио. Имеется также коротковолновая служба международного вещания. Она выходит на семи языках и присутствует в Интер-

нете. «Предоставляя столь широкий набор услуг, мы должны убедиться, что наши программы отражают канадскую специфику во всем ее географическом и культурном многообразии и сложности», — поясняет Тейлор. «Добиться этого можно, я считаю, прежде всего за счет воссоздания нашего производства в регионах. Нам нужно наращивать производство радиопродукции в регионах... мы должны отражать культурное многообразие сегодняшней Канады не только в эфире, но и в персонале наших производственных подразделений, в офисах, где принимаются решения, и в нашем правлении.»

В Сингапуре Управление по развитию средств информации ввело схему заказа на изготовление программ местного производства. Ее цель стимулировать производство качественной продукции сингапурского ТВ для сингапурцев. Схема предусматривает, что местным независимым производственным компаниям будет предоставлена возможность производить и демонстрировать оригинальные творческие телевизионные работы, которые будут актуальны, уместны и интересны местной аудитории. Проекты, одобренные в соответствии с этой схемой, получают финансирование от Управления, которое приобретает все права на данные передачи. По данной схеме будут размещаться заказы на качественные местные передачи, которые будут отражать и способствовать развитию идентичности Сингапура и его культуры. К поддерживаемым видам отнесены информация, искусство и культура, театр, спортивные мероприятия, передачи для детей и национальных меньшинств. Соискателю необходимо предварительно получить письменное обязательство местных независимых вещателей выпустить такую передачу в эфир для представления заявки в Управление.

Таким образом, развитие производственных мощностей на национальной основе, отражение в программировании и кадровом составе культурного многообразия страны является распространенным рецептом использования службы общественного радио- и телевидения в интересах формирования национальной идентичности.

6.9.1. Создание национальных архивов

Большое число организаций общественного вещания, насчитывающих многолетнюю историю трансляции важнейших событий, записей музыки, танца, других культурных мероприятий, представляют собой бесценный резервуар архивных материалов национального и

мирового значения. С появлением цифровых технологий значительная часть этих материалов может быть подвергнута переработке, чтобы хранить ее в менее громоздком и более доступном и удобном формате. Состоятельные организации службы общественного вещания уже приступили к созданию собственного программного архива с использованием новейших цифровых технологий.

6.9.1.1. ЭнЭйчКей (Япония): Организация «Архивы ЭнЭйчКей» была создана в феврале 2003 г. в ознаменование 50-й годовщины начала телевизионного вещания в Японии. Она несет ответственность за сохранность и управление огромной библиотекой видео- и звукозаписей, а также организацию их эксплуатации прежде всего в интересах вещания. Со времени начала регулярных передач в 1953 г. ЭнЭйчКей передала в эфир огромное число передач, рассказывающих о значительных событиях, текущих новостях и культуре по всему миру. Архивы являются своеобразной сокровищницей аудиовизуальных материалов, которые могут использоваться самыми разными способами. Оптико-волоконный кабель, соединяющий архивы ЭнЭйчКей, ее Вещательный центр, Музей телерадиовещания ЭнЭйчКей, исследовательские и научно-технические лаборатории ЭнЭйчКей, позволяет получить полноценный доступ к архивным материалам из любого офиса, расположенного в этих помещениях. Доступ к архивным данным на расстоянии возможен из центральных офисов семи региональных подразделений ЭнЭйчКей, а также некоторых местных станций. По состоянию на март 2004 г., в архивах ЭнЭйчКей хранилось более трех миллионов передач.

Дополнительная информация: <http://www.nhk.or.jp>

6.9.1.2. ЭйБиСи (Австралия): Австралийский общенациональный вещатель, ЭйБиСи, хранит документы (в том числе фотографии и публикации), появившиеся одновременно с созданием организации в 1932 г., которые отражают его деятельность в области радио- и телевизионного вещания, а также организации концертов. Доступ к большинству материалов ЭйБиСи возможен из Австралийских архивов. Коллекция широко используется ЭйБиСи в ее повседневной работе. В архивах имеются фотографии и издания, публиковавшиеся ЭйБиСи, начиная с 1932 г., протоколы заседаний комиссий, ежегодные отчеты, сценарии радиопостановок и художественных фильмов после 1936 г., сценарии радиобесед, начиная с 1937 г., программы телепередач ЭйБиСи с 1956 г. и аудиозаписи концертов на ЭйБиСи, начиная с 1933 г.

Архивы открыты для исследователей по предварительной записи пять дней в неделю. Сейчас на веб-сайте ЭйБиСи имеется возможность архивного поиска сценариев радио- и телевизионных программ, а иногда и возможность воспроизведения звучания наиболее важных передач, выходявших в эфир после 2000 г.

Дополнительная информация: <http://www.abc.net.au/>

6.9.1.3. БиБиСи (Соединенное Королевство): За прошедшие 70 лет в архиве БиБиСи скопилось более 300 000 часов киноплёнки натуральных съемок, новостных передач, передач о естественной истории, дикой природе, об искусстве, музыке, культуре, а также записи исполнителей и многое другое. В августе 2003 г. Генеральный директор БиБиСи Грег Дайк (Greg Duke) объявил о планах открыть доступ к архивам БиБиСи для публики. Он заявил, что каждый, кто не собирается использовать предоставленные материалы в коммерческих целях, получит бесплатный доступ к творческому архиву БиБиСи. До сих пор эти гигантские ресурсы были спрятаны под замок, оставаясь недоступными публике, по причине отсутствия эффективного механизма их распространения. Цифровая революция и широкополосный Интернет изменили ситуацию. Впервые появился легкий и недорогой способ открыть доступ к интеллектуальному кладу БиБиСи для всех желающих. Он далее добавил, что «это послужит примером того, как средства из публичных фондов в соединении с новыми цифровыми технологиями способны изменить жизнь каждого из нас».¹⁸

Дополнительная информация: <http://www.bbc.co.uk/>

6.9.1.4. СиБиЭс (Канада): Архивный проект Канадской Радиовещательной Корпорации был начат в 1998 г. Его первый этап, финансируемый полностью за счет СиБиЭс, был завершен в марте 2002 г. В результате этой работы сотни тысяч часов радио- и телевизионной истории, как СиБиЭс так и Радио Канада, были восстановлены, сохранены и каталогизированы в интересах надежности хранения и использования будущими поколениями. Архивный проект родился из созданного на СиБиЭс в 1995 г. специального подразделения, которому поручили обеспечить сохранность и интенсивное использование аудиовизуального наследия Канады. Подразделению пришлось признать, что, несмотря на усилия отдельных архивистов и библиотечарей СиБиЭс, время и отсутствие ухода оказали разрушительное воздействие на состояние национального радио- и телевизионного на-

следования. Его сотрудникам пришлось официально предупредить Совет Директоров СиБиЭс, что «аудиовизуальное наследие Канады может исчезнуть, унеся с собой невосполнимые следы нашей культурной и общественной жизни». Это послужило причиной появления Архивного проекта, перед которым были поставлены три основные цели:

- Восстановить и сохранить обширное радио- и телевизионное наследие СиБиЭс до того, как многие сокровища культуры могут исчезнуть навсегда.
- Хранить и каталогизировать эти материалы таким образом, чтобы СиБиЭс могла в полной мере использовать их исторический и культурный потенциал.
- Сделать все это историческое и культурное наследие доступным народу Канады.

Дополнительная информация: http://archives.cbc.ca/info/281g_en1.shtml

6.10. ИСТОЧНИКИ

6.10.1. Публикации

- *Blumler, J. G. (Ed.). (1992). Television and the public interest: Vulnerable values in west European broadcasting. London: Sage.*
- *Carnegie Commission on Educational Television (1967). Public television: A program for action. New York: Bantam.*
- *De Vreese, C. H (2001). Election coverage: new directions for public broadcasting—Netherlands and beyond. European Journal of Communication, Vol. 16(2), p. 155–180.*
- *Eashwar, S. (1999, 2 December). New paths, new roles: Challenges before the public service broadcaster today. International Conference, and Europe-Asia—Pacific Dialogue on Public Service Broadcasting, Quezon City, Phillipines.*
- *Greenberg, B. S., & Albers, R. (1991). Production, technological, economic and audience factors in assessing quality in public service television. Studies of Broadcasting, 27, 133–190.*
- *Harding, Phillip (2003), News & Current Affairs: the yardstick for integrity, speech to World Electronic Media Forum, 11 December, Geneva.*
- *Kobayashi, A. (1998, February). Quality and diversity in the digital age. Paper presented at the AMIC/CBA/SCS/NTU Conference on Public Service Broadcasting: Thriving in a Diverse Broadcasting Environment, Singapore.*

- Long, T. (1986). Do more—with less: Some challenges for the public service broadcaster. *Media Information Australia*, 41, 21–26.
- Mano, W. (2004). Renegotiating tradition on Radio Zimbabwe. *Media, Culture & Society*, 26(3), 315–336.
- Meier, H. E (2002). Beyond Convergence: Understanding programming strategies of public broadcasters in competitive environments, *European Journal of Communications Vol. 18(3)*, p. 337–365.
- Meyer, M. (1993). Educational programmes on television—deficiencies, support, chances: *Contributions to an international symposium. Munchen: Saur.*
- Mytton, G. (1998, February). Strategies to address changing audience preferences. *Paper presented at the AMIC/CBA/SCS/NTU Conference on Public Service Broadcasting: Thriving in a Diverse Broadcasting Environment, Singapore.*
- Raine, M. (2003). Informed democracies: Parliamentary broadcasts as a public service; *a survey across the Commonwealth countries. CBA/ UNESCO.*
- Richeri, G. (1984). Television from service to business: European tendencies and Italian case. *Paper presented at the International Television Studies Conference, London.*
- Shalabieh, M. (1995). The Cultural and educational functions of public service broadcasting in the Arab World. *UNESCO.*
- Takashi, O. (2004). Disaster reporting & the multi-nature of broadcasting, *NHK, Japan.*
- UNESCO (1995). The Cultural and educational functions of public service broadcasting in Western Europe. *International Round Table on the Cultural and Educational Functions of Public Service Broadcasting; Paris.*

6.10.2. Веб-сайты:

- ABC Australia’s Parliamentary Broadcasts: abc.net.au/public/Parliament
- ABC (Australia) NewsRadio: abc.net.au/newsradio
- ABC Play School: www.abc.net.au/children/play/home.htm
- BBC Asian Network: www.bbc.co.uk/asiannetwork/
- CBA/UNESCO Editorial Guidelines — <http://www.unesco.org/webworld>
- CBC /Radio Canada: cbc.radio-canada.ca
- CPB (USA): www.cpb.org

- Doordarshan (India): www.ddindia.net
- Maori TV (New Zealand): www.maoritelevision.com/
- Media Development Authority (Singapore): www.mda.gov.sg
- NHK (Japan): www.nhk-ed.co.jp
- RNZ (New Zealand): www.radionz.co.nz/
- SABC (South Africa): www.sabc.co.za/
- SBS Radio: www.sbs.com.au/radio

6.10.3. Документы:

UNESCO/ CBA survey on parliamentary broadcasting, 2003, New Delhi—
http://portal.unesco.org/ci/en/ev.php-URL_ID=11194&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

¹ *Reforming Broadcasting: Towards Editorial Independence in Public Service Radio and Television*, declaration by the International Federation of Journalists, Zagreb, 17 April 1999. Retrieved from <http://www.ifj.org/default.asp?index=290&Language=EN>.

² Mary Raine, *CBA Editorial Guidelines*, CBA/UNESCO, 2004.

³ Mary Raine, *Informed democracies: Parliamentary broadcasts as a public service; a survey across the Commonwealth countries*. UNESCO/CBA, 2003

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

⁶ *ibid.*

⁷ *ibid.*

⁸ *BBC Asian network goes digital*, BBC press release, London, 25 October 2002.

⁹ *ibid.*

¹⁰ Liisi Keedua. *The role of media in the integration of Estonians and Russian speaking minorities*, International Policy Fellowship Programme — www.policy.hu/keedus/research.paper.html, 2003.

¹¹ *TV station to launch children's channel*, Xianhua news agency, Beijing, 30 May 2004.

¹² Govindaraju, P & Bennerjie, I (1999), *A Retrospective View of the Countrywide Classroom in India*, *Journal of Education Media*, Vol 24, No.2, pp. 103–116

¹³ *The relationship between public broadcasting and distance education*, Commission on Public Broadcasting, paper #9, Wisconsin Education Curriculum Board, USA, 1997.

¹⁴ R. Ito. *40 years of NHK Educational TV: core of public broadcasting* — cgi2.nhk.or.jp/bunken/bcri-fr/h07-f1.html, 1999.

¹⁵ J. Patrick. *The role of the ABC in educational radio broadcasting*. Australian Journal of Educational Technology, 2(2), 67–73 — www.ascilite.org.au/ajet/ajet2/patrick.html, 1986.

¹⁶ *Public service broadcasting increasingly relevant*, New Zealand Government press release, 21 Nov — www.scoop.co.nz/mason/stories/PA0311/S00439.htm, 2003.

¹⁷ Carole Taylor. *Public Broadcasting: why bother?* Address to the Canadian Club Ottawa, 22 Oct — cbc.radio-canada.ca/htmen/speeches/20031022.htm, 2003.

¹⁸ BBC News, 23 August 2003.

7.1. ВВЕДЕНИЕ

Служба общественного вещания основывается на деятельности крупных общедоступных некоммерческих организаций, финансируемых из публичных источников. Она сталкивается с многочисленными вызовами, которые бросают ей политические, экономические, коммерческие и технологические изменения глобального характера. Возникает вопрос, какую форму должны принять эти службы в современном мире, чтобы устоять под натиском перемен.

Вызов службе общественного вещания во многом проистекает из идеологических сдвигов, происшедших после триумфа капитализма над социализмом. Как отмечает, например, в своей работе Мак-Чесни (McChesney)¹, «происходящее является логическим следствием всемирного принятия нео-либеральной концепции, что рынок и коммерческие показатели являются лучшим регулятором деятельности средств информации и прочих сторон жизни общества. В этом смысле нападки на службу общественного радио- и телевидения являются составной частью нынешнего наступления на все некоммерческое, включая институты и ценности публичной службы». По мере коммерциализации различных сторон общественной жизни усиливается философская и политическая критика как правомерности, так и эффективности действий государства в качестве поставщика товаров и услуг в современном обществе.

7.2. ВЫЗОВЫ ЦЕННОСТЯМ СЛУЖБЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ

Нео-либеральная критика утверждает, что основополагающие предпосылки для сохранения службы общественного вещания в современной глобальной политико-экономической среде отсутствуют.

- Многоканальный мир, созданный беспрецедентными техническими возможностями, устранил аргумент, основывавшийся на ограниченности радиочастотного ресурса.
- Государственные ресурсы (налоги) не должны использоваться для оказания всеобщих услуг, потребляемых постоянно сокращающимся сегментом населения (аудитории).
- Рынок — лучший арбитр, точнее определитель того, что хочет в своей массе потребитель. Если организации службы обществен-

ного радио и телевидения не в состоянии делать передачи, которые хочет смотреть и слушать достаточно большое число людей, то в этом случае они не оказывают услуг, которых ждут от публичной службы.

- Соответственно, если коммерческие вещательные станции дают людям то, что они хотят слушать и смотреть, то это и есть настоящее служение обществу. Аудитория, особенно молодежная, мобильна и уходит от свойственных СОВ тяжеловесных программ к легким развлекательным передачам, которые предлагают коммерческие вещатели.
- Общественное или находящееся в собственности государства радио и телевидение не обязательно является лучшим ответом на рыночную несостоятельность коммерческого вещания, так как правительство тоже может не справиться с этой задачей.
- Идеи диверсификации и плюрализма бросают вызов претензии общественного радио- и телевидения на обретение национального консенсуса, как когда-то нарождавшееся гражданское общество бросало вызов господствующей идеологии. Даже сами вещатели более осторожны в своих претензиях на роль выразителей национального согласия в условиях, когда само общество все меньше уверено в том, что знает, чего оно хочет.

7.2.1. Как ответить на эти вызовы?

Хотя на первый взгляд такая нео-либеральная критика кажется обоснованной, она на самом деле умышленно неточна, так как относится главным образом к государственному вещанию, а не к настоящей службе общественного вещания. Более того, приведенные аргументы можно опровергнуть по различным основаниям. Для начала следует отметить, что служба общественного вещания была создана не единственно по причине скудости радиочастот, пригодных для использования. С приходом радиовещания народы и правительства по всему миру были убеждены, что радиовещание призвано сыграть ключевую роль в служении общественным интересам и нести людям информацию и образование.

Во-вторых, неправильно утверждать, что программы СОВ повсюду потребляют все меньше людей. В Германии, Соединенном Королевстве и во многих других странах деятельность организаций СОВ убедительно показывает, что у них есть потенциал, позволяющий им пользоваться не меньшей популярностью и уважением, чем коммерческие вещате-

ли, при условии, что речь идет о предоставлении высококачественного материала. На деле, как ни забавно это звучит, именно те организации СОВ, которые оказались на высоте своей миссии служения общественным интересам, остаются самыми успешными и пользуются популярностью во всем мире, тогда как подконтрольные государству публичные вещатели утратили доверие к себе и снизили рейтинги.

Наконец, последнее по порядку, но не по важности утверждение популистского толка, что предоставление людям того, что они хотят слышать и видеть, является подлинной общественной службой, глубоко ошибочно, так как в таком случае круглосуточный порноканал также можно было бы считать общественной службой. Все эти поверхностные и слабо структурированные аргументы против СОВ могут в определенной степени быть отнесены к тем общественным и государственным вещателям, которые не справились со своей миссией. Однако там, где речь идет о настоящих СОВ, эти аргументы не выдерживают критики.

В странах с укоренившимися традициями службы общественного радио- и телевизионного вещания, которые свободны от политического контроля и известны своей правдивостью и беспристрастностью новостных передач, таких как Соединенное Королевство и Германия, сложившейся системе общественного вещания в среднесрочной перспективе скорее всего ничто не угрожает.

Служба общественного радио и телевидения оказывается под более сильным давлением там, где ее традиции не имеют глубоких корней. Например, во многих развивающихся странах, где находящиеся в государственной собственности организации вещания действуют как рупор правительства, или в переходных обществах Восточной Европы, где все еще не изжиты авторитарные традиции, или в Соединенных Штатах Америки, где общественное радио и телевидение пребывают на задворках коммерческого вещания.

Унифицированного, пригодного для всех ответа на брошенные вызовы нет. В то же время можно проследить некоторые общие черты в действиях, предпринятых отдельными системами СОВ, в ответ на вызовы недофинансирования, фрагментации аудитории и конкуренции со стороны коммерческих компаний.

Эти меры сводятся к следующему:

- Повышение внутренней экономической эффективности за счет сокращения персонала, реорганизации и реструктуризации, со-

крашения расходов на производство программ и трансляцию, что позволяет снизить эксплуатационные издержки.

- Агрессивный маркетинг продукции и услуг, прочая предпринимательская деятельность по увеличению доходов.
- Создание коммерческих отделов, работающих параллельно с подразделениями общественной службы.
- Изменение программных пропорций на каналах общественного вещания в пользу коммерческих передач, способных привлечь большую аудиторию и доходы от рекламы.
- Заключение стратегического альянса с коммерческим вещательным сектором в национальном и международном масштабах.
- Инвестирование в бизнес, построенный на использовании Интернет технологий.

Эти действия позволили организациям общественного вещания большинства стран остаться заметными игроками в сфере радио и телевидения. Однако свою первоначальную цель службе общественного вещания, по мере того как она искала свое место в новом глобальном окружении, потребовалось переформулировать. Все это требует новых подходов к отношениям с властью, которые бы предусматривали более активную роль для населения и гражданского общества.

Начнем с краткого изложения экономических доводов в пользу финансирования вещания из публичных источников.

7.3. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ДОВОДЫ В ПОЛЬЗУ ПУБЛИЧНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ

Традиционно, правительственное финансирование производства программ и распространения услуг общественной службы радио- и телевизионного вещания оправдывалось ожиданием существенных выгод социального и культурного характера. Выгод, которые приобретает общество в целом и входящие в него индивиды благодаря потреблению данной продукции. Другими словами, СОВ уделяет больше внимания запросам зрителей и слушателей в их социальном качестве граждан и избирателей, нежели только потребителей.²

Один из теоретических аргументов строится на концепции «платы за блага». Нечто безусловно желательное, возвышающее или социально

ценное для потребления населением, независимо от действительных желаний и предпочтений самих потребителей.

Правительства могут счесть социально и культурно важным, чтобы в программы вещания включали новости, обзоры текущих событий, документальные фильмы, передачи, посвященные образованию, искусству, здравоохранению, образу жизни, культурной идентификации, равноправию мужчин и женщин. Могут быть установлены правила о необходимости включения в программы материалов «местного характера» или требования, чтобы некий процент передач был внутреннего производства, дабы уравновесить программы иностранного производства. Все это примеры политики, направленной на предоставление вещателем желаемых благ.

7.4. МОДЕЛИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО РАДИО И ТЕЛЕВЕЩАНИЯ

В подобных обстоятельствах многое зависит от того, чем оправдывается финансирование услуг вещания из публичных фондов и какие модели поддержки такого финансирования используются.

Как отмечалось в первой главе, в мире сложилось несколько основных форм финансирования общественного вещания: правительственные гранты, лицензионные платежи, доходы от рекламы и добровольная подписка. Только в небольшом числе стран какая-либо из отмеченных форм используется в чистом виде. На практике в большинстве случаев используется сочетание всех или части этих форм.

7.4.1. Финансирование при помощи правительственных грантов

7.4.1.1. Австралийская модель финансирования: Два финансируемых государством общенациональных вещателя Австралии, — Австралийская Радиовещательная Корпорация (ЭйБиСи) и Специальная Радиовещательная Служба (ЭсБиЭс) финансируются за счет ассигнований, специально выделяемых парламентом. Эти средства покрывают эксплуатационные расходы, трансляцию, развитие цифрового телевидения, увеличение капитализации. В 2003–2004 гг. общая сумма правительственных грантов составила 758,6 миллиона долларов, чуть меньше чем 771,3 миллиона долларов за предыдущий период.³

Как отмечалось в четвертой главе, Закон об Австралийской Радиовещательной Корпорации (1983 г.) утвердил устав корпорации и возлагаемые на нее функции, а именно: оказание всесторонних, высококлассных теле- и радиовещательных услуг с использованием передовых технологий. Ее передачи должны содействовать развитию чувства национальной принадлежности, отражать культурное разнообразие австралийского общества и носить образовательный характер.

7.4.2. Модель, предусматривающая плату за лицензию

Использование платы за лицензию вероятно один из лучших методов финансирования службы общественного радио- и телевизионного вещания, так как он в значительной мере независим от правительственного или коммерческого давления, хотя размер лицензионных платежей устанавливается правительством. При такой модели деятельность СОВ оплачивается населением, а не правительством, таким образом, финансы корпорации не зависят от ежегодных пересмотров правительственных платежей или бюджетных ограничений. Кроме того, лицензионная плата не зависит от колебаний экономических циклов. В отличие от средств информации, опирающихся на доходы от рекламы, благодаря лицензионной плате радио- и телевизионные станции службы общественного вещания избавлены от коммерческого давления на содержание их программ. Наконец, лицензионная плата дает гражданам ощущение, что как хозяева, которые платят деньги за работу, они вправе требовать от организаций СОВ большей ответственности и подотчетности своим владельцам.

Лицензионная плата как единственный или основной источник финансирования СОВ активно проводится в жизнь лишь в небольшом числе стран. Сюда входят Соединенное Королевство, которое использует плату за лицензию для финансирования БиБиСи; Германия, где она используется для частичного финансирования двух государственных телестанций ARD и ZDF; и Япония, также финансирующая национальную службу радио и телевидения за счет лицензионной платы.

7.4.2.1. Соединенное Королевство: БиБиСи с самого начала финансировалось за счет лицензионной платы, взимаемой за принимающие устройства — вначале за радиоприемники, потом, с 1946 г. за

радио и телевизоры отдельно, а с 1971 г. только за телевизоры. В настоящее время 94% из 25 миллионов домохозяйств и офисов Великобритании платят лицензионную плату в размере 121 фунта стерлингов в год, что за период 2003/2004 г. составило доход в 2,8 миллиарда фунтов стерлингов.⁴ Доходы БиБиСи от платы за лицензию идут на финансирование радио и онлайн-услуг, а также на внутреннее телевидение.

Действующий порядок финансирования официально закреплен в соглашении от 26 января 1996 г. между Государственным секретарем, ответственным за национальное наследие, и Британской радиовещательной корпорацией. Он будет оставаться в силе до истечения 31 декабря 2006 г., срока действия королевского патента, содержание которого интенсивно обсуждается общественностью Соединенного Королевства.

Британцы проводят четкое различие между «внутренней службой», чья деятельность финансируется за счет лицензионных платежей, и других служб, которые могут финансироваться из коммерческих и прочих средств. По мере того как Британская радиовещательная корпорация начинает предоставлять широкий набор платных услуг, возникает дихотомия между БиБиСи как чисто общественным вещателем и БиБиСи как коммерчески мотивированной организацией. Не удивительно, что с приближением срока истечения королевского патента в 2006 г. все это становится предметом оживленных дебатов.

Естественно, сама БиБиСи отстаивает сохранение лицензионных платежей как необходимого условия поддержания своей способности оставаться независимой и, предоставляя услуги всеобщего характера, служить «каждому на равных условиях, обеспечивая качество и оригинальность». Одним из доводов является то, что культура, общество и демократия в Соединенном Королевстве многое приобретают благодаря общедоступности высококачественных услуг радио- и телевидения, которые создают общественную стоимость.

Финансирование за счет лицензионных платежей возлагает на БиБиСи обязанность и ответственность за равно уважительное и справедливое обращение с каждым проживающим на территории Соединенного Королевства. Корпорация обязана обеспечить им высококачественные передачи, которые они ценят, даже если их аудитория не всегда будет большой. Такая непосредственная связь между БиБиСи и бри-

танской публикой обусловила поведение БиБиСи и характер ее передач. Так как богатые и бедные, молодые и старые платят одни и те же деньги, БиБиСи обращается с ними одинаково уважительно. По меткому замечанию лорда Путмана, *«лицензионная плата остается самой эффективной и уравнительной формой финансирования, когда-либо придуманной для государственного учреждения»*.⁵

7.4.2.2. Германия: В Германии, где БиБиСи послужила моделью для построения службы общественного вещания при реконструкции страны после Второй мировой войны, лицензионная плата также является основным способом финансирования, хотя есть и важные отличия. Политику в области средств информации в Германии определяют правительства земель, а не центральное правительство, поэтому проводить национальную политику в области радио и телевидения, как это делается в Соединенном Королевстве, там гораздо труднее.

Существуют также важные отличия во взаимоотношениях между общественным и частным вещанием. Например, в Великобритании дуальная система коммерческого и общественного вещания действует с 1955 г., тогда как в Германии конкуренция между службой общественного вещания и частными вещателями началась в 1984 г. Зато публичным каналам ARD и ZDF разрешено включать в передачи, предназначенные для внутренней аудитории, коммерческую рекламу, хотя она ограничена 20 минутами в день и может показываться только до 8 часов вечера.

7.4.2.3. Япония: В Японии Ниппон Хосо Киокай (ЭнЭйчКей), осуществляющая службу общественного телевидения по всей стране, почти полностью финансируется за счет лицензионных платежей. В начале 20-х годов прошлого века радиостанции, на основе которых была позднее создана сеть ЭнЭйчКей, находились под непосредственным управлением правительства. Радиовещание использовалось главным образом для пропаганды политики правительства и укрепления национального единства.

Такая модель подчинения идеологии превалировала до конца Второй мировой войны. После капитуляции Японии был принят новый закон о радиовещании. В соответствии с ним ЭнЭйчКей стала действовать как организация общественной службы, перед которой была поставлена задача повышения общественного благосостояния путем организации общенационального вещания. ЭнЭйчКей сегодня явля-

ется одним из крупнейших в мире операторов, располагающим широкой сетью приемопередающих станций наземного и спутникового базирования.

Процесс определения размера лицензионной платы начинается с направления в парламент менеджментом ЭнЭйчКей предложения с обоснованием предполагаемых расходов компании.

В своем бюджете ЭнЭйчКей предлагает такой размер лицензионных платежей, который соотносится с предполагаемой стоимостью годовых расходов на ее деятельность. Бюджет рассматривается обеими палатами парламента, которые решают принять его или отклонить. Тем самым парламент устанавливает ставку лицензионных платежей на следующий год, утверждая бюджет расходов и доходов ЭнЭйчКей.

Несмотря на надзор за его финансами со стороны парламента, ЭнЭйчКей считается политически независимым. Он не принимает инвестиции, рекламу или финансовую помощь от правительства, коммерческих или некоммерческих организаций.

У ЭнЭйчКей широкая база зрителей, которые платят лицензионную плату в поддержку его текущей деятельности как общественной службы. В середине 1990-х годов у ЭнЭйчКей на четырех телевизионных каналах и трех радиостанциях было занято 13 000 служащих. Их работа финансировалась за счет лицензионных платежей 34,6 миллионов домохозяйств, владеющих телевизорами, и 5,7 миллионов зданий, оборудованных спутниковыми антеннами. Для сравнения, в то же время на два телевизионных канала и 5 радиостанций БиБиСи приходилось 25 000 служащих, но гораздо меньшее (22 миллиона) число плательщиков лицензионных платежей. Тогда как размеры лицензионных платежей в обеих странах были сопоставимы, порядка 150 долларов в год на семью.

Результаты применения модели платы за лицензию далеко не всюду были успешными. Одна из причин заключалась в том, что такие платежи критиковались как регрессивный налог, который больно бьет по бедным, для которых выплата фиксированной суммы означает необходимость отдать большую долю доходов, чем для людей состоятельных. Оппоненты действующей системы утверждали, что было бы более справедливо финансировать СОВ из общих налоговых поступлений, основывающихся на доходах, где предусмотрен прогрессивный налог. Поэтому правительства, особенно в бедных, развивающихся

странах, обычно неохотно идут на риск навлечь на себя гнев налогоплательщиков, оказывая поддержку системе, которая будет политически непопулярна.

Другая проблема состоит в том, что в большинстве случаев собираемых средств оказывается недостаточно для адекватного финансирования вещания. Возможно, это проистекает из того, что размеры платежей устанавливались на политически приемлемом уровне, который на практике неадекватен. В подобных случаях лицензионные платежи обычно дополняются доходами от рекламы или иными источниками дохода. В некоторых случаях от лицензионных платежей пришлось отказаться.

7.4.3. Гибридная модель финансирования

Внутри Сообщества наций, состоящего из бывших британских колоний, системы службы общественного вещания в большинстве случаев строились по образцу БиБиСи, хотя и без полного копирования. В них вносились отличия, чтобы лучше соответствовать местным условиям.

В большинстве стран Южной Азии, за исключением Индии и Непала, общественное радио- и телевидение частично финансируется за счет лицензионных платежей. Индия отменила лицензионные платежи в 1985 г. Идея их восстановления была высказана специальным комитетом в 1996 г., однако, не была включена в повестку дня, так как правительство опасалось сложностей политического характера.⁶

Другая любопытная гибридная комбинация — это «конкурсное финансирование»⁷. При использовании этой модели государственные средства ассигнуются вещателям (или напрямую продюсерам) из централизованных фондов на основании тендера, проводящегося на конкурсной основе. Средства направляются на создание конкретных передач, отвечающих критериям службы общественного вещания. Такая модель используется в Новой Зеландии с 1989 г. Действие некоторых из таких гибридных моделей будет рассмотрено ниже.

7.4.3.1. Индия: Комитет по пересмотру устава Прасар Бхарати проанализировал многочисленные возможности финансирования службы общественного вещания в Индии. Ему пришлось отказаться от идеи лицензионных платежей, так как ее сложно реализовать, а админис-

тративные расходы на это велики. Комитет пришел к выводу, что успех или неудача той или иной модели зависит от ценностей и традиций конкретной страны, а также от спроса и предложения на рынке медиа-услуг.

Он также заявил, что зависимость только от правительственных грантов противоречит основополагающему принципу Прасар Бхарати — дистанцироваться от правительства. Комитет рекомендовал изучить попытки других стран нейтрализовать прямое воздействие правительства на вещателей через соответствующие институциональные механизмы (уставы), организационные структуры, а также традиции и соглашения. Хотя доходы от рекламы и спонсорства позволяют обрести столь желанную эффективность в использовании публичных ресурсов, они могут, с другой стороны, привести к размыванию цели служения общественного вещателя. Это происходит потому, что в этом случае публичный вещатель утрачивает способность корректировать недостатки рыночного механизма и производить те виды программ, которые нужны обществу. Вот почему было рекомендовано не финансировать целиком организации службы общественного вещания с помощью доходов от рекламы и спонсорства. Финансировать полностью с помощью системы «платы за просмотр» также не выход. Такое финансирование противоречит миссии общественной службы вещания в развивающейся экономике, так как основные вещательные услуги должны быть общедоступными независимо от платежеспособности зрителей. Однако, комитет отметил, что плата за просмотр имеет определенные преимущества, так как позволяет дать рыночную оценку продукции высшего качества, выпускаемой Прасар Бхарати. Например, предназначенные для специалистов каналы, рассчитанные на соответствующие сегменты рынка, или новые медиа-услуги прямого вещания, или Интернет-вещание.

Таким образом, для такой большой страны как Индия, чьи местные программы обладают определенной притягательностью и для международной аудитории, могла бы быть разработана, по мнению комитета, гибридная система финансирования. Она включала бы в себя правительственные гранты, выручку от продажи передач на международном рынке, доходы от эксплуатации новых видов медиа-бизнеса, сдачи помещений и оборудования в аренду внешним производителям, предоставление каналов спутниковой связи частным вещателям, а также иные виды дохода, получаемые благодаря улучшению маркетинга своих услуг и передач, выполненных в стилистике общественной службы.

7.4.3.2. Канада: В Канаде, в соответствии с канадским законом о радиовещании, все вещание рассматривается как «общественная служба, необходимая для поддержания и укрепления национальной идентичности и культурного суверенитета» (статья 3). Таким образом, вещание выступает как система бесшовного соединения общественных, частных и коммунальных элементов с Канадской радиовещательной корпорацией (СиБиЭс-Радио Канады) как центром службы общественного вещания. На практике канадская система представляет собой гибрид общественного и частного вещания.

Закон 1991 г. устанавливает, что вещание должно быть «преимущественно и отчетливо канадским» и, отражая многокультурный характер канадского общества, «способствовать становлению национального самосознания и идентичности».

В 1936 г., когда создавалась корпорация, лицензионная плата использовалась для финансирования СиБиЭс, но скоро стало ясно, что ее недостаточно, чтобы оплатить все расходы, связанные с выполнением задач общественной службы, «даже когда они дополняются доходами от рекламы. Фактически с самого начала высокая стоимость телевещания привела к созданию системы афилирования, при которой частным корпорациям было позволено владеть и управлять вещательными станциями, распространяющими программы СиБиЭс».⁸

В 1950 г. лицензионная плата была отменена и заменена ежегодными грантами парламента. Эта схема сохраняется, несмотря на попытки получить средства сразу на несколько лет, что сделало бы финансовые поступления более стабильными. Доходы от рекламы служат дополнением к гранту. К 1992 г. телевизионная реклама на СиБиЭс достигла пикового показателя в 309 миллионов долларов и составила 22 % от общего бюджета.

Среди прочих вещей «смотреть канадское», всегда означало существование квоты на материалы канадского производства. В 1970 г. он был установлен на уровне 60% и продолжает возрастать. Передачи канадского происхождения в пиковое время достигают 85%.⁹

7.4.3.3. Южная Африка: Южная Африка после апартеида представляет собой интересную модель страны, где официальная политика использования государственного вещания является частью процесса трансформации. Три сектора вещания — государственный, част-

ный и коммунальный — обязаны по закону содействовать многообразию, сохраняя установленный уровень присутствия передач, произведенных в стране.

В качестве составной части процесса развития демократических институтов Южная Африка сознательно выбрала западные демократии в качестве модели развития. Ей удалось добиться значительного прогресса за 10 лет, прошедшие после 1994 г., хотя существуют серьезные проблемы, принимая во внимание различия в политических традициях и уровнях развития.

ЭсЭйБиСи, основная организация службы общественного вещания, финансируется путем сочетания доходов от рекламы с лицензионными платежами, спонсорской поддержкой и доходами от инвестиций. В 1993/1994 финансовом году 74% доходов ЭсЭйБиСи составляли доходы от рекламы. Лицензионные платежи покрывали 20%, а прочие доходы 6% финансовых поступлений. Прямого государственного финансирования или грантов не было. Тем не менее корпорации удалось добиться превышения доходов над расходами в размере 106,2 миллионов рэндов, из которых ликвидные средства составили 77,8 миллионов рэндов в год.

Но с началом демократизации и усилением конкуренции частных средств информации получение ЭсЭйБиСи рекламных доходов сократилось, а у корпорации возникли большие трудности в выполнении задач службы общественного вещания в новой Южной Африке.

Коммунистическая партия ЮАР в своих предложениях к проекту комитета, готовившего в 2003 г. основные направления редакционной политики Южноафриканской Радиовещательной Корпорации (ЭсЭйБиСи), настаивала, что основная задача общественного вещателя состоит в том, чтобы все коммунальные сообщества, отодвинутые на обочину общественной жизни в эпоху апартеида, вернулись в публичную сферу. Выполнение этой задачи требует значимых и тщательно продуманных шагов по преодолению исключения маргинальных в прошлом групп и интересов от доступа к ЭсЭйБиЭс как организации общественного вещания.

Поэтому ключевой задачей становится всеобъемлющее преобразование организации общественного вещания таким образом, чтобы общественный вещатель отражал многообразие населения страны и по-

требности демократического общества. В связи с этим центральное значение приобретает вопрос, как ЭсЭйБиЭс будет сочетать поставленные перед ней задачи, редакционную политику и практику с закрепленными в конституции целями развития страны, воплощенными в Программе реконструкции и развития, не превращаясь в государственного вещателя. Этим компартия ЮАР обосновывала ту точку зрения, что выполнение целей и задач, стоящих перед ЭсЭйБиСи должно выверяться и соизмеряться с конституционными представлениями об этих целях и ценностях, зафиксированных в Программе реконструкции и развития, но это отнюдь не равносильно государственному контролю над общественным вещанием.

7.4.3.4. Новая Зеландия: Закон о радиовещании и телевидении 1989 г. отделил радио- и телевизионный бизнес от радиовещательной корпорации Новой Зеландии. Это привело к созданию телевидения Новой Зеландии (ТВНЗ) — государственного предприятия, управление которым осуществлялось на коммерческой основе. Оно ориентировалось на максимальное извлечение прибыли, которая подлежала возвращению в казначейство. ТВНЗ более не получало выручки от лицензионных платежей. В то же время с него были сняты лежавшие на нем ранее конкретные обязательства производить и показывать «социально ориентированные» передачи в духе службы общественного вещания. Был сформирован новый орган — Комиссия по радиовещанию и телевидению, позднее он был преобразован в Эфирную комиссию Новой Зеландии, которому был поручен сбор лицензионных платежей. По условиям реформы вводилась модель «конкурсного финансирования». То есть любой радиовещатель или независимый продюсер мог подать заявку в Комиссию на получение финансирования программ, которые служат социальным целям службы общественного вещания, но не могут рассчитывать на получение коммерческого финансирования. Лицензионная плата была отменена в 1999 г. Но деятельность Комиссии продолжала щедро финансироваться за счет налогоплательщиков. Комиссией руководит Совет директоров, состоящий из шести членов, назначаемых правительством сроком на три года. Заседания Совета директоров проводятся каждые два месяца. На них принимаются решения о финансировании проектов. Продюсеры, обратившиеся в Комиссию за финансированием, должны иметь соглашение о показе с телевещателем.

В 2003 г. вновь избранное лейбористское правительство, которое было критически настроено по отношению к сильному коммерческому кре-

ну в деятельности ТВНЗ, инициировало закон о новозеландском телевидении. Он переориентировал национального теле вещателя, на которого приходилось почти 95% рынка, на однозначное выполнение задач службы общественного телевизионного вещания. ТВНЗ теперь поручено добиваться социальных целей службы общественного вещания, в том виде как это изложено в его уставе, сохраняя одновременно свою коммерческую результативность, то есть, оставаясь самым популярным телевизионным вещателем в стране. В 2003—2004 г. ТВНЗ получило небольшую сумму в виде прямого финансирования от правительства для компенсации расходов, связанных с выполнением уставных обязательств. Эти суммы должны были дополнить нехватку доходов от коммерческой деятельности и полученное на конкурсной основе финансирование от Эфирной комиссии. Фонды Эфирной комиссии Новой Зеландии распределяются преимущественно по четырем основным областям: идут на создание драматических произведений (включая комедии), документальных фильмов, детских и специальных программ, отражающих миноритарные интересы. Эфирная комиссия обычно не финансирует создание спортивных и развлекательных программ, которые считаются коммерчески жизнеспособными. Она не финансирует создание новостных программ и обзоров текущих событий, чтобы избежать политического вмешательства в такие передачи со стороны правящей в настоящее время партии. На Эфирной комиссии лежит также ответственность за финансирование двух общественных радиостанций, общественной музыкальной службы и смежных областей, таких как архивная деятельность. Указанное финансирование предоставляется без конкурса. Правительство поддерживает телевидение коренного населения, канал Нью Маори Телевижн (см. главу 6), выделяя средства напрямую, а не прибегая к Эфирной комиссии.

7.4.4. Финансирование сети производящих программы студий

Финансирование сети студий, изготавливающих передачи для организаций, которые составляют службу общественного радио- и телевизионного вещания, — это модель, заслуживающая внимания. Такая схема может позволить сектору муниципальных и сельских радио- и телевизионных станций, который еще не может стоять на собственных ногах, стать частью сети службы общественного вещания.

7.4.4.1. Голландия: В Голландии, например, существует уникальная система финансирования местных программ, что дает обществу возможность свободно производить разнообразные программы для службы общественного вещания, тогда как закон «О средствах информации» охраняет независимость службы общественного вещания и обеспечивает достаточный уровень ее финансирования.

В Голландии существует три национальных телевизионных канала и пять радиостанций. Уникальность голландского общественного вещания в том, что оно не замыкается на одной организации типа БиБиСи, а состоит из совокупности отдельных, самостоятельных организаций эфирного вещания, созданных основывающимися на индивидуальном членстве общественными ассоциациями, которые представляют все разнообразие социальных и религиозных движений в стране.

Основывающиеся на индивидуальном членстве организации, известные как общественные объединения типа А, которые насчитывают не менее 400 000 членов, получают от правительства субсидии на производство телевизионных или радиопередач, предназначенных для эфира службы общественного вещания. Количество членов определяет объем эфирного времени, которое достигает 735 часов телевизионного и 3000 часов радиоэфира в год для общественного объединения типа А. Для производства передач, заполняющих все эти часы радио- и телевизионного времени, общественные объединения этого типа получают субсидии порядка 50 миллионов евро от Министерства по делам культуры.

В совокупности система общественного радио- и телевизионного вещания охватывает около 30 независимых организаций, имеющих либо не имеющих индивидуального членства. Nederlandse Omroep Stichting (NOS) является зонтичной структурой, объединяющей общественные вещательные организации. Она решает задачи координации программ, согласования условий вещания и обеспечивает защиту общих интересов вещательных организаций. Помимо этого, NOS предоставляет значительную часть новостных и спортивных программ для эфира.

До 2000 г. система общественного вещания в Голландии финансировалась за счет (колеблющихся) доходов от рекламы Рекламного учреждения фламандского радио и телевидения (STER) и лицензионной платы, размеры которой устанавливались законом. Ее уплата была обязательной для каждого домохозяйства, имевшего радио- или телевизионный приемник. В январе 2000 г. от лицензионной платы отка-

зались, заменив ее подлежащей индексации субсидии на цели национального вещания, которая выплачивается из государственной казны. Таким образом, сейчас службы радиовещания и телевидения напрямую финансируются из налоговых поступлений. С каждого среднестатистического домохозяйства ежегодно вместе с налогами собираются платежи, которые составляют 98 евро за национальное и региональное радио и телевидение.

7.5. РЕПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ

Серьезные проблемы, с которыми служба общественного вещания (СОВ) сталкивается на протяжении последних 20 и более лет, как то конкуренция на рынке услуг, легитимность задач, доверие к новостям и информации, финансовая нестабильность и миграция аудитории, требуют не менее серьезных подвижек в позиционировании СОВ. Они нужны, если система хочет преодолеть брошенные ей вызовы. В спорах относительно будущего было признано, что модель монополии государственного вещателя ушла безвозвратно. Проблема заключается в ее замене.

На одном конце дискуссии обосновывается высшая цель превратить сектор публичной службы в ведущий компонент системы вещания и всего сектора средств информации. «Отсюда следует, что борьба за службу общественного радио и телевидения неизбежно ведет к прямой конфронтации и конфликту с существующими гигантскими медиа-корпорациями. Наша цель должна состоять в том, чтобы раздробить их на более мелкие подразделения, поддерживая профессиональные союзы работников средств информации для обуздания их корпоративной мощи. Коммерческих вещателей следует заставить соблюдать высокие стандарты службы общественного вещания. Например, нет никаких причин разрешать размещать рекламу во время детских или новостных телевизионных передач».¹⁰

По другую сторону Якубович (Jakubowicz)¹¹, суммируя доводы противников службы общественного вещания, выделяет три модели изоляции СОВ, а именно:

а) Модель «истощения», которая позволила бы не подпускать организацию службы общественного вещания к цифровым технологиям и Интернету, резервируя технологии будущего за коммерческим сектором.

б) Дистрибутивная модель службы общественного вещания, согласно которой передачи, соответствующие задачам и потребностям общественного вещания, следует отделить от предоставляющих их организаций и финансировать их приобретение от любого (коммерческого) вещателя, получившего заказ от регулирующего ведомства.

в) Модель «пострижения в монастырь», согласно которой службе общественного вещания отводится ниша вспомогательного канала, предлагающего те услуги, которые коммерческий вещатель не в состоянии оказывать с выгодой для себя. Тем самым коммерческие вещатели будут избавлены от конкуренции со стороны общественных вещателей.

7.6. БУДУЩИЕ МОДЕЛИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

7.6.1. Перераспределение ресурсов

Новый режим финансирования может быть создан на основе более справедливого распределения богатства и ресурсов, создаваемых всей системой радио и телевизионного вещания и дополнен публичными субсидиями, а также доходами от разрешаемой целевой рекламы.

На сектор подписного телевидения может быть введен налог, доходы от которого будут идти на создание программ службы общественного вещания. На Ямайке, например, кабельных операторов заставляют платить пять процентов от валового дохода в качестве лицензионной платы.

Коммерческие вещатели также могли бы предоставить небольшой процент от своего валового дохода на создание программ развития, финансируемых в установленном порядке и на конкретных условиях. Все это могло бы действовать как замкнутая система целевого заимствования. От продюсеров требуется вернуть заемные средства за счет дохода, вырученного за их продукцию. Возвращенные таким образом средства направляются только на финансирование создания программ, а не в общий бюджет правительства.

7.6.2. Фонды развития производства

Фонды развития производства эффективно действуют в Голландии и Канаде. В 1988 г. в Голландии для создания высококачественных культурных программ был образован Фонд содействия продвижению про-

изведений культуры на телевидении. Этот фонд, финансируемый за счет доходов от рекламы, оказывает финансовое содействие производству относительно дорогостоящих культурных программ на радио и телевидении.

Фонд развития радио- и телевизионных программ был создан с целью стимулировать появление программ канадского производства на частном телевидении. Он дает средства частным производственным компаниям и независимым продюсерам для производства канадских передач, предназначенных для СиБиЭс и частных станций. С конца 1990-х годов через этот фонд в отрасль поступает порядка 40 миллионов долларов в год.

Индия также ввела у себя систему финансирования национального производства, отвечающего критериям передач общественного вещания, через траст службы общественного вещания (который подробно рассматривается во второй главе).

7.6.3. Модель, ориентированная на экспорт

У этой модели есть два аспекта. Один касается производства программ, представляющих интерес для зарубежной аудитории, который может быть востребован на международном рынке. Второй связан с производством передач, предназначенных для соотечественников, проживающих за пределами страны, которые со временем создают все больше местных каналов, обслуживающих интересы диаспоры.

7.6.4. Эксплуатация ресурсов

Многие традиционные вещатели получили в пользование инфраструктуру наземного вещания, созданную благодаря крупным капитальным вложениям. Ее использование превращает их в единственного наземного вещателя, способного дойти до каждого радиослушателя и телезрителя. Эффективное использование этого имущества может приносить значительный доход.

Эта инфраструктура может и должна рассматриваться как собственность/ресурсы нации, которые гарантированно предоставляются частным операторам, в обмен на что независимый и справедливый регулятор радио и телевещания предлагает им произвести некий про-

дукт, соответствующий критериям службы общественного вещания, включая качественные стандарты последней.

Ресурсы и технические мощности главного вещателя могут быть использованы для создания и поддержки других организаций службы общественного радио и телевидения, которые могут быть нацелены на специализированные рынки. Это единственно разумный ответ на вызов, который представляет собой фрагментация единой национальной аудитории на группы по интересам.

БиБиСи, например, предложила в интересах развития множественности программ службы общественного вещания оказывать поддержку другим общественным вещателям на территории Соединенного Королевства, а именно Каналу 4 и Каналу 5, и облегчить финансовое бремя перехода от аналогового к цифровому вещанию.

7.7. ВЫВОД

На протяжении многих лет служба общественного радио- и телевизионного вещания и государственное радио и телевидение в той или иной форме были господствующей системой вещания в большинстве стран мира. Заметным исключением были только США и некоторые страны Латинской Америки. Теперь эта система столкнулась с серьезными вызовами. Наибольшую опасность представляет политический, технологический и коммерческий нажим с целью заставить отказаться от финансирования радио- и телевизионного вещания из публичных фондов.

Неспособность рынка удовлетворить потребности общества, один из основных экономических аргументов в пользу общественного вещания, также имеет свой изъян. Исходя из того что вещание является товаром, производимым для всех, «нет никакого смысла финансировать производство достойных товаров за счет общества, если они потребляются лишь немногими».¹²

В обозримом будущем изыскание средств и финансирование станут наиболее проблемными вызовами для организаций службы общественного вещания. Это представляет собой имманентно присущую угрозу для самостоятельности службы общественного вещания в новом экономическом окружении.

Однако эта угроза может быть минимизирована, если двигаться по трем направлениям:

- а) Сохранить определенную долю финансирования из публичных фондов.
- б) Минимально полагаться на доходы от рекламы, используя одновременно в полной мере иные коммерческие и деловые возможности.
- в) Вводить новые системы управления, дающие зрителям больше возможностей контроля через внешние структуры управления, а также в решении вопросов выделения ресурсов на изготовление программ.

Было бы грустно, если бы новые технологии вещания, которые позволяют значительно увеличить количество каналов для просмотра и прослушивания, привели к сокращению набора имеющихся программ. Новейшие технологии, если правильно использовать их стратегический потенциал, могут открыть дорогу новой эре цифровой службы общественного вещания.

7.8. ИСТОЧНИКИ

7.8.1. Документы:

Commission clarifies application of state aid rules to public service broadcasting. (2001, October 17). Retrieved August 19, 2004, from <http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/01/1429&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

7.8.2. Публикации:

- *Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development. (2000). Public service broadcasting in South Asia: Legal, financial and administrative issues. Kuala Lumpur, Malaysia: Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development.*
- *Crawley, W. (1999, April). Public service broadcasting: Sustainability in the new media order. Paper presented at the AMIC Seminar on Media Proliferation: How Can Broadcasters Best Serve the Public Interest? New Delhi.*
- *Gunasekera, D. (2000, June). Financial & administrative aspects of public service broadcasting. Paper presented at the AIBD FES SBA*

Meeting on legal, Financial and Administrative Aspects of Public Service Broadcasting, Singapore.

- Jakubowicz, K. (2003). End Game?: Contracts, audits, and the future of public service broadcasting. *The Public Javnost*, 10(3), 45–62.
- Kini, S. (2000, June). Financial & administrative aspects of public service broadcasting. *Paper presented at the AIBD/FES/SBA Meeting on legal, Financial and Administrative Aspects of Public Service Broadcasting, Singapore.*
- Kops, M. (1999, November). Financing and sustaining political will to support public service broadcasting. *Paper presented at the international conference of Europe-Asia-Pacific Dialogue on Public Service Broadcasting, Quezon City.*
- Kops, M. (2001). What is PSB and how should it be financed? *Working paper for Institute of Broadcast Economics, Cologne, Germany.*
- Lim, C. H. (2000, June). Singapore's approach to public service broadcasting funding. *Paper presented at the AIBD FES SBA Meeting on legal, Financial and Administrative Aspects of Public Service Broadcasting, Singapore.*
- Liu, J. D. (1998, February). Living with competition in a multichannel world. *Paper presented at the AMIC/CBA/SCS/NTU Conference on Public Service Broadcasting: Thriving in a Diverse Broadcasting Environment, Singapore.*
- Malakar, T. R. (1999, November). Financing & sustaining political will to support public service broadcasting. *Paper presented at the international conference of Europe-Asia-Pacific Dialogue on Public Service Broadcasting, Quezon City.*
- Martin, J. (2004, April 23). Pact seeks 50% BBC quota. Retrieved August 19, 2004, from <http://media.guardian.co.uk/bbc/story/0,7521,1201594,00.html>
- National Economic Research Associates. (1991). Public service television: Accountability and finance. London: National Economic Research Associates.
- Rumphorst, W. (1997). Public financing of public service broadcasting vis-a-vis Article 92 of the European Treaty. *Diffusion*, Spring, 44–48.
- The future funding of the BBC: *Report of the Independent Review Panel.* (1999). London: Department for Culture, Media and Sport.
- Tjernstrom, S (2002). Theoretical approaches to the management of a public broadcasting media firm. *Journal of Media Economics*, 15(4), p. 241–258.
- Ursell, G. (2000). Turning way of life into a business: An account and critique of the transformation of British television from public service to commercial enterprise. *Critical Perspectives on Accounting*, Vol. 11, p. 741–764.

- *Zen, C. (2000, June). Administrative & financial aspects of public service broadcasting (TVRI experiences). Paper presented at AIBD FES SBA Meeting on legal, Financial and Administrative Aspects of Public Service Broadcasting, Singapore.*

7.8.3. Веб-сайты:

- **India**, Public Service Broadcasting Trust (PSBT): <http://www.psb.org>
- **Singapore**, Media Development Authority (MDA): <http://www.mda.gov.sg>
- **South Africa**, South African Broadcasting Corporation: <http://www.sabc.co.za>

¹ *R. W. McChesney, R. W. The mythology of commercial broadcasting and the contemporary crisis of public broadcasting. Retrieved September 30, 2004, from <http://www.ratical.org/co-globalize/RMmythCB.html>, 1997.*

² *A. Brown. Public service broadcasting in four countries: Overview. The Journal of Media Economics, 9(1), 77–81, 1996.*

³ ABC annual report 2004.

⁴ BBC annual report 2004.

⁵ *Future of the BBC — Chapter 7: Paying for BBC services, 107 (nd). Retrieved 1 June 2005, from http://www.bbc.co.uk/thefuture/text/bbc_bpvc7.html*

⁶ *W. Crawley. Public service broadcasting: Sustainability in the new media order. Paper presented at the AMIC Seminar on Media Proliferation: How Can Broadcasters Best Serve the Public Interest? New Delhi, 1999, April.*

⁷ *Helm, Dieter et al (2005), Can The Market Deliver?: Funding Public Service Television In The Digital Age, pp 151–169, John Libbey, UK*

⁸ *M. Raboy. The world situation of public service broadcasting. Public service broadcasting in Asia: Surviving in the new information age. Singapore: AMIC, 1999.*

⁹ *ibid.*

¹⁰ *R. W. McChesney, R. W. The mythology of commercial broadcasting and the contemporary crisis of public broadcasting. Retrieved September 30, 2004, from <http://www.ratical.org/co-globalize/RMmythCB.html>, 1997.*

¹¹ *K. Jakubowicz. End Game?: Contracts, audits, and the future of public service broadcasting. The Public Javnost, 10(3), 45–62, 2003.*

¹² *Collins, R., Finn, A., McFadyen, S., & Hoskins, C. Public Service Broadcasting Beyond 2000: Is There a Future for Public Service Broadcasting? Canadian Journal of Communication, 26(1). Retrieved 10 June 2005 from <http://www.cjc-online.ca/viewarticle.php?id=615&layout=html>, 2001.*

8.1. ВВЕДЕНИЕ

Новые цифровые и коммуникационные технологии сделали вещание дешевле в основном за счет уменьшения стоимости производства контента и его распространения. Многие видят в этих технологиях ответ на вопрос, как вдохнуть новую жизнь в организации общественного вещания и стимулировать появление новых.

Цифровые технологии совершили революцию в области коммуникаций. Им удалось:

- Уменьшить размеры и стоимость информационного и коммуникационного оборудования.
- Сжать время, требуемое для сбора, редактирования, компиляции, хранения и извлечения информации любого содержания.
- Сделать возможным хранение, извлечение и повторное использование содержания в больших объемах.
- Создать новые коммуникационные платформы распространения и передачи информации между населенными пунктами, а также между провайдерами и отдельными домовладениями.

Но, как отмечает Ян Мак-Гаррити (Ian McGarrity)¹, цифровой водораздел между развитыми и развивающимися странами в плане новостей и распространения информации мог бы быть преодолен при условии, что:

- Местные журналисты, которые делают новости, будут снабжены новой цифровой аппаратурой для видеозаписи.
- Доступ к восходящему лучу международных спутников связи станет легче и дешевле.
- К «иностранный» аппаратуре спутниковой связи перестанут относиться с подозрением.
- Критические репортажи с мест будут вызывать меньше беспокойства.

Благодаря использованию недорогой технологии аудиовизуального производства она может стать более доступной для местных средств информации. Так как во многих сельских и муниципальных сообществах хотели бы видеть на телеэкранах репортажи о живущих там людях, событиях и проблемах на своем языке местные телевизионные станции, муниципальные и сельские центры можно будет оборудовать аппаратурой для цифровой видеосъемки и редактирования отснятого материала. Общенациональная служба общественного вещания (СОВ) может предусмотреть в своей сетке вещания окна для размещения в них материалов, полученных из провинции, периферийных городов и сельской местности.

Тем самым удается найти ответ на вызов, с которым организации СОВ сталкиваются в цифровую эру, как, сохранив высокие профессиональные стандарты производства программ и содержательных материалов, обеспечить большие возможности для доступа к эфиру на уровне коммун и муниципалитетов. И все это благодаря недорогой технологии производства материалов в цифре и возможности обработать отснятый материал на настольном компьютере редактора. Правда, некоторые утверждают, что с этой ролью неплохо справятся местные вещатели, которые могут и не быть организациями СОВ.

БОКС 8.1.

Информационные и коммуникационные технологии открывают новые горизонты для построения общества знания, которое преодолевает социальную маргинализацию, дает образование, облегчает обмен научными знаниями, содействует творчеству и межкультурному диалогу. Эти технологии бросают новые вызовы свободе слова, которая является основным условием устойчивого развития, демократии и мира.

— *Dr Abdul Waheed Khan, Assistant Director-General for Communication and Information, UNESCO (2003)*

8.2. В ПОГОНЕ ЗА ЦИФРОВЫМ ВЕЩАНИЕМ

Существуют не только радужные перспективы, но и многочисленные колдобины на пути, ведущем к цифровому вещанию, по которому организациям СОВ предстоит пройти. К плюсам можно отнести возможность эксплуатировать сразу несколько узкоспециализированных каналов за сравнительно небольшие деньги. К минусам — то, что придется столкнуться с конкуренцией в многоканальной вещательной среде, где у коммерческих вещателей не только глубже карман, но и более широкие возможности предлагать свои услуги.

Одно дело, техническая возможность выйти в эфир дешевле, а совсем другое — довести до сведения людей информацию о существовании канала, о его местонахождении и передачах.

«Одна из опасностей, которая подстерегает тех, кто спешит как можно скорее приступить к современным способам вещания, состоит в

том, что они могут выдохнуться, размазав свои ресурсы слишком тонким слоем, стремясь не упустить все новые возможности, которые дает вещание в Интернете, запуск цифровых каналов, создание интерактивных линий помощи — всех этих замечательных чудес, которые, однако, стоят денег», — предупреждает Элизабет Смит (Elizabeth Smith)² Генеральный секретарь Ассоциации вещателей Содружества. «В результате, на грани выживания может оказаться стержневая служба внутренних телевизионных и радиопрограмм, из-за нехватки финансирования, столь необходимого им для поддержания качества, культурной идентичности и оказания услуг этническим меньшинствам.»

Правда, эти предостережения относятся в основном к организациям СОВ в развивающемся мире. Сказав это, она подчеркнула вклад крупнейших организаций СОВ в повышение качества информации, размещенной в Интернете: «К их материалам обращаются как к достоверному и заслуживающему доверия источнику, в то время как значительная часть информации, присутствующей в Интернете, сомнительного достоинства». Она подчеркнула, что «с точки зрения интересов этнических меньшинств, Интернет обладает колоссальным потенциалом, а роль организаций СОВ заключается в том, чтобы помочь донести достоверную информацию до них и о них в рамках миссии службы общественного вещания. Благодаря появлению специализированных цифровых каналов, организации СОВ позволяют им реализовать свое право не остаться на обочине большого мира и его возросших возможностей».

Вместе с тем, Европейская Федерация Журналистов (ЕФЖ) предупредила в ноябре 2004 г., что планы ввести услуги цифрового вещания в Соединенном Королевстве рискуют повлечь сокращение средств, выделяемых на освещение региональных новостей, что приведет к появлению в Европе «разрушительной» тенденции. Такова была реакция ЕФЖ на планы британского регулятора радио- и телевещания, отменить обязательность освещения региональных новостей в рамках выдаваемых общественным вещателям новых лицензий на коммерческое цифровое вещание.

«Существует высокая вероятность того, что сотни рабочих мест журналистов и операторов будут принесены в жертву политике, которая ставит под вопрос будущее освещения региональных новостей в Британии», — предупреждает Марк Грубер (Marc Gruber), ответственный сотрудник ЕФЖ, ведающий вопросами общественного вещания. Он считает, что «если подобная тенденция распространится по всей Европе, произойдет катастрофическое уменьшение новостных программ».

В эпоху цифровых технологий организации СОВ приобретают новый инструментарий, позволяющий им делать свою работу значительно лучше. Для того чтобы в полной мере воспользоваться открывающимися возможностями, все более-менее существенные платформы распространения информации должны получить соответствующее оборудование. В конце концов организации СОВ, как и все средства информации, должны следовать за своей аудиторией, к каким бы техническим средствам она ни обращалась в поисках интересующего ее содержания. Дистрибутивные платформы и электронные системы поиска программ должны отдавать предпочтение организациям СОВ. Служба общественного вещания должна быть в состоянии предложить, благодаря Интернету, персонализированные услуги, служить «порталом» и надежным гидом в новом мире изобилия содержания и услуг.

—*Karol Jakubowicz, Vice Chairman, Steering Committee, Mass Media Council of Europe (2004)*

Британия является родным домом одной из самых разветвленных систем общественного вещания в Европе. Причем национальный вещатель конкурирует с наземными коммерческими станциями, которые вынуждены соблюдать многочисленные правила, свойственные службе общественного вещания.

Британский регулятор радио и телевидения, Офком, в своем Обзоре вопросов службы общественного радио и телевизионного вещания, опубликованном в сентябре 2004 г., предложил создать параллельно БиБиСи новую организацию службы общественного вещания, которая будет действовать скорее как издатель. При описании предлагаемого канала термин «вещатель» не используется, так как он будет сконструирован под потребности цифрового века, когда значительная часть программных материалов будет предоставляться по заказу потребителя, а не размещаться в жесткой сетке программы телепередач.³

Канал будет свободно распространять собственный контент, используя цифровое телевидение, широкополосный Интернет, мобильные телефоны или непосредственно цифровые видеоманитофоны своих зрителей. Офком подсчитал, что новая телевизионная станция будет стоить порядка 300 миллионов фунтов стерлингов в год. Ее финансирование можно было бы обеспечить за счет подоходного налога, на-

логовых сборов с других вещателей или увеличения лицензионной платы за услуги БиБиСи.

«Приход цифровой эры требует обновления службы общественного вещания. Для этого надо увеличить число вещателей, способных с этим справиться. Все это служит веским аргументом для создания новой службы, финансируемой из публичных источников, — мы назвали ее службой общественного цифрового издания (PSP)», — заявил Офком.⁴

«Подобно тому, как “Четвертый канал” первоначально получил гарантированное финансирование, ставя перед собой амбициозную цель привести новые идеи в службу общественного вещания, появление PSP даст толчок схожим устремлениям в эпоху цифровых технологий», — добавил он далее.

В первые годы перехода к цифровому формату, полагают в Офком, значительная часть контента цифрового канала, по всей вероятности, будет походить на традиционные телевизионные передачи, но он перестанет быть телевизионным каналом в традиционном смысле, хотя и не станет издавать книги, журналы или газеты.

По мнению Офком, все крупнейшие телевизионные вещатели Британии, включая таких коммерческих операторов, как БиСкайБи, получают право подать заявку на получение PSP лицензии, после того как будут разработаны критерии ее предоставления. Лицензии будут даваться на фиксированный срок в 10 лет.

8.3. РАДИО В ЭПОХУ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Оле Мёлгаард (Ole Molgaard)⁵ из Радио Дании отмечает, что оцифровывание радио напомнило нам о его преимуществах, таких как низкая себестоимость и возможность присутствовать и использоваться везде и всюду. «Именно это, по его утверждению, превращает радио в великого коммуникатора. Радиослушатели высоко ценят возможность широчайшего выбора, что слушать, когда слушать, где и благодаря чему слышать. [Таким образом] радио перестало быть просто радио».

Кроме того, оцифровывание радио открывает многочисленные возможности для отрасли. Например, еще недавно Радио Дании веща-

ло в FM диапазоне 40 000 часов в год на четырех каналах. В 2004 г. число каналов достигло почти 20, а общее количество часов перевалило за 160 000. Слушатели могут принимать их практически с любого устройства. Мёлгаард отметил, что «благодаря цифре, радио более не связано с одной-единственной системой распространения информации, а может пользоваться многочисленными системами, которые включают наземную, спутниковую, кабельную, Интернет, цифровое телевидение, мобильные телефоны и другие беспроводные устройства».

Суть вызова, брошенного и принятого организациями службы общественного вещания, состоит в том, что им надо организовывать свои форматы радиовещания, подстраиваясь под слушателей, и учитывать предполагаемые условия, в которых они будут слушать радио. «Оцифрованное радио позволяет нам предоставить в распоряжение слушателей такие альтернативы, возможности и продукты, которые [ранее] были им недоступны, — уверяет Мёлгаард. В эпоху цифровых технологий формат вещания определяется условиями, в которых находится радиослушатель. При помощи рециркуляции, переупаковки, которые стали возможны благодаря распространению радио в цифре, мы можем предложить слушателям гораздо больше форматов, на большем числе разнообразных носителей, чем когда-либо ранее.»

Но, предупреждает Малте Линд(Malte Lind)⁶ из Радио Швеции: «В современном обществе — что верно, по крайней мере, применительно к моей стране — усиливается отчуждение людей, растет чувство одиночества. Изолированность людей друг от друга стала бедствием для нашего общества. Когда общество утрачивает свою идентичность, а индивидуализация становится ведущей тенденцией современной жизни, очень многие люди чувствуют себя потерянными [...] и тут локальное радио становится местом, где можно обрести общую почву под ногами. Оно дает мне чувство общности с другими людьми».

8.4. СЛУЖБА ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ И ИНТЕРНЕТ-ВЕЩАНИЕ

В Голландии на веб-сайте, Omroep.nl, который представляет всех вещателей, входящих в национальную службу общественного радио и телевидения, планируется запустить новый вид «медиаплеера», который позволит получить доступ к телевизионным программам и к

продукции производителей контента через соответствующие порталы.⁷ Программа «медиаплеер» — это такая программа, которая дает пользователям возможность получить Интернет-доступ к архивам телепередач, путешествовать по хранящимся в цифровых архивах видеофайлам и проигрывать их. Особый медиаплеер позволит пользователям заказать просмотр старых телепередач.

В настоящее время Omroep.nl ведет переговоры с несколькими Интернет-провайдерами контента, выразившими интерес к предложению об использовании телевизионного материала. Вильям Валкенбург, менеджер по контенту на Omroep.nl, полагает, что если им удастся получить на «определенных условиях» материалы голландских общественных вещателей, то у провайдеров отпадет потребность в самостоятельном производстве видеоконтента, что является делом весьма дорогостоящим. Одним из таких условий является отказ от размещения рекламы на видеостраницах, куда открыт доступ телезрителям. Это связано с тем, что законодательство Голландии запрещает организациям службы общественного вещания оказывать содействие в извлечении прибыли третьим лицам.

Тем временем NOB, компания, которая несет ответственность за техническое обеспечение деятельности голландских радио- и телевещателей, успешно справилась с задачей адаптации видеоматериалов для трансляции их на мобильные телефоны. Теперь она может предложить датским пользователям мобильных телефонов услугу по приему текущих и архивированных телевизионных программ на дисплей мобильного телефона.⁸ NOB разработала эту технологию по поручению конкретного общественного телевещателя Publieke Omroep, к которому в свою очередь обратились операторы мобильных телефонов с просьбой предоставить развлекательный материал для их порталов, которые пока не имеют коммерческого успеха.

NOB обсуждает также перевод старых телевизионных программ, включая черно-белые выпуски новостей, созданные Publieke Omroep, в размещенный в Интернете архив, Uitzending Gemist. Однако это может породить юридические проблемы, в зависимости от того, что было предусмотрено в договорах об уступке авторских и смежных прав.

8.5. ОБЩЕСТВЕННАЯ СЛУЖБА НЕПОСРЕДСТВЕННОГО СПУТНИКОВОГО ВЕЩАНИЯ

В декабре 2004 г. индийский государственный телеведущий Доордаршан (DD) запустил первый в стране проект бесплатного эфирного спутникового вещания для домашнего приема, спутниковую службу (DTH). Ее официально открыл в Нью-Дели доктор Момохан Сингх, премьер министр Индии. Служба включает 33 телевизионных и 12 радиоканалов.

DD Direct Plus (под этим именем эта служба известна в УК диапазоне) представляет собой уникальный эксперимент, когда-либо предпринятый компанией СМИ. Подписчик, заплатив единовременный взнос в 2500 рупий, ничего не должен более платить в течение первых двух лет.

Спутниковая служба DTH предназначена в первую очередь для отдаленных районов, куда не доходит кабельное или эфирное телевидение. Существуют планы использовать эту службу для распространения популярных коммерческих каналов, которые не являются собственностью Доордаршан.

Первоначально, девятнадцать каналов из передаваемого пакета будут принадлежать самому Доордаршан (DD). Но в пакет войдут и частные каналы: Star Utsav, Aaj Tak, BBC World, CNN, Sun TV (на тамильском языке), Kairali (на малайском языке), Zee Music и ETC Punjabi. В соответствии с законодательством Индии о радио- и телевидении DD ничего не платит за включение в свой пакет указанных частных каналов, но и не берет плату за их распространение. К концу 2005 г. DD планирует увеличить число предлагаемых им каналов до 50.

Доктор Сингх приветствовал начало работы службы как «эпохальное событие» в вещании и в истории связи Индии. Он отметил, что цифровая революция позволяет сделать радио- и телевидение доступным для огромного количества социально и экономически обделенных людей по всей стране.

8.6. «УЧЕБНОЕ» ВЕЩАНИЕ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

Образование является одной из сфер, где организации службы общественного вещания могут сыграть очень важную роль в качестве об-

разовательных «учреждений» (как каналы заочного образования), причем использование цифровых технологий открывает дополнительные возможности для учебного процесса.

Всеобщая декларация ЮНЕСКО о культурном разнообразии, принятая на Генеральной конференции ЮНЕСКО в 2001 г., призывает к «поощрению производства, сохранения и распространения разнообразных по содержанию материалов через средства информации и глобальные информационные сети и повышение в этих целях роли общественных служб радио- и телевидения в изготовлении высококачественной аудиовизуальной продукции, в частности, путем содействия созданию совместных механизмов, способствующих распространению такой продукции».

В декларации ЮНЕСКО нашли отражение образовательные и культурные аспекты деятельности СОВ, которая является незаменимым инструментом, открывающим доступ к образованию и культуре, приумножению знания и укрепления взаимодействия между людьми. В этом плане ЮНЕСКО подтвердила свою приверженность поддержке и содействию «редакционной независимости службы общественного вещания, сохранению программ, направленных на то, чтобы служить интересам населения как граждан, а не только потребителей, программ, доходящих до всех слоев населения земли и способствующих тем самым социальной интеграции и укреплению гражданского общества».⁹

Как в развитых, так и в развивающихся странах национальные вещатели ищут способы подключения службы общественного вещания и производства контента, к углублению образования и доставке образовательного продукта детям школьного возраста и взрослым. Поиск сочетания цифровых технологий с традиционным теле- и радиовещанием открывает захватывающие дух возможности.

8.6.1. «Расписание занятий в цифровом формате»

БиБиСи: В январе 2003 г. британское правительство одобрило заявку БиБиСи на создание канала «Расписание занятий в цифровом формате» (Digital Curriculum), который представляет собой бесплатную общественную службу по распространению при помощи Интернета в режиме онлайн учебных материалов по школьной программе в интерактивном режиме. Часть из них будет в виде радио- (аудио-) материалов, а остальные, в виде телевизионных (видео-) программ (в том

числе, записанных на компакт-дисках). На осуществление проекта в течение пяти лет потребуется выделить порядка 281 миллиона американских долларов из государственных средств.

Объявляя об удовлетворении заявки, Тесса Джоувелл (Tessa Jowell), министр по делам культуры, средств информации и спорта выделила 18 условий, которые, как она полагает, сделают данную службу помощником, а не конкурентом системы школьного образования. К этим условиям относятся вопросы качества и стандартов, учета региональной специфики, новаторство, четкие процедуры отчетности и планирования. Весьма существенно и то, что одним из требований является условие о направлении не менее 50% выделяемых средств на размещение заказов в частном секторе.¹⁰

8.6.2. Эфирные университеты Индии: В новой среде многоканального вещания ряд организаций службы общественного радио и телевидения вынуждены были пойти по пути увеличения доходов от рекламы или продажи эфирного времени, чтобы компенсировать сокращение государственного финансирования. «Но, — предупреждает Киран Карник (Kiran Karnik)¹¹, — применительно к образовательному вещанию эта стратегия может не сработать. «Экономические элиты», особенно в развивающихся странах, не склонны подписываться на образовательные каналы. Передача, посвященная последним новостями бизнеса, имеет гораздо больше шансов привлечь внимание рекламодателей, чем программа, направленная на ликвидацию взрослой неграмотности, хотя размеры аудитории последней могут быть в десятки раз больше, чем у первой».

Карник подчеркивает, что цифровые и спутниковые технологии несут в себе не только угрозу, но и предоставляют дополнительные возможности для некоммерческой деятельности службы общественного вещания в области образования. Совместное предприятие между индийской Доодаршан Телевижн (DD) и Всеиндийским Радио (AIR) с его программой «Национальный открытый университет» имени Индиры Ганди (IGNOU) яркий тому пример.

Объединенными усилиями DD и IGNOU был создан специальный образовательный канал Джиян Даршан. Благодаря высвобождению частот FM диапазона AIR развернула сеть специализированных образовательных радиостанций, получивших название Джиян Вани. Хотя новые технологии и либерализация законодательства о СМИ

создали благоприятный климат для развития образовательного вещания, тем не менее, острая конкуренция в мультимедийной среде может привести к тому, что эти образовательные услуги будут оттеснены на обочину по мере того, как зрители и слушатели станут делать свой выбор в пользу развлечений.

Пойдя по пути установления «платы за провоз» для кабельных операторов в виде обязательства распространять материалы каналов службы общественного вещания, законодатель обеспечил возможность их приема, но нет никакой гарантии того, что их будут смотреть или слушать. Поэтому, как считает Карник, нужно делать упор не на стратегию «предоставления и продвижения», а на анализ «спроса и предложения», заниматься всесторонним маркетингом, ориентированным на потенциальную аудиторию.

Он также полагает, что надо уделять больше внимания Интернет как потенциальному способу доставки и программирования образовательных теле- и радиопередач. «Пока мы используем лишь то, что лежит на поверхности того, что может оказаться золотым дном», — отмечает Карник. «Интернет с его широчайшим охватом, сравнительно низкими издержками, огромным разнообразием и, что очень важно, двух, а скорее, многосторонней интерактивностью имеет бесконечные образовательные возможности.»

8.7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УЧРЕЖДЕНИЯ И ОРГАНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ

8.7.1. Таиланд: «В класс через экран телевизора»¹²

Таиландский проект представляет собой удачную модель сотрудничества между организациями службы общественного радио и телевидения, ведомствами, отвечающими за образование и школы, в том, что касается предоставления высококачественного образования детям, проживающим в отдаленных районах.

Министерство образования и Фонд содействия обучению на расстоянии начали совместный проект в 1996 г. в честь 50-й годовщины восшествия короля на престол. Школа Ванг Клайкангвон представляет собой соединение королевской политики непрерывного образования с использованием достижений науки и техники, самодоста-

точности, экономической эффективности и морального совершенствования с современными коммуникационными технологиями заочного обучения.

Почти все средние школы в Таиланде сталкиваются с нехваткой учителей по таким важным предметам, как иностранные языки, математика и естественные науки. Существует огромный разрыв между численностью школьных учителей в городах и сельской местности. Лишенные доступа к образованию, дети из сельской местности становятся добычей наркоторговцев и торговцев людьми, жертвами иных форм злоупотребления и насилия.

Ванг Клайкангвон — это частная школа района Хуа Хин в 200 километрах к югу от Бангкока. Половину учителей в начальных и средних классах обеспечивает Министерство образования. По этой причине Министерство образования и Фонд содействия обучению на расстоянии пришли к идее транслировать в прямом эфире уроки в старших классах школы Ванг Клайкангвон в отдаленные школы с помощью спутникового вещания.

Для уменьшения расходов в качестве студии используется обычная классная комната. В каждом классе от 40 до 50 учеников. В регионе школа известна своими высокими требованиями, поэтому трансляция оказывает на детей в отдаленных школах сильное психологическое воздействие. Они понимают, что участвуют в занятиях такого же уровня, в том же классе, с теми же учителями и наставниками, что и ученики престижной школы Ванг Клайкангвон.

В каждой классной комнате установлены две видекамеры, два телевизора, проектор, факс и телефон. По четырем телефонным линиям из классной комнаты в отдаленных школах или из кабинета директора, который следит за трансляцией уроков английского, китайского, немецкого, французского или японского языков, можно позвонить в любой из двенадцати классов студий, чтобы задать вопрос или прокомментировать происходящее. Интерактивная связь осуществляется бесплатно. При помощи станции дистанционного образования линии телеконференции могут соединить одновременно до четырех школ. Таким образом, учителя и ученики из отдаленных школ могут общаться с учителем и учениками опорной школы. Учителя и ученики из отдаленных школ могут также беседовать между собой. Каждый семестр Фонд рассылает пособия для учителей во все 3000 сельских

средних школ. Благодаря этому школы могут подготовиться к таким урокам заранее.

Проект идет уже более восьми лет. Уроки по программе начальной и средней школы транслируются «живьем» с помощью спутника по двенадцати каналам. Базовые образовательные каналы транслируют уроки для всех классов, с первого по двенадцатый. Имеется также местный канал университетского образования и один международный канал. Проект не только доказал эффективность некоммерческого заочного образования, сочетающего традиционные приемы телевизионного вещания с возможностями современных каналов связи, но и продемонстрировал пример возможного решения проблемы нехватки школ и учителей в сельской местности.

8.8. СПЕЦИАЛЬНЫЕ ДЕТСКИЕ И ШКОЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

8.8.1. Новый цифровой телевизионный канал для детей Австралийской Радиовещательной Корпорации (ЭйБиСи): В Австралии дополнительные «уроки» на радио и телевидении для учащихся начальной школы идут уже давно. Использование телепередач ЭйБиСи прямо в классе или включение видеуроков в школьную программу широко практикуется в Австралийских школах на протяжении ряда лет. Многие дети дошкольного возраста выросли на показываемой по утрам на ЭйБиСи популярной передаче «Играем в школу».

Сейчас ЭйБиСи решила использовать увеличение числа каналов, благодаря переходу на цифровое вещание для того, чтобы запустить проект создания нового детского телевизионного канала в 2005 г. ЭйБиСи удалось «наскрести» 2 миллиона австралийских долларов из скудных публичных фондов, чтобы запустить канал, для которого потребуются не только детские передачи, но и выпуски региональных новостей, обзоры текущих событий, документальные фильмы по истории и искусству. ЭйБиСи собирается производить 100 часов детских передач в год специально для этого канала, который будет выходить в эфир с 6 утра до полуночи.

8.8.2. Организации службы общественного радио и телевидения в помощь учителю:

В США Фонд Анненберга и Корпорация общественного вещания (CPB) объединили усилия по использованию традиционных средств информации и связи для того, чтобы предложить школам по всей стране высококачественные видеопособия для учителей. Созданный ими канал бесплатно распространяется по системам спутниковой связи в школы, а также другие образовательные и местные учреждения по всей стране.

Программа выходит в эфир с 8 утра до 8 вечера и повторяется в записи с 8 вечера до 8 утра. Каждый день недели посвящен одной или нескольким дисциплинам школьной программы. Искусство и общественные науки по воскресеньям, математика во вторник, уроки иностранного языка и мировой культуры по пятницам.

8.9. СЛУЖБА ОБЩЕСТВЕННОГО ВЕЩАНИЯ ПРОТЯГИВАЕТ РУКУ ПОМОЩИ РАБОЧИМ ИММИГРАНТАМ

На краткосрочной и долгосрочной основе в разных странах мира проживает порядка 75 миллионов рабочих иммигрантов и членов их семей. Многие из них посылают деньги домой, чтобы помочь своим близким, и собираются когда-нибудь вернуться на родину. Поэтому им важно не терять связь с отчизной, быть в курсе не только ее последних новостей, но и тенденций развития культуры и общественной жизни.

Публичные (как, впрочем, и коммерческие) вещатели в странах, значительное число граждан которых, как, например, филиппинцы, нашли работу за рубежом, расширили спектр своих услуг, используя Интернет и спутниковую связь, чтобы держать соотечественников в курсе того, что происходит у них дома.

8.9.1. Филиппины обращаются к соотечественникам:

Филиппинцы стремятся предать своей службе общественного радио- и телевизионного вещания глобальный характер, говорит Кларо Фернандес (Claro Fernandez),¹³ заместитель пресс-секретаря управления по связям с общественностью правительства Филиппин. «Филиппинцам это нужно прежде всего потому, что мы являемся экспортерами

рабочей силы, а значительное число из восьми миллионов филиппинцев, проживающих за границей, регулярно смотрит и слушает передачи из Филиппин», — поясняет он. «Их отношение очень важно для страны. Поэтому правительство страны и ее администрация стремятся сохранить контакт и поддерживать связь с ними.»

13 февраля 2003 г. был принят закон, который позволил филиппинцам, проживающим за границей, принимать участие в выборах у себя дома. «Когда этот закон был принят, мы знали, что работа по установлению связи с OFWs (филиппинцами, работающими за рубежом) и сообщению им информации о предоставленных им правах, будет не из легких. Надо было провести энергичную информационную и коммуникационную кампанию, что требовало огромных ресурсов, — отметил Фернандес. Однако именно из потребности добраться до филиппинцев, в какой бы стране они ни находились, родилась идея придать службе общественного радио- и телевидения Филиппин глобальной характер.»

Так как переводы от филиппинцев из-за границы являются крупнейшим источником поступающей в страну иностранной валюты, правительство понимает, что, не взирая на расстояния, решения филиппинцев, работающих за рубежом, сказываются на том, что происходит дома, и наоборот. Несмотря на многие годы, проведенные вдали от родины, работающие за рубежом в курсе местных событий у себя дома благодаря программам, которые спутник доносит им из-за океана.

Многие филиппинские каналы, транслируемые за рубеж через спутник и Интернет, являются ответвлениями действующих на Филиппинах частных телевизионных станций. Но в силу положений национального законодательства филиппинские организации службы общественного вещания вправе использовать инфраструктуры частных каналов для трансляции многочисленных врезок и сообщений службы общественного вещания на регулярной основе. Взамен частные компании получают различные послабления, обычно, скидки при уплате импортной пошлины.

Фернандес добавил, что ставка на использование частного сектора оказалась успешной. Например, передачи правительственной станции ЭнБиЭн-4 (Национальной Радиотелевещательной Сети) передаются международной службой ЭнБиЭн Уорлд. В общей сложности 12 часов передач правительственной телесети ежедневно можно увидеть

на каналах Системы Теле- и Радиовещания Австралии (TARBS). Что касается радио, то крупнейшие радиосети Филиппин можно принимать по всему миру на коротких волнах и в Интернет. Таким образом, филиппинцы, проживающие за границей, постоянно в курсе того, что происходит на Филиппинах, идет ли речь о политических новостях или о развлечениях.

8.9.2. Выход Фиджи во всемирную паутину: Ситвени Халофаки (Sitiveni Halofaki),¹⁴ директор отдела программ на языке Фиджи Радиовещательной Корпорации Фиджи (FBC), рассматривает всемирную паутину как технологический вызов и одновременно как практическую возможность сохранить «уникальные сказания, обычаи и легенды Фиджи, разместив их на глобальном информационном носителе, который открывает доступ к свободному потоку информации по всему миру».

Запустив в марте 2003 г. первый веб-сайт на языке Фиджи: www.radioriii.org, FBC получила многочисленные благожелательные отзывы от коренных жителей острова, проживающих в Америке, Британии на Ближнем востоке, в Австралии и Новой Зеландии. «Отклик наших людей, живущих за рубежом, означает, что у нашего культурного рынка есть скрытый потенциал, который еще предстоит освоить», — подчеркивает Халофаки. Этот отклик показывает их тягу к корням, что нам как профессиональным поставщикам информации следует учитывать в текущих и перспективных планах развития».

Халофаки считает, что организации службы общественного вещания должны использовать Интернет для обмена информацией о культуре и жизни своих стран. «На протяжении столетий старинные деревянные корабли служили нашим предкам надежным средством сообщения, чтобы открывать для себя богатства и культуру других стран. Сейчас, — говорит он, — мы вновь идем по тому же пути, только на этот раз в ином направлении, открывая для себя новые миры демократии и свободы. Нам надо научиться лучше понимать друг друга, откровенно формулировать свои ценности, определяя повестку дня переговоров и донося до своих собеседников озабоченность стран Азиатско-Тихоокеанского региона проблемой сохранения и развития нашего культурного многообразия. Мы перешли в информационную эру, которая дает возможность воспользоваться плодами революционных технологий, чтобы устранить диспропорции, которые существуют между нашими культурами.»

8.10. УВЕЛИЧЕНИЕ АУДИТОРИИ НОВОСТЕЙ С ПОМОЩЬЮ ИНТЕРНЕТА

Многим организациям службы общественного вещания присутствие в Интернете помогло увеличить аудиторию новостей и расширить спектр информационных услуг. Тогда как потенциальная величина эфирной аудитории ограничена мощностью передатчика и зоной приема сигнала, Интернет дает выход на всемирную аудиторию как для репортажей «живьем», так и для новостных бюллетеней.

8.10.1. Веб-сайт ЭйБиСи: У ЭйБиСи в Австралии есть большой англоязычный сайт. На нем не только непрерывно обновляются новости и телевизионные программы, но есть также распечатки документальных репортажей и передач, посвященных текущим событиям, которые выходили в эфир на радио и телевидении. Эти записи очень полезны как информационный и образовательный ресурс. Аналогичная служба есть и на БиБиСи. Обе эти службы доступны всем и повсеместно. Абонентная плата за услуги не взимается.

Боб Джонсон (Bob Johnson), менеджер блока новых СМИ на ЭйБиСи, говорит, что система ЭйБиСи онлайн в целом и его новостное подразделение проводят политику дифференциации, что означает отличие сайта ЭйБиСи и его новостных служб от того, что делают коммерческие станции, а также содействие австралийскими путешественниками по Интернет.¹⁵

Веб-сайт «Радио Австралии» поддерживается на английском и пяти региональных языках. Он насчитывает в среднем более 200 000 посещений в неделю. Джонсон считает, что разработка формата представления новостей в сети — всегда вызов для вещателя, так как заголовки, объем материала могут заметно отличаться от тех, что приняты в обычных радио- и телевизионных передачах. Выбор формата, в том смысле, что лучше использовать в материале аудио- или видео-вставки, тоже своего рода вызов.

Так как динамика потребления в режиме онлайн предоставляет пользователю контроль над тем, когда воспользоваться новостными услугами и как их использовать (в смысле, что читать, а что пропустить), она бросает тем самым вызов службе новостей обычного вещателя, которая имеет четкие установки в отношении формата новостных программ в зависимости от времени дня.

«Мы старательно изучаем пути создания контента, предназначенного в первую очередь для распространения в мировой паутине. Например, мы готовим все большее число онлайн-статей и других материалов», — поясняет Джонсон. «Основная проблема с освещением новостей состоит в необходимости произвести интегрированный пакет мультимедийных элементов, что позволяет воспользоваться преимуществами вещания в Интернет.»

Хотя конвергенция средств информации происходит не так быстро, как предсказывали несколько лет тому назад, тем не менее, важные изменения идут уже сейчас. Арино и Ахлерт (Arino and Ahlert)¹⁶ видят в экспансии БиБиСи в область онлайн-услуг путем наращивания предложения аудиовизуального и радиоконтента пример, достойный подражания. По их словам, БиБиСи рассматривает всемирную паутину не как самостоятельную среду для продвижения своих телевизионных каналов или просто дополнительный способ их распространения, а как интегральную часть возложенных на нее задач службы общественного вещания.

Так как люди тратят все больше времени, используя широкополосный Интернет и мобильные устройства в качестве источника информации и развлечений, представляется вполне логичным, что вслед за технологическими изменениями объективная и высококачественная информация должна предоставляться в различных форматах, пригодных для ее воспроизведения различными техническими средствами.

8.10.2. БиБиСи во всемирной паутине: Веб-сайт БиБиСи — bbc.co.uk — предлагает услуги службы новостей, действующей 24 часа в сутки, с непрерывным обновлением информации. Она предоставляет доступ через Интернет к более чем двум миллионам страниц текста и 200 000 аудио- и видеоклипов. Ресурсы общественного вещания предоставлены в распоряжение 10 миллионов пользователей, которые имеют возможность знакомиться с материалами по интересующим их темам, вступать в диалог с друг другом и с БиБиСи.

С помощью веб-сайта можно смотреть в режиме реального времени или слушать передачи пяти различных станций, таких как БиБиСи 1, БиБиСи 2, БиБиСи Радио 2, Радио 4 и идущие в прямом эфире передачи Радио 5. С веб-сайта можно войти в круглосуточную службу новостей, где текстовая информация может быть дополнена аудио- (радио) и видеоклипами (телевидение).

БОКС 8.2.

БИБИСИ НАЦЕЛИВАЕТСЯ НА ВЫБОРЫ В США,
РАЗВОРАЧИВАЯ ОНЛАЙНОВОЕ НАСТУПЛЕНИЕ

БиБиСи старается повысить популярность своей онлайн-службы в США. Этой цели служит специальный акцент сайта bbcnews.com на освещении всех перипетий президентской предвыборной гонки. В обзор входят основные материалы новостных сайтов США, включая Америка онлайн (AOL), поисковой информационной системы MSN, Интернешнел Геральд Трибюн, Вашингтон Пост, журнал Тайм, Экономист и Дальневосточное экономическое обозрение. Главной удачей БиБиСи стало согласие агентства Рейтер дать первое в его истории разрешение внешней для агентства новостной компании использовать ее домашнюю страницу в Интернет, разместив набор ее рекламных объявлений на фоне логотипа БиБиСи. Стив Херрманн (Steve Herrmann), редактор международного отдела сайта bbcnews.com, говорит: «Американский рынок очень важен для нас. Значительная часть нашей зарубежной аудитории находится в США». «К нам проявляют большой интерес, и немалое число откликов и комментариев мы получаем от тех, кто живет в США. Многие из них реагируют на наши сообщения о событиях в мире, присылая свой отзыв на нашу интерактивную страницу «Скажи свое слово». За последние годы в США успешно стартовали веб-сайты БиБиСи и «Гардиан Анлимитед». Они приобрели внушительное число пользователей, многие из которых делятся своими впечатлениями.» «Наши пользователи из США, — добавляет Херрманн, — склонны проявлять повышенный интерес к международным новостям, нередко это происходит потому, что у них имеются тесные родственные или деловые связи в разных уголках мира. По мере приближения выборов в США мы ждем, что все больше людей захочет познакомиться с более широким взглядом на события, который можем предложить мы. Мы не видим себя в роли конкурента внутренних новостей и их поставщиков, но мы способны предложить им ценную альтернативу — углубленный взгляд на повседневные события сквозь призму их восприятия за пределами США.»

— *Mediaweek.co.uk*, 22 сентября 2004

8.10.3. Веб-сайт СиБиЭс: Входящий в службу канадского общественного вещания англоязычный веб-сайт СиБиЭс — www.cbc.ca — увеличил свой трафик на 200% за последние два года. В январе 2004 г. он впервые стал наиболее посещаемым новостным сайтом Канады. Он привлек внимание девяти миллионов посетителей, а в течение месяца его посетили 25 миллионов раз, причем основной объем трафика пришелся на новостную зону веб-сайта, свидетельствует ComScore Media Metrix.¹⁷

Проведенные СиБиЭс опросы показали, что пользователи хотят получать прежде всего новости, поэтому они больше концентрируются на новостях и уделяют меньше внимания потоку аудио- и видеоматериалов. Сайт предлагает ограниченное число сюжетов в режиме реального времени потому, что это весьма дорого, а кроме того, снижает привлекательность архивных аудио- и видеоматериалов, поставляемых на заказ.

Масштабные исследования в США, значительная часть которых была проведена в 2003 г. членами Ассоциации онлайн-издателей, привлекли внимание многих медиа-компаний к факту существования большой аудитории онлайн-новостей, состоящей прежде всего, из наемных работников, которые используют высокоскоростную офисную связь, чтобы входить в сеть по нескольку раз в день. Крупнейший проект изучения Интернет трафика на протяжении длительного периода времени, выполненный Pew Internet и American Life Project, подтвердил, что сбор новостей в режиме онлайн, остается третьим по популярности занятием в сети в дневное время, пропустив вперед переписку по электронной почте и поиск информации.¹⁸

Тем самым и в цифровую эпоху организации службы общественного вещания находятся в выгодном положении, позволяющем им использовать свои традиционно сильные позиции в сфере новостей, чтобы стать крупнейшими игроками Интернет-вещания и новостной индустрии.

8.11. ЦИФРОВЫЕ АРХИВЫ

Цифровые технологии сделали возможным развитие и расширение круга услуг, предоставляемых архивами организаций службы общественного радио и телевидения, такими как NHK, BBC, ABC and CBC,

что в данной книге уже рассматривалось. Помимо того что это упрощает хранение архивных материалов, которым требуется теперь меньше пространства, цифровое распространение информации позволяет сделать ее доступной для публики как физически, так и в стоимостном выражении.

«Творческий Архив Британской радиовещательной корпорации» — один из самых амбициозных проектов нашего времени по предоставлению бесплатного цифрового контента в распоряжение публики, даст ей тысячи единиц трехминутных аудио- и видеоклипов из ранее прошедших передач для некоммерческого просмотра, обмена и редактирования.

«Творческий архив — это интеллектуальное топливо для нации создателей, — заявила Паула Лё Дьё (Paula Le Dieu), содиректор проекта. Архив позволяет людям загружать эти клипы, дает возможность перерабатывать их, включая в собственные творения».¹⁹

В отличие от звукозаписывающих компаний и Голливуда, которые пытаются упрятать свой контент под замок с помощью законодательства, БиБиСи считает, что либеральные условия лицензирования вызовут еще больший интерес к содержанию их программ. Фактически, в случае с БиБиСи, доступ к их программному архиву прописан в уставе корпорации. Каждый житель Соединенного Королевства, имеющий телевизор, должен платить БиБиСи установленную плату, в силу этого все, кто ее платит, становятся владельцами программного продукта.

Следовательно, архив БиБиСи может быть предоставлен только британским гражданам, которые платят ежегодную лицензионную плату за телевидение. Всякий, кто попытается зайти на сайт, используя иностранный IP-адрес, не получит пароль и логин, утверждает Лё Дьё.

В этой книге мы постарались сфокусировать внимание на всей гамме проблем, с которыми сталкивается служба общественного вещания (СОВ). Как мы не раз отмечали по самым разным поводам, не существует какой-либо одной модели или парадигмы, которая охватывает все аспекты СОВ. Многие политические, социальные, экономические и культурные проблемы выходят на первый план в той или иной ситуации и начинают играть ведущую роль при оценке лучших методов деятельности службы общественного радио и телевидения. Как мы

заявили в самом начале этой книги, СОВ не является ни коммерческим предприятием, ни подконтрольным государству учреждением. Единственный смысл существования общественного радио и телевидения в том, что они выполняют миссию службы общественного вещания. Мы надеемся, что с помощью множества примеров успешной деятельности, собранных со всего мира, мы познакомили вас с идеями, которые побудят сделать все от вас зависящее, чтобы система общественного вещания в вашей стране превратилась в подлинную систему служения обществу.

8.12. ССЫЛКИ

8.12.1. Публикации

- Abramsky, J. (2003). *Future of digital radio in Europe*. Retrieved from http://www.bbc.co.uk/pressoffice/speeches/stories/abramsky_nab.shtml
- Akhavan-Majid, R. (1992). Public service broadcasting and the challenge of new technology : A case study of Japan's NHK. *Gazette*, 50(1), 21–36.
- BBC (2004), *Building public values: reviewing BBC for a digital world*. Retrieved from, <http://www.bbc.co.uk/thefuture>.
- Copper, G.G. (1999). Future options for public service broadcasting in the context of Digitization. *Studies of Broadcasting*, 34, 41–79.
- Eun, H., Kang, M., & lee, W. (2001). *A study of the public interest for digital broadcasting services: In the case of terrestrial broadcasting service*. KBI Report, 2, 5–10.
- Girard, B. (Ed.). (2003). The one to watch: Radio, new ICTs and interactivity. *Rome, Italy: Food and Agriculture Organization of the United Nations*.
- Goodwin, P. (1998). Public service broadcasting and new media technology: What the BBC has done and what it should have done. *The Public Javnost*, 4(4), 59–74.
- Hijanen, T. (2001), Public service strategy in digital television: from schedule to content. *Journal of Media Practice, Helsinki*.
- Hills, J, & Michalis, M. (2000). The Internet: A challenge to public service broadcasting? *Gazette*, 62(6), 477–493.
- Karnik, K. (2001, November), Re-engineering educational broadcasting, *speech to the first ever round-table on educational broadcasting, New Delhi*
- Lind, M. (2003, 11–12 December). DAB in Sweden, *speech to World Electronic Media Forum, Geneva*.

- *Malkani, G. (2004, July 6). BBC cuts websites after inquiry attacks. Financial Times, p.3.*
- *Molgaard, O. (2003, 11–12 December). Digital radio in Denmark. Speech to World Electronic Media Forum, Geneva.*
- *McGarrity, I. (2004). Digital TV: The reviews. Retrieved from http://networkinsight.org/publications/publications_08June04_McGratty.asp*
- *Nagaya, T. (1998). Digital technology and the expansion of market principles: The impact of changing technology on the concepts and nature of public service broadcasting. Broadcasting Culture & Research, 2, 5–10.*
- *Nagaya, T. (1999). The impact of changing technology on public service broadcasting—a Japanese perspective: Digital technology and the expansion of market principles. Inter Media, 27(1), 27–32.*
- *Phillis, R. (1997). Public service broadcasting in a digital age. Media Asia, 24(2), 79–82.*
- *Scharf, A. (1999). Public service broadcasting in the digital age. EBU Yearbook 1999, 2–3.*
- *Smith, Elizabeth (2003, 11–12 December). Promoting PSB in digital age: Principles, best practices and guidelines, speech to the World Electronic Media Forum, Geneva. Retrieved from <http://portal.unesco.org/ci/en>*
- *Stephens, G. C. (1998, February). The impact of digital technology on the broadcasting business. Paper presented at the AMIC/CBA/SCS/NTU Conference on Public Service Broadcasting: Thriving in a Diverse Broadcasting Environment*
- *Singapore. Winsbury, R. (1998). Public service broadcasting: Looking to telecoms for a new vision of itself. Inter Media, 26(5), 24–27.*

8.12.2. Адреса веб-сайтов:

- ABC Australia: www.abc.net.au
- www.abc.net.auBBC: www.bbc.co.uk
- www.bbc.co.ukRadio Netherlands: www.rnw.nl
- South African Broadcasting Corporation: www.sabc.co.za
- Asia-Pacific Institute for Broadcast Development: www.aibd.org.my
- CPB Channel (US): www.learner.org/channel
- Canadian Broadcasting Corporation: www.cbc.ca

¹ Cited in Sucharita Eashwar (ed), Responses to Globalisation and Digital Divide in the Asia-Pacific, AIDB, Kuala Lumpur, 2003.

² Elizabeth Smith, Promoting PSB in the Digital Age: principles, best practice and guidelines, speech to the World Electronic Media Forum, 9–12 December, Geneva, 2003.

- ³ Philippe Naughton, *Watchdog proposes rival for BBC in digital age*, 30 Sept, Times Online, UK, 2004.
- ⁴ Cited in *ibid*.
- ⁵ Ole Mulgaard, *Radio — the great communicator*, speech to the World Electronic Media Forum, 11 December, Geneva, 2003.
- ⁶ Malte Lind, *Local Radio gives you identity*, speech to the World Electronic Media Forum, 11 December, Geneva, 2003.
- ⁷ Planet News, *Dutch public TV to deliver VOD*, www.dmeurope.com, 2004.
- ⁸ Joe Figueiredo, *NOB adapts public TV programming for mobiles*, 30 July, www.dmeurope.com, 2004.
- ⁹ Abdul Waheed Khan, *Introductory remarks to the World Electronic Media Forum*, 11–12 December, Geneva. http://www.wemfmedia.org/documents/speech_khan_2003.
- ¹⁰ Jim Ashling, *BBC's Online Curriculum*, Information Today, March, USA, 2003.
- ¹¹ Kiran Karnik, *Re-engineering educational broadcasting*, speech to the first ever round-table on educational broadcasting, November, New Delhi, 2001.
- ¹² Khwankeo Vajarodaya, *Lifelong Learning via Technology*. In Sucharita Eashwar (ed), *Responses to Globalisation and Digital Divide in the Asia-Pacific*, AIDB, Kuala Lumpur, 2003.
- ¹³ Cited in Sucharita Eashwar (ed), *Responses to Globalisation and Digital Divide in the Asia-Pacific*, AIDB, Kuala Lumpur, 2003.
- ¹⁴ Cited in *ibid*.
- ¹⁵ Cited in Madanmohan Rao, *Online news profile I: Australian Broadcasting Corporation on the net*, Asia-Pacific Internet Handbook, AMIC, Singapore (2003).
- ¹⁶ M. Arino & C. Ahlert, *Beyond broadcasting: the digital future of public service broadcasting*, Prometheus, Vol 22, No.4, Dec, UK (2004).
- ¹⁷ Cited in M. Fuerst, *We can compete on the Web* — www.current.org/web/web0405/fuerst.shtml (2004).
- ¹⁸ *ibid*.
- ¹⁹ Kattie Dean, *BBC to Open content floodgates, wired news*, 16 June — <http://www.wired.com/news/culture/0,1284,63857,00.html> (2004).

«Характеризуя ландшафт современных электронных СМИ, трудно удержаться от иронии по поводу взрывоподобного увеличения числа каналов... зрителей и слушателей, и общим снижением качества и даже разнообразия программного содержания. Этот контекст служит естественным оправданием, почти рекламой в пользу службы общественного вещания...»

В ответ на это растет глобальная поддержка общественного вещания. Спонсируемая ЮНЕСКО публикация «Служба общественного вещания: Справочник лучших приемов и методов» вносит заметный вклад в это движение. Книга дает читателям ценную информацию о лучших приемах работы и новаторских решениях проблем, с которыми сталкивается служба общественного вещания. Справочное пособие будет особенно полезно тем, кто желает действовать на практике».



Тоби Мендель Статья 19

«Хотя единой модели службы общественного вещания (СОВ) не существует, мы все разделяем общие ценности, такие как прозрачная структура управления, строгая отчетность, высокое качество, надежность и независимость».

Эти аспекты деятельности СОВ существенны не только для стран, которые борются за создание настоящих публичных средств информации, но и для стран, где служба общественного вещания существует и считается образцом в течение многих десятилетий. Международная федерация журналистов относит проблематику СОВ к числу первоочередных в своих кампаниях и проектах в различных уголках мира.

Эта книга — ценный справочник для всех тех, кто нуждается в надежной информации».



Айдан Уайт
Международная федерация журналистов

«Это замечательный сплав разноплановой информации о службе общественного вещания. Он объясняет, почему она важна, как ее организовать, в чем и заключается ценность книги как путеводителя, где последовательно рассматриваются ключевая роль заинтересованных групп давления, вопросы правового регулирования, правила деятельности, финансирование и будущее СОВ в эпоху цифровых технологий».

Справочник носит исчерпывающий характер, в нем используются надежные источники. Он убедительно показывает важность СОВ и способность службы общественного вещания не просто удерживать позиции, но и по-новому развиваться, создавая пользующиеся доверием веб-сайты. В справочнике есть вдохновляющие примеры лучших приемов и методов, которые смогут взять на вооружение все, кто борется за сохранение СОВ. Это нужный справочник для тех, кто работает в средствах информации».



Элизабет Смит

Ассоциация радио- и телевещателей Содружества

«Справочник будет необыкновенно полезен для вещателей, гражданского общества, регулирующих инстанций, политических кругов, для всех тех, кто сознает решающий вклад электронных СМИ в социальное развитие и демократию. СОВ в XXI веке не только не устарела, а, наоборот, получает возможность продемонстрировать весь свой потенциал...»

В справочнике рассматриваются пути и средства организации службы общественного вещания... Его надо обязательно прочитать».



Гийом Шеневьер

Всемирный совет радио и телевидения