

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОБОСНОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ РОССИИ

И. Э. Найговзин

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 20 января 2024 г.

Аннотация: в статье рассматриваются теоретико-методологические подходы к обоснованию концепции общественного телевидения Российской Федерации. На основе анализа предлагается авторская модель доверительного диалогового взаимодействия телевизионного канала с различными группами аудитории.

Ключевые слова: теории, методология медиакоммуникации, цифровые трансформации медиа, диалоговая модель медиакоммуникации.

Abstract: the article discusses theoretical and methodological approaches to substantiating the concept of Public Television of the Russian Federation. Based on analysis, authors model of trustful dialogue interaction between a television channel and various audience groups is proposed.

Keywords: theories, media communication methodology, digital transformations of media, dialogue model of media communication channels.

Постановка вопроса. Первые попытки создания общественного телевидения в России принято относить к началу девяностых годов XX в., после выхода в эфир 1 апреля 1995 г. Однако по ряду обстоятельств и не в последнюю очередь из-за необоснованной теоретической концепции замысел телевидения как института гражданского, демократического общества был отложен на семнадцать лет. И только после президентского Указа № 455 от 17 апреля 2012 г. «Об общественном телевидении в Российской Федерации» идея создания специального телевизионного общественного канала стала воплощаться в жизнь.

Поиски концепции общественного телевизионного канала. За эти годы сменилось несколько концепций, а точнее сказать, попыток осмыслить цель и задачи телевизионного канала. Его первые разработчики брали за основу опыт развития общественного телевидения за рубежом. Аналитический доклад «Перспективы создания общественного телерадиовещания в Российской Федерации» был подготовлен при финансовой помощи ЮНЕСКО и на материалах, предоставленных различными зарубежными фондами и информационными агентствами.

При подготовке доклада преобладал распространенный методологический просчет, точно отмеченный известным экономистом А. А. Аузаном: «Ведь как мы раньше пытались осуществлять инновационное движение? Брали полный набор институтов, механизмов, которые действуют в передовых странах, имеющих хорошие инновационные результаты, переписывали в российские законы, создавали

набор организаций, намечали пути развития и получали не очень хороший результат» [1, 86]. Нечто подобное проделали авторы доклада «Перспективы создания общественного телерадиовещания в Российской Федерации», в котором представлен обзор телерадиокомпаний, осуществляющих в разных странах общественные функции, не учитывая того, что за рубежом иные социально-политические, экономические условия, отличный от российского культурный код, социокультурные, духовно-нравственные ценности, стиль и образ жизни населения. Поэтому сценарий развития общественного телерадиовещания, заложенный в докладе, не получил поддержки в обществе и в структурах власти и управления и дальнейшего развития.

Примечательно, что опыт создания и развития общественного телевидения, представленный в многостраничном докладе, изложен как достижение передовой научно-экспертной мысли, несмотря на то, что ни одна страна в мире не имеет общественного телевизионного канала, соответствующего идеальной модели. В идеальной модели агрегированы следующие компоненты: нормативно-правовая, законодательная база; источники и способы финансирования; особенности организации и управления; программная политика; система лицензирования и т.п. Основу концепции общественного телевидения составляет совокупность типологических характеристик содержания передач, целей и задач вещания, программной политики канала, способов финансирования и другие характеристики. Содержание этих основополагающих элементов может меняться в различных странах в зависимости от государственного устройства,

способа хозяйствования, форм собственности и т.д. Однако цели и задачи общественного телевидения, как правило, закрепленные в виде нормативно-законодательных актов, во многом сходные в различных странах.

Так, например, в Законе об общественном вещании США (*PublicBroadcastingAct*) цель вещания сформулирована следующим образом: удовлетворение потребностей радиослушателей и телезрителей в целом ряде программ, таких как образовательные, просветительские, фольклорные, программы для глухих с сурдопереводом, программы для инвалидов, программы со специальным звуковым сопровождением для слепых — и т.д. [2]. Как видим, целеполагания вполне общегуманистические, пригодные для любой другой страны. Другое дело — практическое воплощение этих продекларированных целей.

Главное отличие функционирования каналов общественного телевидения заключается в способах и источниках финансирования. Мировой опыт свидетельствует о том, что финансовое обеспечение общественного телерадиовещания осуществляется за счет абонентской платы, подписки, общественных фондов, частных пожертвований и других способов вспомоществования со стороны аудитории. Но и государство не остается в стороне от функционирования общественного канала телерадиовещания. Модель общественного телевидения в различных странах, за редким исключением, функционирует в качестве государственного или переходного типа государственно-общественного телевидения. В отличие от коммерческих телекомпаний, общественное телерадиовещание воспринимается как совокупность передач, в которых преобладает ориентация на реализацию социальных функций, на системное взаимодействие с аудиторией. И в этом смысле под «общественным» подразумевается не некое противопоставление государству или принадлежность определенной общественной организации, а телерадиоканал, имеющий целью служение всему обществу, ориентированный на удовлетворение информационных, коммуникативных, культурно-просветительных, духовно-нравственных потребностей различных слоев населения.

Опыт создания общественного телерадиовещания в России. Что касается опыта создания общественного телерадиовещания в Российской Федерации, то попытки преобразования государственного канала телевидения в общественное берут свое начало в марте 1993 г. на основании Указа Президента РФ «О гарантиях информационной стабильности и требованиях к телерадиовещанию» и Постановления IX Съезда народных депутатов «О мерах по обеспечению свободы слова на государственном телерадиовещании и в службах информации» [3]. И хотя оба этих документа фактически не вступили в силу, идеи, изложенные в них, могут оказаться полезны-

ми при выработке и совершенствовании концепции общественного телерадиовещания.

В своем становлении и развитии российское общественное телевидение (ОТР) прошло несколько этапов, которые с известной долей подробности описаны в литературе, однако за редким исключением предметом специального научного исследования оно практически не было. Проблематика общественного телевидения в отечественной научной литературе преимущественно ограничивалась описанием зарубежного опыта [4; 5; 6]. Попытки анализа предпосылок и практики деятельности российского общественного телевидения проводятся в отдельных статьях научного и популярного характера [7; 8; 9].

Размышляя о концепции общественного телевидения, его первый генеральный директор Анатолий Лысенко заявлял: «Я представляю себе общественное телевидение (или другое) ТВ вещание, в котором часть времени выделяется на обсуждение важнейших проблем людей... Обсуждать темы, которые затрагивают всех, можно начать с бытовых проблем, с ЖКХ, пенсионных вопросов, образования... Обсуждать темы, которые затрагивают всех. Их легко определить методом опроса и изучения того же интернета. Другое ТВ должно быть организовано как телевидение дебатов, общественных слушаний» [10]. Основные положения абриса этой концепции продолжают свое развитие в эфире современного телеканала.

Поиски концепции телевизионного канала до сих пор лишены научной рефлексии и продолжают ограничиваться мнениями различных публицистов, журналистов, общественных и политических деятелей. Однако научное осмысление, поиск концепции ОТР, системный анализ коммуникативных стратегий его деятельности, форм и методов работы фактически не проводится, несмотря на актуальность научного обоснования деятельности общественного телевидения. О сложности поиска компании, которой было бы интересно заниматься социологическими исследованиями общественного телевидения, сетовал первый руководитель канала А. Лысенко, объясняя это тем, что медиаизмерители ориентируются на получение дохода и созидание рейтинга для заказчиков рекламы. Это по меньшей мере странно, так как телевизионный канал изначально замыслился в качестве народного телевидения, «площадки для свободных дискуссий по важнейшим вопросам жизни страны», и механизма «обратной связи» в системе «власть-общество».

Камнем преткновения для создания и развития общественного вещания продолжительное время является проблема финансирования, забывая при этом, что значительная доля бюджетных денег составляют налоги, которые исправно платят законопослушные граждане страны. Сейчас *актуализировалась проблема единства, консолидации общества*, которую только проведением затратных фестивалей, концертов,

выступлениями пародистов и клоунов не решить. Здесь нужна системная, тщательно продуманная, каждодневная работа по воссозданию и приумножению культурного кода многонационального народа, упрочению доверия населения к власти и в целом доверительные отношения в нашей стране. По данным исследований, в том числе международных, уровень доверия в обществе определяет рост национального продукта и развитие государства, один из ключевых факторов экономического роста.

Доверие как фактор экономического роста страны. Согласно исследованиям, «рост доверия населения, социальных групп друг другу, рост так называемого человеческого, социального капитала может дать колоссальный эффект, который приведет к увеличению валового продукта государства» [11, 61]. В качестве иллюстрации значимости индекса доверия для развития страны ученые приводят пример «экономического чуда» послевоенной Германии, где проблема доверия была решена всего за шесть лет: от восьми процентов доверия страна перешла к показателю в 60 процентов, что обеспечило мощный социально-экономический подъем государства [11, 62].

Наибольший индекс доверия в мире достигнут в Швеции, который выступает в качестве эталона, что превышает данный показатель в России в два раза, где примерно четвертая часть респондентов положительно отвечают на вопрос о том, можно ли доверять большинству людей. Тем не менее эксперты оценивают значительный потенциал роста доверия в нашей стране. Россияне «больше всего доверяют семье — 82% респондентов, а готовы были бы доверять при определенных условиях 97%. Соседям доверяет 21% респондентов, но готовы были бы доверять 76%. Людям, с которыми лично знакомы, сейчас доверяют 27%, а готовы — 88%. И даже впервые встреченным людям сейчас доверяют всего 2%, а готовы доверять до 30%» [1, 149]. Но самое любопытное — какие выводы делают эксперты, основываясь на данных показателях доверия. Главный вывод, который делают эксперты-экономисты, довольно оптимистичный для нашего общества. Выявленные в исследованиях индикаторы свидетельствуют о готовности российского общества «к повороту, к росту социального капитала, норм честности и доверия есть, и потенциал очень высок — доверительные отношения в стране могут вырасти в два-три раза» [1, 149]. Что будет означать существенное приближение к индексу доверия стран с высокоразвитой экономикой и социально-политической структурой.

Идея доверительного взаимодействия телеканала с обществом. И в решении этой жизненно важной цели развития российского общества могло бы и должно было бы сыграть патриотическо-просветительские коммуникативные стратегии медиаканалов, в числе которых приоритетное место

должны занимать государственно-общественные каналы информации, к которым в полной мере принадлежит именно общественное телевидение России. Уже сама концепция канала построена на идее доверительного взаимодействия с различными слоями населения, проживающими в регионах страны и знающих не понаслышке социально-экономические проблемы, которые волнуют людей, их ценностные ориентации, ожидания, информационно-коммуникативные, культурные, духовные потребности общества. Примечательно, что из всей совокупности ключевых социальных институтов, оказывающих влияние на формирование общественного доверия, таких как органы власти и управления, наибольшим уважением пользуется президент и правительство. Индекс доверия к ним выше, чем губернаторам, полиции и судам, о чем свидетельствует почти половина опрошенных (49%). Вместе с тем этот показатель выше у цифровых платформ (50%) [1, 150].

Отсюда немаловажный вывод, имеющий серьезное значение для развития страны с помощью медиасистемы. Поддержка цифровых платформ и государственно-общественных каналов коммуникации, таких, например, как ОТР, уже имеющих довольно высокий уровень доверия, обещает хорошие перспективы для роста национального продукта, консолидации общества, упрочения общения с другими культурами, усвоения и обобщения иного социального опыта. «Доверие растет и будет расти благодаря шеринговым цифровым платформам, причем это будет давать экономический эффект, потому что доказано: снижение издержек общения (а рост доверия — это именно снижение издержек общения) приводит к росту объема рынка. Скоро будем подсчитывать результаты роста товарооборота на шеринговых платформах — уже сейчас этот рост заметен» [1, 150–151]. Использование цифровых платформ, сетевого менеджмента оптимизирует коммуникацию между участниками рынка, что позволит посредством роста производительности труда и доверия запустить механизм экономического развития.

Выводы. За минувшее десятилетие к каналу ОТР уже сформирован существенный потенциал общественного доверия, что в той или иной мере присутствует в имеющихся в науке и практике определениях и типологиях канала: «народное телевидение», «канал для всех», «телевизионный форум» и т.п. Однако исходя из современной практики и концепции ОТР, его формата и коммуникативных стратегий наиболее подходящим может быть типологическое определение **«канал общественного доверия»**.

Для данного типа вещания есть, пожалуй, все составляющие элементы: *целевая предназначенность, которая заключается в «служении общественному благу», устойчивое многообразие каналов «обратной связи», система взаимодействия с цифровыми платформами коммуникативными сообществами*

в регионах страны, коммуникативные стратегии, направленные на внимание к социально значимым проблемам, наиболее близких целевой аудитории, формат вещания с его жанровой определенностью, временем выхода в эфир, темпо-ритмовой подачей материала, определенной драматургической, тематико-жанровой структурой выпусков и т.п.

Вся совокупность этих и других типформирующих характеристик общественного телевидения придает ОТР отличные от других вещателей черты, которые в системной совокупности направлены на достижение главной цели — «служения обществу» посредством повышения индекса доверия аудитории.

Существенный недостаток дискуссий, ведущихся на общественном телевидении заключается в недостаточной «обратной связи». Имеющиеся попытки наладить взаимодействие со зрителем не получают настоящего развития из-за слабой разработки заключительного этапа дискуссии, конечного результата, решения поставленных обществом проблем. В диалоге, ведущемся на телевидении при «обратной связи» с различными каналами коммуникации, как правило, отсутствуют аккумулирующие элементы **диало-**

говой модели взаимодействия с обществом, которая может выстраиваться с помощью регулярно проводимых социологических, социально-психологических исследований.

В качестве одного из вариантов формирования аккумулирующего элемента диалоговой модели медиакоммуникации общественного телевидения можно предложить создание печатных специальных изданий, журналов, сопутствующих телевизионному каналу. Это может быть бюллетень, в котором публикуются вопросы телезрителей, имеющие социально-политическую значимость. Там же целесообразно размещать ответы специалистов, ученых, предприятий, законодателей, юристов, экономистов, руководителей отраслей народного хозяйства, в чью компетенцию входит решение проблем, обсуждаемых в обществе. В сопутствующем телевизионному каналу печатном издании проблемы, получившие общественный резонанс, аккумулируются и становятся основанием дальнейшего обсуждения на другом, более качественном уровне или для решения проблем усилиями институтов исполнительной и законодательной власти, соответствующих структур управления.

*Воронежский государственный университет
Найговзин И. Э., соискатель кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна
E-mail: igornaygovzin@mail.ru*

*Voronezh State University
Naigovzin I. E., Graduate student of Department of Public Relations, Advertising and Design
E-mail: igornaygovzin@mail.ru*