

## ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ФОРМЫ ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЯ В ГРАЖДАНСКОМ ОБЩЕСТВЕ

*В статье устанавливается зависимость между организационными формами телерадиовещания и эффективностью его влияния на развитие гражданского общества. Выделяются и анализируются основные формы современных аудиовизуальных СМИ: государственная монополия, частное владение, общественная монополия. Отсутствие в Республике Беларусь системы общественного вещания рассматривается в качестве препятствия на пути реформирования национальной медиасферы как фактора становления гражданского общества.*

### Введение

Процесс построения гражданского общества в Республике Беларусь, предусматривающий существование публичной арены обсуждения вопросов всеобщей важности, приводит к объективному возрастанию роли массовой коммуникации – особой среды “формирования, распространения и функционирования социально значимой информации, целями которой является воздействие на социальные группы и отдельные личности” [1, с. 292].

В современную эпоху, обозначаемую как информационное общество, функциональная роль журналистики как основы процессов воспроизводства, существования и распространения массовой информации, приобрела особое значение: “Журналистика <...> создает такой информационный продукт, как целостная картина текущей действительности, и никто, кроме нее, эту важную для общества работу не выполняет” [2, с. 8]. Медиасфера, взаимодействуя с политической сферой, обеспечивает устойчивость всей общественной системы.

Исследователи признают, что политические институты не способны выстраивать механизм управления без корректировки его со стороны общества; последнее, в свою очередь, не сможет корректировать политический процесс без помощи СМИ, являющихся организатором диалога между властью и обществом. Наиболее значительное место в формировании общественного сознания и гражданского общества в Беларуси занимает информационный продукт телерадиовещания. При этом общепризнано, что эффективность участия телевидения и радио в развитии гражданского общества находится в непосредственной зависимости от их организационных форм.

### Основная часть

Среди организационных форм современных аудиовизуальных СМИ выделяются основные: (1) государственная монополия; (2) частное владение, обычно сопровождающееся государственным регулированием; (3) общественная монополия, при которой СМИ непосредственно не подчиняются власти. Эти три формы чаще частично совпадают, происходит рост числа смешанных систем.

В Республике Беларусь более 40% программ телевидения и более 80% радиопрограмм имеют государственную форму собственности. Доминирующая роль государственных каналов объясняется наличием финансовой и правовой поддержки со стороны власти, максимальным охватом территории вещания, возможностью аккумулировать большую часть рекламного бюджета аудиовизуальных СМИ.

Вопрос о статусе в гражданском обществе СМИ, принадлежащих государственным структурам и выражающих интересы власти, является спорным. Мы придерживаемся позиции, согласно которой такие СМИ одновременно входят в структуру государства и гражданского общества; при этом их влияние противоречиво: адресуа аудитории официальные интерпретации, они предлагают и такие материалы, которые, при сопоставлении различных источников информации, позволяют гражданам выработать собственную оценку происходящих событий.

Доступность и технические возможности коммуникационных каналов, находящихся в государственной собственности, являются причиной их высокого аудиторного рейтинга и наиболее мощного потенциала информационного влияния на формирование гражданского общества. Данная закономерность проявляется как на общенациональном, так и на региональном уровне. Большинство региональных телеканалов и радиостудий Беларуси полностью или частично дотируются из бюджета и контролируются местной властью. Однако их аудиторный рейтинг напрямую связан с форматами региональности: местные каналы чаще охватывают вещанием город и прилегающий район, возможностью охвата аудитории на областном уровне обладают лишь структурные подразделения "Белтелерадиокомпаний".

Реализации потенциала общественного влияния региональных СМИ препятствует восприятие журналистами своей второстепенной роли в формировании политических предпочтений и гражданских ценностей жителей регионов, что усугубляется слабой материально-технической базой, недостаточной актуальностью предлагаемых тем, провинциализмом. Вторичный анализ социологических исследований позволяет выделить основные препятствия на пути развития регионального телевидения и радио Беларуси: условия конкуренции с общенациональными вещателями, которые, по мнению аудитории, являются более профессиональными; не достаточно полное выполнение региональными СМИ информационной функции и их традиционно невысокий авторитет среди целевой аудитории.

Аудиторные исследования показывают, что значительная часть населения Беларуси привержена идее государственного контроля телерадиовещания различных уровней региональности, и лишь немногие признают необходимость коммерциализации СМИ. В то же время, для мировой медиасферы характерно доминирование частной собственности с высоким уровнем концентрации (в Великобритании 4 группы владеют 85% ежедневных печатных изданий, в США большинство СМИ контролируется 6 компаниями). Роль частных вещательных компаний отражена в Декларации Международного союза региональных телерадиовещателей, принятой на Всемирной встрече по вопросам информационного общества (Женева, 2003 г.): “Независимые телерадиовещательные компании на национальном и региональном уровне играют важную роль в обеспечении беспристрастной информацией, гарантируют многообразие мнений и способствуют культурному многообразию, особенно через продвижение местной / региональной культурной и аудиовизуальной продукции, используя технические возможности, предложенные информационным обществом. <...> Коммерческое телерадиовещание <...> способствует осуществлению ключевых политических целей, таких как производство программ оригинального и разнообразного содержания, сохранение плюрализма источников информации” [3].

Однако деятельность СМИ, находящихся в частной собственности, зачастую подчиняется задачам достижения определенных коммерческих и политических целей, что приводит к компрометации основ профессиональной этики и противоречит задачам формирования гражданского общества. Непрерывный рост концентрации собственности на СМИ в мире ставит под угрозу редакционную независимость, означая концентрацию влияния, которое может быть использовано в целях получения политической, личной или коммерческой выгоды. Коммерческое телевидение производит “таблоидные” выпуски новостей, дабы привлечь массовую аудиторию. Д. Рейлич полагает, что “в переходных обществах граждане не считают, что ведущие неправительственные СМИ действуют в общественных интересах. Большинство СМИ рассматриваются в качестве

политического инструмента власти или же определенной группы людей, объединенных коммерческими интересами” [4, с. 5].

Исходя из того, что ни государственные, даже обслуживающие общественные нужды, ни коммерческие СМИ не могут всецело служить гражданскому обществу, возникла потребность в развитии новых масс-медиа, не подконтрольных ни государству, ни рынку. Британский социолог Дж. Кин еще в 1960-х гг. писал о необходимости субсидирования общественного доступа к СМИ: “Основанные обществом, некоммерческие и юридически гарантированные институты гражданского общества, которые работают добровольно и подотчетны своим аудиториям посредством демократических процедур, являются существенной составной частью модели общественного обслуживания” [5, с. 123]. Существование в условиях трансформации свободных СМИ, нацеленных на формирование общественного мнения, развитие основных структур гражданского общества, способствует эффективному построению демократических институтов. И если в зрелой демократии свободные, независимые СМИ могут возникать естественным образом, то во многих переходных обществах необходимы искусственные меры для стимулирования данного процесса.

В такой ситуации показателем эффективности реформирования СМИ на пути к гражданскому обществу является т. н. “европейская” модель общественных каналов. Общественное вещание отличается от вещания исключительно коммерческими и политическими целями своей задачей: вести деятельность независимо от экономической и политической власти, обеспечивая социум информационными, культурными, образовательными и развлекательными программами, способствуя росту социальной, политической и культурной активности граждан и сплочению общества. Оно является “универсальным с точки зрения содержания и доступа, гарантирует редакционную независимость, предлагает множество программ и услуг, удовлетворяющих запросам всех групп населения, и несет ответственность перед всем обществом” [6].

Программы общественного телевидения привлекают значительную долю аудитории в государствах – участниках ЕС; во Франции, Германии, Италии, Польше и Великобритании эта доля в 2003 г. превышала 40%. Общественное вещание пользуется в Европе особым уважением на политическом уровне, считаясь неотъемлемым элементом демократической системы и частью европейской культуры. Его миссию видят в том, чтобы предлагать альтернативу коммерческим каналам и поднимать планку их качества. Однако дигитализация, конвергенция коммуникационных и информационных технологий, а также конкуренция со стороны коммерческих компаний вынуждает общественное вещание к пересмотру своих специфических функций применительно к новым условиям. Общественное вещание в Европе переживает “кризис идентичности”; наступление коммерческих каналов вынуждает каналы общественные вступать в “войну за рейтинги”, неизбежным результатом которой во многих странах оказалось “оглушение” содержания их программ [7].

Автономные, неподотчетные правительству, общественные вещательные компании создавались редко. Одна из них – британская компания BBC, которая пользуется полной редакторской самостоятельностью, ограничивает использование коммерческой рекламы, стремится к выражению многообразия мнений в эфире. Центральной для BBC является идея “надлежащей беспристрастности”, из которой вытекает общая программная политика, состоящая в точности, справедливости и уважении к фактам. Примером может служить также Национальное общественное радио (NPR), созданное в США как вещательная сеть в 1970 г. NPR объединяет 640 радиостанций с общей аудиторией 16 млн. слушателей. Среди станций есть и крупные (Minnesota Public Radio), и провинциальные, со штатом 5-6 человек. Финансирование станций поступает из разных источников: гранты, поддержка частных компаний, пожертвования слушателей.

В странах Центральной, Восточной и Юго-Восточной Европы процесс формального преобразования государственного телерадиовещания в общественное, начавшийся после 1990 г., за немногими исключениями, завершен. Однако изменения в большинстве случаев оказались скорее формальными. Общественным вещателям все труднее оправдать свое существование в сегодняшней многоканальной телевизионной среде и донести смысл своей миссии до аудитории.

В Республике Беларусь отсутствие системы общественного вещания также можно рассматривать в качестве препятствия на пути реформирования телерадиовещания как фактора становления гражданского общества. До настоящего времени в республике не созданы условия, необходимые для функционирования подобных СМИ: (а) правовая база; (б) механизм управления; (в) механизм финансирования; (г) основные принципы формирования программной политики (активное участие аудитории). В странах Восточной Европы общественное вещание еще не укоренилось в социальном отношении, прокладывая себе путь в среде, характеризующейся несформированностью необходимой политической культуры, в которой гражданское общество не обладает достаточными ресурсами. Общественное вещание страдает от недостатка профессионализма, непонимания своей миссии, отсутствия достаточных источников дохода, политического вмешательства в процессы управления и слабой осведомленности аудитории об особой роли общественных каналов. К числу необходимых институциональных изменений для преодоления сложившейся ситуации правомерно отнести превращение радио и телевидения в основного участника социально-политических дискурсов, что будет способствовать также укреплению идеологического потенциала СМИ.

В большинстве европейских стран телерадиовещание в настоящее время функционирует в той или иной степени как “дуальная” система, сочетающая общественное и коммерческое вещание, сосуществующие в устойчивом, хотя и в конкурентном равновесии в рамках соответствующей

щего законодательства. В предложенной Д. Курраном многоярусной системе средств массовой коммуникации функционирование общественного вещания как системы диалога усиливают “сектора частных предприятий, социального рынка, профессиональные и гражданские сектора массовой коммуникации; последние служат дополнительным стимулом коллективной традиции гражданского общества” [8, с. 200].

Однако создание “идеальной” общественной монополии в медиасфере сопряжено со значительными трудностями. Ни один подход не в состоянии обеспечить ни существования сбалансированной и прочной “дуальной системы” вещания общественных и коммерческих каналов, ни независимости регулирования; не существует также и универсальной эффективной модели общественного вещания. Вещание настолько глубоко связано с политическим опытом, институтами и представлениями общества, журналистскими традициями, и настолько от них зависит, что каждая страна должна работать над созданием своей собственной модели [7].

Мировая практика показывает, что государственные монополии, к которым относится и медиасфера Республики Беларусь, с трудом поддаются преобразованию в плюралистические демократические институты. Как правило, обществам, вставшим на демократический путь развития, приходилось сталкиваться именно с этой проблемой трансформирования. При этом возможны три варианта решения: (а) сохранение государственного вещания с одновременным расширением реальной конкуренции со стороны частных компаний; (б) полная или частичная приватизация государственного вещания; (в) постепенное преобразование государственного вещания в направлении автономной общественной модели.

### Заключение

Мы полагаем, что стимулом к развитию гражданского общества является не столько потребность в либерализации вещательной сферы, сколько необходимость множественности, отсутствия монополии на информацию, конкуренции между различными СМИ – как государственными, так и общественными и частными, что подтверждается неоднозначностью исторического развития различных форм вещания в разных обществах. В США, например, СМИ всегда развивались в условиях рынка, а общественное вещание служило для компенсирования “недостатков рынка”. В Европе, напротив, основой было общественное вещание, а частный сектор появился с целью создать почву для возникновения реальной конкуренции и разнообразных точек зрения. Следовательно, эффективность процесса формирования гражданского общества напрямую зависит не только от организационных форм средств массовой информации, но и от количества каналов публичной коммуникации, от разнообразия их наполнения и величины аудитории, готовой к рецепции социальных, экономических, политических и культурных реалий.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. **Ольшанский, Д.В.** Психология масс / Д.В. Ольшанский. – СПб. : Питер, 2001. – 368 с.
2. **Шкондин, М.В.** Средства массовой информации как коммуникативная и информационно-производящая система / М.В. Шкондин. – М., 2002. – 196 с.
3. Public broadcasting. Why? How? / UNESCO. Sector of Communication and Inform. Div. of Communication Development, World Radio and Television Council (WRTVC). – Paris : UNESCO. – Montreal : WRTVC, 2001. – P. 56–96.
4. **Reljic, D.** Who Builds Civil Society? Civil Society, Massmedia and Democracy in Post-Communist Countries / D. Reljic // Geneva Centre for the Democratic Control of Armed Forces (DCAF) Working paper – №. 131. – Geneva, 2004. – p. 21.
5. **Keane, J.** Civil Society: Old Images, New Visions / J. Keane. – London and Stanford, 1998. – P. 169.
6. Рекомендация №1641 (2004) Парламентской Ассамблеи Совета Европы “Об общественном вещании” [Электронный ресурс] / Институт проблем информационного права. – М., 2006. – Режим доступа : [http://www.medialaw.ru/laws/other\\_laws/european/rec1641-2004.htm](http://www.medialaw.ru/laws/other_laws/european/rec1641-2004.htm). – Дата доступа : 11.06.2010.
7. Телевидение в Европе: Регулирование, политика и независимость. Краткий отчет по мониторингу. 2005. – Дьома : Институт Открытого Общества, 2006. – 418 с.
8. **Назаров, М.М.** Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М.М. Назаров. – М. : УРСС, 2002. – 239 с.