ДИСКУССИИ

Ю.М. Ершов, канд. филол. наук, декан факультета журналистики Томского государственного университета, *e-mail:* ershov@newsman.tsu.ru

К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

В статье представлено обоснование концепции познавательного телевидения. Рассматривается проблема моделирования и программирования ТВ в соответствии с понятием общественного блага. Материал может быть интересен исследователям массовых коммуникаций, тележурналистам, руководителям СМИ и правительственным структурам, которые ответственны за лицензирование вещателей.

Ключевые слова: *познавательное телевидение, вещательная модель, общественная служба, задачи просвещения, программная политика.*

This article presents the rationale of educational television concept. The problem of TV modeling and programming is analyzing along with the concept of public good. The material may be the object of interest to researchers of mass communications, television journalists, media managers and government organizations that are responsible for licensing broadcasters.

Key words: *educational television, broadcasting model, public service, enlightenment mission, programming policy.*

Феномен телевидения как социального института и культурной формы начал активно осмысляться с развитием массового ТВ в нашей стране. К 1980-м гг. сложилось несколько парадигм теоретического анализа телевизионных явлений: искусствоведческая, социологическая и публицистическая. В рамках первой исследователи [Саппак, 1963; Ильин, 1973; Богомолов, 1977] выводили сущность ТВ прежде всего из кинематографического языка. Социологи [Фирсов, 1972; Фомичева, 1976; Вильчек, 1987] изучали аудиторные эффекты и телезрителя как реципиента пропагандистских сигналов. Третья парадигма исследований [Багиров, 1968; Юровский, 1975; Кузнецов, 1980] основывается на понятии телевидения как СМИ в единстве трех коммуникационных подсистем (публицистической, художественной и научной) и соответствующих им задач, жанров и стилей.

За четыре десятилетия в отечественной науке накоплен большой исследовательский материал, но не появилось теории телевидения

или общепринятой концепции о роли ТВ в обществе. В последние 10–15 лет в научных журналах чаще публиковались результаты конкретных, прикладных исследований в русле коммерческой социологии. Не умаляя значения аудиторных исследований и рейтинговых измерений, заметим, что они не ставят задач обновления теоретического знания о природе телевидения и типах телевещания. Теории и практике телевидения остро не хватает комплексных научных исследований, в которых бы разные вещательные модели анализировались в сравнении.

За рубежом тоже не сложилось доминирующего направления исследований и признаваемой большинством исследователей концепции телевидения. Вместе с тем можно выделить моду (в социологическом понятии этого термина) на истолкование ТВ за рубежом. Прежде всего необходимо назвать марксистские традиции анализа массовых явлений, которые преломляются в культурологическом подходе к масс-медиа английского исследователя Раймонда Уильямса[1]. В рамках "культурных исследований" мы должны, с точки зрения Р. Уильямса, отказаться от традиционных стереотипов мышления, от шаблонных делений на высокое и низкое искусство, от противопоставления интеллектуалов и народа. Английский телевидение культуролог понимает как повседневную культуру масс. В этом аспекте Р. Уильямс [Williams, 2003] специфическим образом демонстрирует свою приверженность марксистскому подходу: общество нужно изучать в целостности способа жизнедеятельности всех его индивидов.

Примерно в то же время (1960–1970-е гг.) телевизионные феномены критически осмыслял и канадский исследователь Герберт Маршалл Маклюэн [Маклюэн, 2004]. Среди значительных идей М. Маклюэна следует назвать то, что технологии коммуникации рассматриваются им в качестве решающего фактора процесса формирования той или иной социально-экономической системы. Привычное сегодня понятие "информационного общества" обрело смысл как раз с внедрением этой идеи М. Маклюэна в научный обиход. К общепризнанным качествам телевещания (вездесущность, экранность, симультанность и непосредственность) М. Маклюэн и его последователи А. Кроукер и Д. Кук [Кроукер, Кук, 1997] добавляют не только мозаичность (фрагментарность) и резонансность, но и серийность, дискретность. Эти последние свойства включают воспринимающего ТВ зрителя в определение телевидения как явления и дают возможность рассмотрения телевидения как "ампутированной и отчужденной нервной системы человека".

---

[1] Хотя основная работа Р. Уильямса, посвященная ТВ ("Телевидение: технология и культурная форма"), вышла в свет в 1974 г., ее концептуальные положения сохраняют актуальность и поныне.

Идеи М. Маклюэна хорошо ложатся на критику современного ТВ как симуляции жизни и манипуляции массовым сознанием, но для теоретического анализа медиакоммуникаций они слишком противоречивы и туманны. Многие идеи Маклюэна перекликаются с постмодернистской трактовкой ТВ. Французский философ Жан Бодрийяр [Baudrillard, 1988] принимает формулу М. Маклюэна "The Medium is the Message". Медиум навязывает нам способы разбивки и интерпретации мира, что ведет к абстрагированию послания от мира и определяет его вписанность в последовательность всех медийных посланий, предстающих неизбежно в равном статусе зрелища. С помощью средств информации мы вступаем в мир псевдособытий, псевдоистории, псевдокультуры. Дело не в том, что фальсифицируются события или само содержание посланий. Дело в том, что события устраняются и действительность заменяется псевдореальностью, целиком произведенной исходя из кода медиума и имеющей свой ритм жизни, свои цели и функции. Таким образом, Ж. Бодрийяр обосновывает современное ТВ как фабрику симулякров (знаков действительности) или симуляцию жизни.

Еще в 1980-е гг. американский футуролог Э. Тоффлер [Тоффлер, 2001] пришел к выводу, что эпоха традиционных, рожденных индустриальной революцией средств массовой информации, обращенных к универсальной по составу аудитории, заканчивается. В постиндустриальном обществе наступает эпоха средств массовой информации, ориентированных на "микроаудитории" в соответствии с разнообразными интересами и потребностями различных аудиторных групп. Одним из решающих факторов "демассификации" в 1980–1990-е гг. стало развитие кабельного и спутникового телевидения, предлагающего телезрителям широкий набор из сотен каналов, специализированных по содержанию (новостных, спортивных, комедийных, научно-популярных, анимационных и пр.). Все это подстегивает процесс дробления аудитории. Кабельные сети и спутниковые службы ТВ диверсифицируют свои программы, профили вещательных каналов, ведут постоянные поиски информационных "ниш", способных привлечь определенные категории зрителей, дифференцированные по запросам и интересам.

Качественно новые явления в сфере массовых коммуникаций требуют обновления понятийного и терминологического аппарата теоретических исследований, новых методологических подходов в анализе деятельности СМИ. К примеру, стало актуальным отделение производителей телевизионных программ от вещателей, обоснование форматов вещания в соответствии с определяющими задачами вещателя, построение новой типологии телевизионных программ. Поэтому необходимо переосмыслить труды В. Саппака, Б. Фирсова и А. Юровского и других исследователей в связи с тем, что уже сформировано

по проблемам телевидения М. Маклюэном, Ж. Бодрийяром и Э. Тоффлером. Так, например, представляется продуктивным в научном плане переосмыслить теорию А. Юровского о трех подсистемах телевещания. Сегодня подсистемы базируются не на публицистическом, художественном и научном вещании, а на информационном (по преимуществу государственном), развлекательном (в основном коммерческом) и познавательном (главным образом общественном). Между этими типами телевизионной деятельности нет непреодолимой границы, но все-таки задачи, формы и методы работы журналистов в названных подсистемах принципиально различны.

Одной из приоритетных исследовательских задач теории и практики телевидения следует считать разработку модели познавательного телевидения и анализ познавательной активности телезрителя, вовлеченного в коммуникацию. Теоретический анализ понятия является не просто элементом научной культуры, но и необходимым этапом любого исследования. В изучении феноменов современного телевидения терминологический вопрос может выходить далеко за рамки словарно-энциклопедических определений, приобретая профессионально-практическое, общественное и политическое звучание.

Познание — процесс постижения действительности, приобретения и постоянного обновления знаний. Познавательное телевидение можно назвать телевидением знаний и просветительским телевидением, имея в виду преимущественно характер и направленность контент-стратегии. Познавательное ТВ формирует у человека целостную картину мира. Более того, познавательное телевидение являет позитивную картину мира, показывая, как разумно устроено, допустим, сообщество дельфинов или какая-то иная часть живой природы, а значит, дает пример и подсказывает, что человек тоже может разумно организовать свою частную и общественную жизнь. Познавательное телевидение играет роль дополнительной формы непрерывного образования за счет создания в эфирном пространстве развивающей среды.

Телевидение, которое видит отдельного зрителя и обращается к его информационным запросам, составляет программы в интересах нравственного развития личности, и есть познавательное телевидение. Во всех странах национальное телевидение стремится информировать, развлекать и просвещать (educate) телезрителей. Первые две функции у нас в России вполне успешно реализуются государственными и негосударственными телекомпаниями. Что касается просвещения, образования и воспитания, то эти институциональные задачи к современному российскому телевидению сегодня как-то не прикладываются.

Одна из причин, по которой такие задачи даже не ставились, как ни странно, имеет терминологический характер. Познавательное те-

левидение, понимаемое каждым на уровне здравого смысла, не фиксируется в лицензионных требованиях и в нормативных актах Российского государства. В классификаторе программ, разработанном в 2003 г. Медиакомитетом, среди многих десятков жанровых определений находятся образовательные, развивающие и учебные программы, но программ познавательных нет как класса. Нет таких номинаций и в правилах работы федеральной конкурсной комиссии, разрешающей деятельность вещательных предприятий.

В английском и других языках международного общения слово познавательный (cognitive) не применяется вовсе в отношении телевещания или телевизионных программ. В англоязычных странах используют применительно к ТВ близкие, но не синонимичные понятия educational или learning (образовательный и учебный). Имея развитую систему образовательных телеканалов и мощные национальные вещательные корпорации со значительной долей программ для детей и юношества, в этих странах могут позволить себе не ставить специально просветительские задачи перед телевидением, поскольку телеканалы там сами себя обязывают заниматься просвещением в эфире.

В России сложилась иная ситуация. У нас в стране по-прежнему доминируют технократические задачи по внедрению цифрового стандарта вещания, но отсутствуют предложения системной организации телевидения, классификации и дифференциации каналов в условиях многопрограммных мультимедийных коммуникаций. Перекос в технократическую сторону виден, например, в документе "Концепция развития телерадиовещания в Российской Федерации на 2008–2015 годы"[2]. Российское общество недостаточно информировано по этим проблемам. А профессиональному сообществу необходимо обосновать третий вектор развития телевидения, альтернативный по отношению к информационному и развлекательному форматам, которые успешно разрабатываются государственными и негосударственными вещателями.

Кому нужна доктрина познавательного ТВ? Она нужна обществу, которому приходится искать выход из кризиса доверия к телевидению как культурной форме. Поколение нынешних 20-летних не видело по телевидению практически ничего образовательного и просветительского. Концепция познавательного ТВ нужна власти для определения государственных приоритетов в вещательной политике. Четкие видовые и программные характеристики необходимы разрешительным и надзорным органам, лицензирующим работу телекомпаний. Концепция познавательного ТВ нужна журналистскому сообществу для профессиональных ориентиров и понимания своего места в медиаиндустрии. Безусловно, она необходима и факультетам журнали-

[2] http://minkomsvjaz.ru/ministry/documents/816/2405.shtm

стики — для корректировки образовательных стандартов и уточнения учебных планов специализаций профессиональной подготовки.

Советский опыт познавательного телевещания нуждается в основательной переоценке. В те годы было сделано немало общественно полезного: организовано систематическое учебное телевещание для школ, вузов, а также помощь врачам, учителям и другим специалистам, запущен специализированный канал (Третья учебная программа), а затем 4-й канал ("Российские университеты"), проводилась консультативная помощь и моральная поддержка ЦТ региональных студий, выпускающих познавательные программы для детей и взрослых. Вместе с тем в организации познавательного телевещания оставались нерешенные проблемы: недостаточная координация усилий Академии педагогических наук и телевещателя, технологическая отсталость образовательных учреждений в СССР и невосприимчивость школ к новым методам обучения, отсутствие полноценной обратной связи.

С началом реформ в России в 1990-е гг. на фоне снижения роли и значения науки в развитии общества, ослабления внимания государства к сфере образования познавательные программы были из эфира вытеснены коммерческими, заказными и развлекательными. Позиции отечественного познавательного телевидения удалось отчасти отвоевать, когда в 1997 г. был создан новый государственный телеканал "Культура". Но за десять лет жизни этот канал не стал эталоном познавательного телевещания прежде всего из-за невнятной программной политики и непоследовательного менеджмента. Министр культуры России Александр Авдеев считает, что «мы перехвалили канал "Культура", и теперь, когда на канал пришел новый руководитель, нужно помочь ему снова перенастроить канал, чтобы он снова заработал на страну, на регионы... последние четыре-пять лет канал немножко стал проседать и пробуксовывать»[3].

На межрегиональном уровне возрождению познавательного телевещания активно стали способствовать телевизионные фестивали и конкурсы с культурно-просветительными номинациями. Наиболее заметным стал специализированный Всероссийский фестиваль научно-познавательных программ "РАЗУМ. XXI век", который начиная с 2001 г. регулярно проводится в Томске. В последние годы, когда наука, образование становятся вновь востребованными в обществе, познавательные, культурно-просветительские программы вслед за телеканалом "Культура" стали появляться и на других федеральных телеканалах. Но по сравнению с объемом познавательного вещания в

[3] http://www.interfax.ru/culture/news.asp?id=113747&sw=%CC%E8%ED%E8%F1%F2%F0+%EA%F3%EB%FC%F2%F3%F0%FB+%D0%EE%F1%F1%E8%E8+%C0%EB%E5%EA%F1%E0%ED%E4%F0+%C0%E2%E4%E5%E5%E2&bd=8&bm=11&by=2009&ed=8&em=12&ey=2009&secid=0&mp=1&p=1

1960–1980-е гг. этих программ явно недостаточно, и их влияние на интеллектуальный потенциал нации невелико.

Заслуживает пристального внимания и глубокого изучения зарубежный опыт организации познавательного телевещания. Прежде всего опыт организации вещания в Великобритании, Австралии, Канаде, Финляндии и Японии. В этих странах познавательное телевидение носит массовый характер, а познавательные телеканалы по организационно-правовой форме являются общенациональными. Для того чтобы использовать этот опыт в нашей стране, нужно несколько элементов (и они есть во всех пяти названных странах): независимая от бизнеса и власти организация вещания со значительным бюджетом для обеспечения качественных программ для детей и взрослых; обратная связь с аудиторией и публичная отчетность "за выполнение своего мандата"; правовая база общественного вещания и наличие журналистских стандартов качества информационного продукта. Законодательные гарантии и независимый совет управления (наблюдательный совет, совещательный орган, аудиторы и омбудсмены) являются лучшими способами отстоять свою независимость от административного давления и пресса коммерческих показателей.

У познавательного телевидения за рубежом и у нас в стране один явный противник — это рейтинг. Рейтинг телевидения знаний во всем мире действительно не самый высокий, но каждая уважающая себя страна делает такое телевидение в конкурентных и репутационных целях. Страна таким образом демонстрирует уважение к "знатокам" и к самой себе, а также заботится о сохранении интеллектуального багажа нации и выращивании элиты из юных пока еще телезрителей. Познавательное телевидение — инвестиция в человеческий капитал нации. В связи с человеческим капиталом обычно говорят о 4 сферах жизни: науке, образовании, культуре и здравоохранении. Никто почему-то до сих пор не связывал человеческий капитал с медиапотреблением и самым мощным из институтов СМИ — телевидением, ежедневно производящим социальные смыслы. Работа федеральных телеканалов — не на рекламе зарабатывать, а создавать здоровую систему ценностей нации.

Познавательное ТВ живет сегодня маленькими островками в океане развлекательного телевидения. Тем не менее оно порождает разные организационные и содержательные модели. Одна из таких моделей реализуется более 5 лет в Челябинске. Университетская телестудия как структурное подразделение Южно-Уральского государственного университета выполняет функции учебного телевидения для более эффективной подготовки студентов факультета журналистики. С другой стороны — телерадиокомпания ЮУрГУ-ТВ занимается производством и распространением телевизионных и радиопрограмм,

строит собственную многофункциональную телевизионную кабельную сеть как на территории университетского городка, так и в Центральном районе г. Челябинска, транслирует свои программы через Интернет. По кабельному каналу студия осуществляет круглосуточное вещание.

Другую модель познавательного вещания осуществляют негосударственные телекомпании АИСТ (Иркутск) и ТВ-2 (Томск). Являясь по форме собственности коммерческими предприятиями, они ставят перед творческими коллективами высокие просветительские цели и по сути становятся телекомпаниями общественными. Пример этих телекомпаний (а также телекомпаний "Волга" из Нижнего Новгорода, "Каскад" из Калининграда, "Афонтово" из Красноярска, "Югра" из Ханты-Мансийска) показывает, что познавательное ТВ — это доктрина, которую можно разделять частично, демонстрируя в эфире наряду с информационными и развлекательными программами специальные репортажи, дневники путешествий, телемарафоны по сбору благотворительности для тяжелобольных детей. Если не вставать на позицию "ревнителя чистоты жанра", то регулярные элементы познавательного вещания в эфире все же лучше, чем сплошная коммерциализация программного пространства.

В известном смысле познавательное телевидение противостоит телевидению информационному и развлекательному, конкурирует с ними за зрителя. Информационное телевидение держит зрителя в курсе текущих событий, но не дает ему сущностных знаний о мире и человеке, не формирует компетенций и не стимулирует познавательную активность зрителя. Развлекательное телевидение выполняет важную функцию рекреации, отдыха и восстановления эмоциональных ресурсов человека, переключения задач внимания. При этом развлекательное ТВ, как и информационное, не считает своей миссией повышение культурного уровня аудитории, не ставит задач просвещения зрителей.

Было бы неправильно проводить непреодолимые границы между тремя названными видами вещания. Программа "Новости культуры" (телеканал "Культура") носит как познавательный, так и информационный характер. Передача А. Пушного "Галилео" (телеканал СТС) в равной степени познавательная и развлекательная. Речь надо вести не о чистоте жанра, а об интеграции форматов в выполнении телеканалами нелинейных задач повышенной сложности (просвещать развлекая и развлекать обучая). Опыт лучших в мире познавательных телеканалов (Arte, National Geographic, Animal Planet и др.) убеждает в том, что познавательные программы — это не скука смертная, не говорящая голова в кадре с поучениями и нотациями, а зрелищные и увлекательные программы на стыке форматов и стилей. Это подтверждается, кстати, программным заявлением канала Discovery: "Наши

программы — это интеллектуальное развлечение, реалити-шоу с познавательным эффектом"[4].

Производство и распределение познавательного контента может быть столь же прибыльным, как и агрегация контента развлекательного, — доказывают сети платного кабельного ТВ, в которых количество познавательных телеканалов достигает двух десятков, а рейтинг Discovery — наиболее высок[5]. Уважающая себя, свою историю и культуру держава, даже если она перестала считать себя "самой читающей в мире", просто обязана иметь мощный, общедоступный познавательный канал, занимающий достойное место в "социальном пакете" вещания, сколько бы каналов он ни включал в себя. При этом одного канала будет недостаточно, необходимо создавать такие нормативно-правовые и экономические условия вещателям, чтобы им было выгодно транслировать не "мыльные оперы", а познавательные фильмы.

Основным разрешительным органом для вещателей в РФ является Федеральная конкурсная комиссия. Однако регламент ее деятельности недостаточно прописан, а критерии отбора конкурсных заявок не слишком четки. Например, не обозначены основные программные требования к вещательным сеткам телестанций. На парламентских слушаниях предлагалось законодательно установить лицензионные требования и условия на осуществление телерадиовещания на территории Российской Федерации, используемые в приложениях к лицензиям (такие, как: "информация иностранного производства" — не более 15% общего времени вещания, "образовательные программы" — не менее 10%, "культурно-просветительные программы" — не менее 40%, "детские программы" — не менее 10%). Но названные требования не имеют юридических определений в законодательстве, поэтому, по информации Счетной палаты Российской Федерации, выполнение требований лицензий невозможно проконтролировать.

Важно, что первые лица нашего государства постоянно высказываются в пользу просветительских программ на ТВ. Например, на заседании Совета по культуре и искусству при Президенте В.В. Путин отметил: "Сегодня очень много претензий к содержанию программ радио и телевидения. К тем ценностям, которые воспитываются телевизионными и компьютерными играми. Об этом мы часто говорим. И задача творческой интеллигенции, творческой элиты — создавать такие культурные образцы, которые смогут вытеснить из средств массовой информации убогие персонажи и сюжеты. Надо прямо признать: просветительская задача сегодня практически исключена из эфирной политики. Большинство центральных телеканалов нарушают

[4] http://www.profile.ru/items/?item=24776

[5] http://www.tv-digest.ru/news.php?id=11210

условия лицензий в части детского вещания. В этой связи надо как минимум контролировать соблюдение лицензионных норм. Хочу обратить на это внимание министерства. А в целом — развивать принципы лицензирования с учетом расширения детского вещания. Считаю, что государственным каналам телевидения необходимо вернуться к практике научно-познавательных и образовательных передач, ориентированных на потребности детей"[6].

Телевидению как социальному институту нужна идея для перезагрузки своих функций и обновления программной политики. Думается, что познавательное вещание и есть такая идея для модернизации всего российского телевидения. Понятие познавательного телевещания имеет столь же эвристический характер для массовых коммуникаций, как термин "инновации" для развития экономики России. Информация, ее постоянно обновляющиеся ресурсы играют главную роль в развитии передовых технологий, культуры их эксплуатации и воспроизводства. Устойчивое развитие страны требует не только перевооружения промышленности, но и существенного повышения интеллектуального потенциала нации — способности людей производить и усваивать новые знания, создавать и поддерживать высокую техническую культуру наукоемкого производства, повышать свою квалификацию. Развитие интеллектуального потенциала нации — задача не только системы образования, но и системы СМИ. Особенно это касается телевидения, поскольку российский зритель уделяет телесмотрению более 3-х часов ежедневно или более 11 лет жизни в средней ее продолжительности[7]. Это время сопоставимо с суммарным объемом часов, проведенных в школьном классе или в вузовской аудитории.

Инициатором познавательного телевещания часто становятся научные и образовательные учреждения, однако и государство, и бизнес могли бы активнее поддерживать эти инициативы из понимания общественного блага. Университетская корпорация способна выполнять общественные задачи просвещения, трансляции культуры и знаний больше, чем производственно-коммерческие объединения предприятий. Недостатком университетского телевещания является замкнутость на интересы преподавателей, ученых и учащихся, узковедомственный характер коммуникации. Однако при объединении телестудий, вещательных центров многих университетов для решения больших социальных задач ведомственность и замкнутость на внутривузовских проблемах сглаживается и постепенно исчезает.

Формой объединения вузовских производителей телевизионного контента может стать Ассоциация познавательного телевидения (по типу Ассоциации кабельного телевидения России, Ассоциации ин-

[6] http://www.kremlin.ru/appears/2002/03/05/0001_type63378_28825.shtml
[7] http://www.gfk.ru/Go/View?id=550

тернет-телевидения). Ассоциации легче привлечь финансирование из разных источников (конкурсных бюджетных и грантовых, частных пожертвований и спонсорских). Ассоциация — открытое сообщество, которое год от года может пополняться новыми участниками. В сегодняшнем тесно взаимосвязанном мире стало очевидно, что выжить в одиночку в конкурентной борьбе невозможно или очень сложно. Именно по этой причине люди и организации создают альянсы, объединяя ресурсы для достижения своих и общих целей. Объединяя экспертный потенциал, финансовые, технические возможности и деловые связи, разные структуры стремятся создать конкурентное преимущество в виде концентрации сил и достичь синергетического эффекта опережающего развития.

Голландское общественное вещание уникально тем, что оно не является единой организацией, как Би-би-си, а сформировано из группы индивидуальных, независимых вещательных корпораций. Каждые пять лет организации могут покинуть систему, чтобы, например, стать коммерческими вещателями, а новые — подать заявление о присоединении к системе. Возможно, самый сложный вопрос в анализе моделей российского телевещания — это обоснование общественного ТВ, необходимость которого ощущается многими. Очевидно, что организации общественного телевидения противятся медиаменеджеры как государственных, так и ряда негосударственных телеканалов, поскольку появление такого телевидения как альтернативы имеющимся зрелищам угрожает поколебать высокие пока еще рейтинги их телеканалов и связанные с этим рекламные обороты. Руководители телеканалов пытаются внедрить в массовое сознание мысль о том, что общественное телевидение очень капризно по части финансирования и российская аудитория не готова платить за телевидение как за общественную службу, а государству не по силам содержать кроме ВГТРК еще и какое-то общественное телевидение.

Впрочем, общественное телевидение и не надо вводить Указом президента РФ. Можно поступить, как сделали в свое время в США. Они организовали образовательное ТВ, а из тактических соображений назвали его общественным. Н.А. Голядкин пишет: «В послевоенные годы при распределении частот в каждом регионе ФКС начала резервировать один канал под “некоммерческие операции”. Первой заняла такой канал учебно-образовательная станция города Хьюстона в 1953 г., а через десятилетие подобных станций насчитывалось 75. Днем они показывали уроки для школ, вечером — общеобразовательные и культурно-просветительные передачи. Эти станции принадлежат городским властям, колледжам и университетам, всевозможным общественным организациям и финансируются ими, а также за счет пожертвований аудитории и даров корпораций. Для государственной поддержки некоммерческого радио и телевидения в 1967 г. была уч-

реждена Корпорация общественного вещания. К термину "общественный" решили прибегнуть по тактическим соображениям, поскольку слово "образовательный" могло вызывать у зрителей неприятные ассоциации с классной комнатой» [Голядкин, 2001].

У нас из тактических соображений, наоборот, можно назвать общественное телевидение познавательным. Познавательные телеканалы в любой стране и на любом уровне от общенационального охвата до муниципального распространения выполняют прежде всего гуманитарные, просветительские и образовательные задачи. Телеканалы становятся общественными службами, только выполняя эти высокие задачи, а не потому, что назвали себя public service. Просветительское, образовательное, научно-популярное и учебное телевидение — подвиды телевещания познавательного и соотнесены с ним как часть с целым.

Познавательное телевидение в его общественно-правовом статусе не конкурирует с государственным информационным ТВ, а представляет иную философию и технологию организации вещания. Советское телевидение в лучших своих традициях было познавательным и общественным по сути функционирования, пока не стало пропагандистским и однонаправлено-безадресным. За рубежом многие национальные вещательные корпорации и общественные телекомпании занимаются целенаправленно просветительством, находя для этого комбинированные формы финансирования производства познавательных программ. Критериями познавательности телевизионной программы являются возникновение у зрителя глубокого интереса к материалу в эфире; вовлеченность зрителя в телевизионную коммуникацию; "компетентностый подход" авторов к материалу, который должен чему-то научить зрителя. Просветительское телевещание базируется на потребности каждого человека в познании — духовной ценности, существующей в самой природе человека. Развитие познавательного телевещания — идея перенастройки функций российских телеканалов и реформации всего телевизионного пространства, которое стало угрожать моральному здоровью нации.

Список литературы

Багиров Э.Г., Кацев И.Г. Телевидение. XX век. М.: Искусство, 1968.

Богомолов Ю.А. Проблемы времени в художественном телевидении: Опыт сравнительного анализа / Отв. ред. А.С. Вартанов. М.: Искусство, 1977.

Вильчек В.М. Под знаком ТВ. М.: Искусство, 1987.

Голядкин Н.А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения. М.: Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания, 2001.

Ильин Р.Н. Изобразительные ресурсы экрана. М.: Искусство, 1973.

Кроукер А., Кук Д. Телевидение и торжество культуры // Комментарии. 1997. № 11.

Кузнецов Г.В. ТВ-журналист. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1980.

Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: Кучково поле, 2004.

Саппак В. Телевидение и мы. М.: Аспект Пресс, 2008.

Тоффлер Э. Шок будущего. М.: АСТ, 2001.

Фирсов Б. Телевидение глазами социолога. М.: Искусство, 1972.

Фомичева И.Д. Журналистика и аудитория. М., 1976.

Юровский А.Я. Телевидение — поиски и решения: Очерки истории и теории советской телевизионной журналистики. М.: Искусство, 1975.

Baudrillard J. Selected Writings / Ed. by M. Poster. Stanford University Press, 1988.

Williams R. Television: Technology and Cultural Form. 3rd ed. Routledge, 2003.

Поступила в редакцию
23.11.2009