



ЖУРНАЛИСТИКА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ JOURNALISM AND PUBLIC RELATIONS

УДК 811.161.1

DOI 10.18413/2712-7451-2021-40-1-5-15

Практическая реализация принципов независимости и подотчетности в медийной деятельности Британской вещательной корпорации

Максимова Т.И.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85
E-mail: maksimova_t@bsu.edu.ru

Аннотация. Деятельность британская вещательная корпорация Би-Би-Си как общественной организации подразумевает опору на принципы независимости и подотчетности. Однако в современных условиях противоречивой геополитической ситуации, когда вещательные корпорации являются инструментом формирования имиджа страны на мировой арене, закономерно возникает вопрос об их редакционной и экономической зависимости. При этом в научном дискурсе наблюдается недостаток работ, посвящённых анализу практической реализации принципов независимости и подотчетности медиакорпорации Би-Би-Си. В связи с этим автором поставлена цель определить степень соответствия декларируемых Корпорацией нормативных стандартов её реальной деятельности через изучение различных аспектов нормоприменения. В ходе исследования выявлены несоблюдение принципов редакционной и экономической независимости, подотчетности перед аудиторией. Полученные результаты вносят вклад в развитие теории журналистики, общественного вещания и профессиональной журналистской этики.

Ключевые слова: Би-Би-Си, общественное вещание, принципы общественного вещания, принцип независимости общественного вещания, принцип подотчетности общественного вещания, подотчетность Би-Би-Си.

Для цитирования: Максимова Т.И. 2021. Практическая реализация принципов независимости и подотчетности в медийной деятельности Британской вещательной корпорации. Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 40 (1): 5–15. DOI 10.18413/2712-7451-2021-40-1-5-15

Practical implementation of the principles of independence and accountability in the media activities of the BBC

Tatyana I. Maksimova

Belgorod National Research University,
85 Pobeda St, Belgorod, 308015, Russian Federation
E-mail: maksimova_t@bsu.edu.ru

Abstract. The British Broadcasting Corporation, the BBC, whose activities as a public organization are based on the principles of independence and accountability, in the mass consciousness represents the ideal



of an objective media. However, in the current conditions of a contradictory geopolitical situation, when broadcasting corporations are an instrument for shaping the country's image on the world stage, the question of their editorial and economic dependence naturally arises. At the same time, there is a lack of scientific discourse devoted to the analysis of the practical implementation of the principles of independence and accountability of the BBC media corporation. In this regard, the author aims to determine the degree of compliance of the Corporation's declared regulatory standards with its actual activities through the study of various aspects of standard application. The study revealed non-compliance with the principles of editorial and economic independence, accountability to the audience. The results obtained contribute to the development of the theory of journalism, public broadcasting and professional journalistic ethics.

Key words: BBC, public service broadcasting, principles of independence, principle of accountability, independence of BBC.

For citation: Maksimova T.I. 2021. Practical implementation of the principles of independence and accountability in the media activities of the British Broadcasting Corporation. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 40 (1): 5–15 (in Russian). DOI 10.18413/2712-7451-2021-40-1-5-15

Введение

Данное исследование продолжает уже разрабатываемую автором тему о практической реализации принципов общественного вещания Британской вещательной корпорации¹ в её медийной деятельности. Ранее была рассмотрена практическая реализация принципов беспристрастности и службы общественным интересам.

На протяжении всей своей уже почти вековой истории Би-Би-Си позиционирует себя как объективная и независимая медийная организация, служащая исключительно интересам общества как «источник надежных и беспристрастных новостей»² [Истомин, 2014]. Кроме того, «новостные программы Британской телерадиовещательной корпорации считаются объективным источником информации, имеющим особую значимость для всей современной англоязычной культуры» [Дечева, Ильина, 2017, стр. 106].

Являясь общественной организацией, существующей за счет своей аудитории, однако установленной и частично финансируемой государством, Би-Би-Си часто провоцировала вопросы, относящиеся к собственной объективности и независимости. В русле советской школы медиаисследований существовала практика критики Британской вещательной корпорации. Исследователи приводили в качестве примера ее зависимости различные способы воздействия на нее государства. В. Артемов и В. Семенов называли корпорацию «главным органом внешнеполитической пропаганды Великобритании» [Артемов, Семенов, 1978, стр. 14] и даже ввели в дискурс понятие «фактологическая пропаганда» [там же, стр. 112] – метод подачи информации, основанный на тенденциозном представлении фактов под видом объективных сообщений, в итоге которого формируемая картина мира оказывается необъективной. «В.М. Карелина указывала на то, что правящие классы предпочитают применять внутренние, скрытые от глаз широкой общественности механизмы воздействия на вещание Би-Би-Си, подчиняя её таким образом политиче-

¹ Максимова Т.И. 2020а. Практическая реализация принципов беспристрастности и службы общественным интересам в медийной деятельности британской вещательной корпорации. Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 39 (3): 345–355. DOI 10.18413/2712-7451-2020-39-3-345-355

² Истомин М. 2014. Иновещание ВВС: самый высокий прирост аудитории в последнее время достигается за счет России. Информационный ресурс ОВОВ.TV – Обзорное оборудование и бродкастинга. URL: <http://obob.tv/statistka/inoveshhanie-bbc-samyjj-vysokijj-prirost-au/> (дата обращения: 17 января 2021).

ской конъюнктуре» [Цит. По: Шампорова, 2014, стр. 61]. Корни этого явления советские исследователи видели в редакционной политике первого генерального директора Би-Би-Си Дж. Рейта: «Он в достаточной мере понимал, что независимое положение новой корпорации обеспечивается сдержанностью в проявлениях этой независимости» [Артемов, Семенов, 1978, с. 39].

Современные российские [Вартанова, 2003; Орешкина, 2004; Любимов, 2008] и зарубежные [Aitken, 2008; Curran, Seaton, 2009; Allan, 2010] исследователи иначе оценивают степень независимости Би-Би-Си и ее роль в европейском общественном вещании. Е.Л. Вартанова рассматривает Корпорацию как «едва ли не идеальный пример общественной вещательной монополии» [Вартанова, 2003, с. 179]. К. Якубович считает, что британская модель общественного вещания неразрывно связана с развитым гражданским обществом и демократическими ценностями. Из всех моделей общественного вещания, британская наиболее успешная, потому что «она сочетает в себе независимость от власти, коммерческих структур и строгое соблюдение интересов общества в целом» [Jakubowicz, 2011, с. 56].

В настоящее время исследователей интересуют трансформации модели общественного вещания в условиях развития новых медиа и коммерциализации рынка СМИ [Покровская, 2010; Григорьева, 2012; Шампорова, 2016]. Большое внимание уделяется структурным и внешним изменениям, произошедшим с Корпорацией, таким как открытие новых телеканалов и радиостанций, продажа собственности [Любимов, 2008], коммерциализация, политизация [Орешкина, 2004], цифровизация, «калчартеймент» [Покровская, 2010].

В современных условиях, когда «геополитическая ситуация всё чаще определяется тем, что любая страна мира нуждается в создании эффективной системы противодействия формированию ее негативного имиджа на мировой арене» [Якунин, 2019, стр. 77], британская вещательная корпорация является практически идеальным инструментом такой системы, что противоречит ее основополагающим принципам. Но несмотря на возрастающий общественный интерес и авторитетный статус Британской вещательной корпорации в глобальной медиасреде, в современном научном дискурсе отсутствуют работы, посвященные изучению внутренних, нормативных аспектов ее медиадетельности, принципов и норм. В связи с этим автором поставлена цель определить степень соответствия декларируемых Корпорацией нормативных стандартов её реальной деятельности через изучение различных аспектов нормоприменения.

Исследование базируется на использовании теоретического и компаративного методов, метода контент-анализа и основывается на изучении внутренних регулирующих документов корпорации и изложенных в них принципов в их практической реализации (в публикациях Би-Би-Си, служащих эмпирической основой исследования).

Принцип независимости в медийной деятельности Би-Би-Си

Принято выделять три основных принципа программной политики общественного вещания: универсальность, разнообразие, независимость. «Под принципом универсальности понимается доступность аудитории общественного вещания независимо от социального статуса и финансовых возможностей. Разнообразие понимается в трех определениях: жанров, тем и аудиторий, на которых направлено вещание. Принцип независимости предполагает, что общественное вещание не подвержено влиянию ни правительственных, ни коммерческих структур, руководствуясь в своей деятельности только интересами общества» [Максимова, 2020б].

При учреждении общественных вещателей в каждом отдельном регионе мира определяются специфичные и актуальные конкретно для него цели и принципы обще-



ственного вещания. История Британской вещательной корпорации позволяет выделить собственные специфичные принципы общественного вещания, на которые она опирается в своей деятельности: *«общедоступность (универсальность), независимость, разнообразие, подотчетность, служение интересам общества, содействие развитию культуры и науки, образованию и просвещению, качество»* [Максимова, 2020а].

В основном документе редакционной политики Би-Би-Си "Editorial Guidelines" подчеркивается, что **принцип независимости** является основой репутации Би-Би-Си как в Великобритании, так и во всем мире: *«Наша аудитория должна доверять Би-Би-Си и быть уверенной, что на наши решения не влияют внешние интересы, политическое или коммерческое давление, или любые личные интересы»*¹ (здесь и далее перевод наш. – Авт.).

Согласно редакционным правилам, принцип независимости включает в себя следующее:

- *«Независимость от внешних интересов и договоренностей, которые могут подорвать редакционную целостность;*
- *невозможность поддержки любой другой организации, ее продуктов, деятельности, услуг, взглядов или мнений;*
- *недопустимость чрезмерного внимания коммерческим продуктам или услугам;*
- *при вступлении во внешние отношения Би-Би-Си должна обеспечить, чтобы ее службы не транслировали спонсорский контент или рекламу. Договоренности с внешними организациями не должны создавать впечатления, что услуги Би-Би-Си спонсируются;*
- *выбор партнеров должен быть соответствующим и обоснованным и не должен приносить Корпорации дурную славу»*².

Таким образом можно выделить две составляющие принципа независимости Би-Би-Си: редакционную независимость и экономическую.

Практическая реализация принципа независимости Би-Би-Си через призму партнерства и рекламы (для коммерческих сервисов) выражается в коллаборациях с другими организациями в национальных интересах. В 2018–2019 гг. Корпорация установила 300 партнерств и коллабораций, сфокусированных на общественной деятельности, поддерживающей экономику Великобритании, которые различаются по размеру, масштабу и цели. Би-Би-Си сотрудничает более чем с сотней медиа-организаций, научных центров и благотворительных организаций, в числе которых³: "Open University", "Marine Conservation Society", "Women's Institute", "Surfers Against Sewage", "Mental Health Foundation", "Public Health England", "Reading Agency". Кроме того, в список партнеров Корпорации входят музеи, театры и библиотеки: "Royal Society and Science Museum Group", "Imperial War Museums", "National Portrait Gallery", "Google Arts and Culture", "Tate", "British Library", "National Archives", "National Library of Wales", "Libraries NI", "National Media Museum", "National Theatre Wales", "Theatr Genedlaethol" [там же].

Если открытой рекламы в общественном вещании Би-Би-Си действительно не существует (в коммерческом секторе Би-Би-Си присутствует минимальное количество рекламных материалов [Максимова, 2016]), то неизбежный в контексте правдоподобного отражения действительности Product placement присутствует практически в каждом продукте Би-Би-Си, так или иначе выходящем в свет. Editorial Guidelines подчеркивают, что в таких случаях рекомендовано избегать концентрации внимания зрителя на бренде, однако некоторые сюжетные повороты мыльных опер (куда проще всего вставить продукт), благодаря сценаристам, требуют заострения внимания на предмете, всего лишь отражающем окружающую действительность.

¹ Editorial Guidelines 2019. BBC Copyright: p. 246

² Editorial Guidelines 2019. BBC Copyright: p. 246-250

³ BBC Group Annual Report and Accounts 2018/19. 2019. BBC Copyright, p. 292.

Например, в одной из серий культового научно-фантастического сериала «Доктор Кто», вышедшей в октябре 2014 года, заострялось внимание на компании Apple, официальном партнере Би-Би-Си: заметив в руках у «менеджера загробного мира» планшет этой фирмы, герой спросил:

«– У вас здесь есть Apple?»

– *Берите выше – у нас есть Стив Джобс*», – ответили ему.

Сюжетной важности в дальнейшем этот момент не имел абсолютно никакой, а значит, и ссылка на коммерческий продукт не была обоснована.

Абсолютно противоположным в плане необходимости отражения действительности и сюжетной важности является эпизод из другого брендового сериала Би-Би-Си – «Шерлок». В серии «Скандал в Белгравии» внимание зрителя естественным образом концентрируется на сотовом телефоне популярной марки Blackberry, который в ключевой момент серии показывают крупным планом¹. Экран блокировки мобильного телефона содержит языковую игру, смысл которой является важным для понимания дальнейшего развития сюжета. Подобное заострение внимания на изображении коммерческого продукта оправдано необходимостью раскрытия взаимоотношений между героями.

Принцип подотчетности в медийной деятельности Би-Би-Си

Традиционный и универсальный для общественных вещательных организаций принцип подотчетности в рамках деятельности Би-Би-Си делится на финансовую отчетность и подотчетность перед своей аудиторией. На законодательном уровне он заключается в предоставлении органам власти отчетов о собственной деятельности и счетов, а перед аудиторией Корпорация отчитывается последующей публикацией этих отчетов: Би-Би-Си стремится к максимальной прозрачности своей деятельности для аудитории. Внутреннее регулирование посредством редакционных правил "Editorial Guidelines" дополняет эти требования очень важным с точки зрения формирования доверительных отношений аспектом – работой с жалобами аудитории: *«Мы открыты для признания ошибок и хотим учиться на них; мы обязуемся установить и публиковать процедуры рассмотрения и разрешения жалоб»*².

Редакционные правила 2019 года регламентировали и сократили процедуру рассмотрения жалоб, которая на данный момент включает в себя следующее:

1. Рассмотрение конкретной жалобы подразделением по работе с жалобами на возможные нарушения редакционных стандартов Би-Би-Си (редакционные правила уточняют, что жалобы могут быть на любые услуги или продукты, за которые корпорация несет ответственность).

2. В случае необходимости решения подлежат пересмотру генеральным директором Би-Би-Си.

3. В случаях выявления серьезного нарушения редакционных стандартов результаты публикуются на веб-сайте Би-Би-Си. Среди предписаний могут быть рекомендации о принесении извинений или об исправлениях.

4. В случае неудовлетворенности выводом и если жалоба касается контента общественного вещания Би-Би-Си, заявитель может передать ее в офком, который может рекомендовать Корпорации пересмотреть вопрос; однако он не имеет дальнейших правомочий.

5. Жалобы на содержание коммерческого контента и контента в социальных сетях не входят в компетенцию офкома и рассматриваются без его участия [там же].

¹ Что вы упустили, посмотрев «Шерлока» в дубляже. 2017. Лайфхакер. URL: <https://lifehacker.ru/2017/02/01/sherlock-english/> (дата обращения: 17 января 2021).

² Editorial Guidelines 2019. BBC Copyright: p. 16



Вытекающие из принципов подотчетности нормы акцентируют внимание не столько на предоставлении отчетов о деятельности и счетов Корпорации ответственным лицам и последующей публикации, сколько на работе с жалобами на контент Би-Би-Си. Ранее нормы уважительного и вежливого отношения к заявителю, количества дней на ответ и правила публикации решения¹ [Editorial Guidelines, 2014, p. 214] были прописаны в самих редакционных правилах, но в редакции 2019 года, как уже было сказано ранее, раздел, отвечающий за подотчетность, был сокращен, и его содержание в общем виде переместилось в начало редакционных правил. В настоящий момент все нормы, регулирующие подачу жалоб и их рассмотрение, сконцентрированы в отдельном документе редакционной политики Би-Би-Си – "BBC Complaints Framework" и включают следующее:

- ответ в течение 10 рабочих дней;
- принесение извинений как индивидуально, так и путем публикации извинений онлайн или трансляции в эфире;
- публикация отчетов о полученных жалобах в целях совершенствования своих программ и услуг;
- право не отвечать на жалобу, если она неточна, повторяется или была исследована ранее, а также содержит оскорбительные выражения².

На практике Би-Би-Си реализация принципа подотчетности выражается в опубликованных за всю историю существования онлайн-платформы более чем 100 отчетных аналитических документов (многие из которых дублируются на национальных языках Великобритании) на различные темы: представленности женщин среди сотрудников Корпорации, налоговые стратегии, годовые планы, экологические отчеты, отчеты по взаимодействию с региональными СМИ. Такое огромное количество документов, составляющее достаточно большой объем информации, заставляет задуматься о самой концепции открытости и прозрачности Би-Би-Си. Это явление можно назвать *«парадоксом прозрачности»* – чем больше отчетов и анализов предоставляет Корпорация, тем проще ввести аудиторию в заблуждение и скрыть информацию (например, о количестве партнеров (единого списка нет) и рекламодателей). В настоящий момент, помимо 108 опубликованных отчетов в разделе "Reports", каждый год Би-Би-Си публикует "Annual report and accounts" (только последние три года представляющий собой единый документ, до этого ежегодный отчет мог состоять из двадцати различных документов), годовые планы, консультационные заключения – помимо руководств, правил и прочих редакционных документов.

Кроме отчетных документов, на сайте Би-Би-Си существует раздел "BBC Complaints", на главной странице которого описаны три возможности жалоб на контент Би-Би-Си или неполадки в трансляции посредством заполнения онлайн-формы жалобы, звонка в отдел жалоб или почты. По всем полученным жалобам аудитории служба "BBC Audience Services", принимающая жалобы, и "Executive Complaints Unit" (Исполнительный отдел жалоб), включающие в себя в том числе и 24-часовой контактный центр, готовятся и публикуются отчеты с периодичностью раз в две недели (отчеты до ноября 2017 года показывают ежемесячные итоги жалоб с кратким изложением проблем). Всего за полугодовой период в 2020 г. Би-Би-Си получила 241 795 жалоб на общественное вещание и контент онлайн-платформы. Из них 128 307 жалоб было на контент Корпорации, 113 488 – на качество трансляции, сигнала и другие технические аспекты вещания.

Двухнедельные отчеты содержат количественную информацию о поступивших за отчетный период жалобах, подробно рассказывая только о тех «проблемных» материалах, которые набрали более 100 жалоб (указывается название программы, канал передачи, дата

¹ Editorial Guidelines 2014 in full. 2014. BBC Copyright: p. 214

² BBC Complaints Framework. 2020. BBC Copyright: p. 15

выхода в эфир суть и количество поступивших на нее жалоб). Отдельно выделяются жалобы, которые были разрешены на первой стадии подразделением "BBC Audience Services" (их всегда подавляющее большинство), и жалобы, которые были не удовлетворены на первой стадии и на основании которых подразделением "Executive Complaints Unit" было проведено расследование (большинство из которых остается «не поддержаны» без указания в отчете причин (возможно потому, что Би-Би-Си оставляет за собой право отвечать заявителю жалобы лично, а не в публичном пространстве)).

Чаще всего Би-Би-Си отвечает (но никогда не извиняется) на несколько однотипных жалоб одной публикацией с объяснениями своих редакционных целей, если они не были ясно выражены. Так, например, получив много жалоб на то, что смерти Дэвида Боуи уделяется слишком много внимания, Би-Би-Си ответила: *«Дэвид Боуи был одной из величайших звезд нашей эстрады. Он был одним из самых влиятельных музыкантов своего времени. Его смерть была внезапной и неожиданной, никто, кроме близкого круга его друзей, не знал о его болезни. Наше освещение события — это попытка отразить его статус как музыканта, новаторство которого изменило форму музыкальной индустрии, так и потрясение от его смерти во всем мире»*¹.

Всколыхнувшая в своё время весь мир тема отречения от королевских полномочий герцога и герцогини Сассекских также вызвала вопросы у аудитории, которая была *«недовольна уровнем освещения»* (с чем конкретно связано недовольство, не уточняется), на что Би-Би-Си ответила: *«эта тема была главной новостью, имеющей большое конституционное значение, также, как и огромный общественный интерес. Герцог и герцогиня Сассекские имеют очень высокий авторитет дома и за рубежом, и их решение затрагивает всю королевскую семью, а также поднимает вопросы об уровне общественной поддержки»*². Также Би-Би-Си уточнила, что она нашла *«место для других важных тем, в том числе событий в Иране и Австралии, которые мы освещали»* [там же].

Некоторые ответы имеют уточняющий характер, к примеру, в ответ на жалобу о недостаточном освещении обстоятельств смерти Дж. Флойда Би-Би-Си ссылается на ранее опубликованные материалы и выпуски новостей: *«мы более подробно рассмотрели самого Джорджа Флойда, например, в статье <https://www.bbc.co.uk/news/world-us-canada-52871936>. Мы указали, что арест г-на Флойда последовал после сообщения об использовании фальшивых купюр, например, на канале "BBC News" в шесть и в десять часов 27 мая и в выпуске "Панорамы": "Джордж Флойд: убийство, которое потрясло мир" 15 июня – позже также ссылаясь на то, что г-н Флойд провел время в тюрьме за вооруженное ограбление и преступления, связанные с наркотиками»*³.

В конце года все публичные ответы на жалобы (решенные как на первой, так и на второй стадии) суммируются в один архив и также остаются в открытом доступе. Так, например, за 2019 год Би-Би-Си опубликовала 103 ответа⁴, за 2018 – 54, за 2017 – 40, за

¹ BBC News, Coverage of the death of David Bowie, January 2016. BBC public complaints responses 2016. Available at: <https://www.bbc.co.uk/contact/sites/default/files/2019-05/BBC%20public%20complaints%20responses%202016.pdf> (accessed: 09 January 2021).

² BBC News, Royal Family coverage, January 2020. BBC Complaints. Available at: <https://www.bbc.co.uk/contact/complaint/newsharrymeghan> (accessed: 09 January 2021)

³ BBC News, May & June 2020. BBC Complaints. Available at: <https://www.bbc.co.uk/contact/complaint/floydarrest> (accessed: 09 January 2021)

⁴ Public BBC responses to complaints. BBC Complaints. Available at: <https://www.bbc.co.uk/contact/complaints/recent-complaints?category=All&page=7> (accessed: 09 January 2021)



2016 – 32, за 2015 – 38. Однако общих годовых отчетов, которые содержали бы в себе анализ поданных жалоб, Би-Би-Си не предоставляет.

Ответы на многие жалобы, на наш взгляд, являются неполными ввиду отсутствия внятного и четкого текста самой жалобы. Например: «Мы получили жалобы от людей, которые недовольны выпуском "Horrible Histories: Brexit film" (познавательная историческая серия передач на детском канале СВВС)¹. Полный текст ответа является исчерпывающим и оправдывающим выпуск передачи, однако конкретные претензии аудитории остаются неясными.

Объясняет Би-Би-Си не только вопросы соотношения освещения новостей, но и вопросы философского характера, которые могли быть затронуты в художественных продуктах Би-Би-Си, но не до конца поняты аудиторией (что, конечно же, является нежелательным, учитывая принцип универсальности и общедоступности, но иногда, в случаях со «сложным продуктом», как такие передачи называет сама Би-Би-Си, случается). После выхода в октябре 2014 года серии научно-фантастического сериала «Доктор Кто», в которой затрагивались аспекты загробной жизни, Би-Би-Си получила очень много жалоб на то, что подобное освещение религиозных тем может ввести в заблуждение, игнорирует религиозные догмы, в которые верят семьи многих зрителей. Поскольку Корпорация придерживается политики неограничения простора для творчества и самовыражения своих сотрудников, ее ответ на жалобы содержал в себе несколько пунктов:

«1. Сложные темы уместны в контексте улучшения научно-фантастических аспектов мира сериала.

2. Словами главного антагониста Доктора зритель был несколько раз предупрежден о том, что главный секрет серии может быть для него расстраивающим.

3. Главный герой сериала ни на секунду не сомневается, что показанное в серии устройство загробного мира – обман, и в конце концов уничтожает его, оставляя зрителя с теми же укоренившимися традиционными представлениями о жизни после смерти»².

Стоит отметить также, что сообщения о поступивших жалобах и ответы Би-Би-Си на них, часто содержащие не извинения или признание ошибок и их исправление, а объяснение своих действий, публикуются исключительно в разделе, полностью посвященном жалобам аудитории, и на главную страницу платформы "BBC Online" не попадают.

Раздел онлайн-платформы "BBC Complaints", посвященный жалобам, сложно найти (вероятнее всего, это связано с необходимостью поместить работу глобальной медиакорпорации на одном домене), но форма заполнения жалобы достаточно проста и понятна, кроме того, имеется возможность пожаловаться тремя различными способами. Однако редкое признание Би-Би-Си своих ошибок и отсутствие извинений за них, придает сервису "BBC Complaints" оправдательный характер, смысл существования которого в том, чтобы создать видимость открытости в отношениях с аудиторией.

Выводы

Таким образом, в результате проведенного исследования, предметом которого являлась практическая реализация принципов независимости и подотчетности в деятельности Би-Би-Си в настоящее время, мы пришли к выводу о том, что вышеперечисленные принципы независимости и подотчетности соблюдаются в деятельности Би-Би-Си не в полном объеме.

¹ Horrible Histories: Brexit film, 2020. BBC Complaints. Available at: <https://www.bbc.co.uk/contact/complaint/horriblehistoriesbrexit> (accessed: 09 January 2021)

² BBC public complaints responses 2014. BBC Complaints. Available at: <https://www.bbc.co.uk/contact/sites/default/files/2019-05/BBC%20public%20complaints%20responses%202014.pdf> (accessed: 09 January 2021)

Рамки принципа редакционной и экономической независимости, установленного редакционными правилами, размываются посредством демонстрации в контенте коммерческого и общественного вещания отсылок на продукцию официальных партнёров Би-Би-Си, так называемого Product placement, лишь иногда являющегося художественной необходимостью, призванной отражать реальную действительность.

Подотчетность перед своей аудиторией заключается в публикации отчетов о своей деятельности, однако огромное количество документов разнообразной тематики с большим объемом информации приводит нас к парадоксу прозрачности – чем больше отчетов и анализов предоставляет Корпорация, тем проще ввести аудиторию в заблуждение и скрыть информацию.

С другой стороны, подотчетность Корпорации предполагает прямую работу с аудиторией, в Editorial Guidelines дифференцированную как работа с жалобами. Нормы подотчетности заключаются в уважительном обращении с запросами аудитории, решении возникающих проблем и признании ошибок, однако тоже соблюдаются не в полном объеме: все поступившие жалобы на контент Би-Би-Си действительно обрабатываются, однако в случаях «сложного контента» Корпорация не признает ошибок, а только объясняет свои действия. Отчетов, обобщающих и анализирующих проделанную с жалобами работу или хотя бы содержащих в себе ссылки на конкретные жалобы, Би-Би-Си не предоставляет, что придает всей схеме работы с аудиторией оправдательный характер, создающий только видимость открытости.

Полученные результаты исследования вносят вклад в развитие теории международной журналистики и общественного вещания и могут быть основой для новых исследований в области изучения транснациональных и общественных средств массовой информации.

Список источников

1. Артемов В.Л., Семенов В.С. 1978. Би-би-си. История, аппарат, методы радиопропаганды. М., Искусство, 256 с.
2. Вартанова Е.Л. 2003. Медиаэкономика зарубежных стран. М., Аспект Пресс, 337 с.

Список литературы

1. Григорьева И.В. 2012. Трансформация общественного телевидения в мультимедийной среде: зарубежный опыт. Дис. ... канд. филол. наук. М., 185 с.
2. Дечева С.В., Ильина К.А. 2017. Звучащее своеобразие новостных программ ВВС: традиции и инновации. Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология, 23 (2): 106-111. DOI 10.18287/2542-0445-2017-23-2-106-111
3. Любимов Б.И. 2008. Британская модель вещания в конце XX — начале XXI вв. Медиаскоп, 1. URL: <http://www.mediascope.ru/британская-модель-вещания-в-конце-xx—начале-xxi-вв> (дата обращения: 17 января 2021).
4. Максимова Т.И. 2016. Структура и содержание программ телеканала BBC World News. В кн.: Достижения современной науки. XIII Международная научно-практическая конференция г. Москва, 1 июля 2016 года. М., Издательство «Олимп»: 479–483.
5. Максимова Т.И. 2020а. Практическая реализация принципов беспристрастности и службы общественным интересам в медийной деятельности британской вещательной корпорации. Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 39 (3): 345–355. DOI 10.18413/2712-7451-2020-39-3-345-355
6. Максимова Т.И. 2020б. Реализация принципа подотчетности общественного вещания в коммуникативных практиках Би-Би-Си. Современный дискурс-анализ. Дискурсные практики в кинематографе и масс-медиа. Вып. 25. URL: <http://www.discourseanalysis.org/ada25/st282.shtml> (дата обращения: 02 июня 2020).



7. Орешкина Н. 2004. Би-би-си между политизацией и коммерциализацией. Меди@льманах, 7(4-5): 34–48. URL: http://mediaalmanah.ru/files/2004/2004_4-5_0.pdf (дата обращения: 12 января 2021).
8. Покровская С.И. 2010. Жанр минисериала Би-би-си в условиях коммерциализации телевидения Великобритании. Дис. ... канд. филол. наук. М., 213 с.
9. Шампорова Ю.С. 2016. Тенденции в развитии общественного телерадиовещателя Би-би-си в период перехода на цифровое распространение программ (2006–2014 гг.). Дис. ... канд. филол. наук. М., 206 с.
10. Якунин С.А. 2019. Лингвистические средства ведения информационной войны. Политическая лингвистика, 3 (75): 77–82. DOI 10.26170/pl19-03-09
11. Aitken R. 2008. Can We Trust the BBC? United Kingdom, Published by Bloomsbury Publishing PLC, 256 p.
12. Allan S. 2010. News Culture. Issues in Cultural and Media Studies. Maidenhead, McGraw Hill - Open University Press, 311 p.
13. Curran J., Seaton J. 2009. Power Without Responsibility: Press, Broad-casting and the Internet in Britain. Routledge, 448 p.
14. Jakubowicz K. 2011. Media revolution in Europe: ahead of the curve. Strasbourg, Council of Europe Publishing, 609 p.

References

1. Grigor'eva I.V. 2012. Transformatsiya obshchestvennogo televideniya v mul'timediynoy srede: zarubezhnyy opyt [Transformation of Public Television in the Multimedia Environment: Foreign Experience]. Dis. ... Cand. philol sciences. M., 185 p.
2. Decheva S.V., П'ина К.А. 2017. Zvuchashchee svoeobrazie novostnykh programm BBC: traditsii i innovatsii [The Sounding Identity of BBC News: Tradition and Innovation]. Vestnik Vestnik of Samara University. History, Pedagogics, Philology, 23 (2): 106-111. DOI 10.18287/2542-0445-2017-23-2-106-111
3. Lyubimov B.I. 2008. Britanskaya model' veshchaniya v kontse XX – nachale XXI vv [British Broadcasting Model in the Late XX – Early XXI Centuries]. Mediascope, 1. Available at: <http://www.mediascope.ru/британская-модель-вещания-в-конце-xx—начале-xxi-вв> (accessed: 17.01. 2021).
4. Maksimova T.I. 2016. Struktura i sodержanie programm telekanala BBC World News [The structure and content of the programs of the BBC World News]. In: Dostizheniya sovremennoy nauki [Achievements of modern science]. XIII International Scientific and Practical Conference Moscow, July 1, 2016. M., Publ. Olimp: 479–483.
5. Maksimova T.I. 2020. Practical implementation of the principles of impartiality and public interest in the media activities of the British Broadcasting Corporation. Issues in Journalism, Education, Linguistics, 39 (3): 345–355 (in Russian). DOI10.18413/2712-7451-2020-39-3-345-355
6. Maksimova T.I. 2020b. Realizatsiya printsipa podotchetnosti obshchestvennogo veshchaniya v kommunikativnykh praktikakh Bi-Bi-Si [Implementation of the principle of accountability of public service broadcasting in the communication practices of the BBC]. Sovremennyy diskurs-analiz. Diskursnye praktiki v kinematografe i mass-media [Discourse practices in cinematography and mass media.]. Iss. 25. Available at: <http://www.discourseanalysis.org/ada25/st282.shtml> (accessed: 02.06. 2020).
7. Oreshkina N. 2004. Bi-bi-si mezhdru politizatsiey i kommertsializatsiey [BBC between politicization and commercialization]. Medi@lmanah, 7 (4-5): 34–48. Available at: http://mediaalmanah.ru/files/2004/2004_4-5_0.pdf (accessed: 12.01.2021).
8. Pokrovskaya S.I. 2010. Zhanr miniseriala Bi-bi-si v usloviyakh kommertsializatsii televideniya Velikobritanii [The Genre of the BBC Miniseries in the Context of UK Television Commercialization]. Dis. ... Cand. philol. sciences. M., 213 p.
9. Shamporova Yu.S. 2016. Tendentsii v razvitiy obshchestvennogo teleradioveshchatelya Bi-bi-si v period perekhoda na tsifrovoe rasprostranenie programm (2006–2014 gg.) [Trends in the Development of the BBC Public Broadcaster during the Digital Transition of Programs (2006–2014)]. Dis. ... Cand. philol. sciences. M., 206 p.
10. Yakunin S.A. 2019. Lingvisticheskie sredstva vedeniya informatsionnoy voyny [Linguistic Means of Information Warfare]. Politicheskaya lingvistika, 3 (75): 77-82. DOI 10.26170/pl19-03-09



11. Aitken R. 2008. Can We Trust the BBC? United Kingdom, Published by Bloomsbury Publishing PLC, 256 p.
12. Allan S. 2010. News Culture. Issues in Cultural and Media Studies. Maidenhead, McGraw Hill - Open University Press, 311 p.
13. Curran J., Seaton J. 2009. Power Without Responsibility: Press, Broad-casting and the Internet in Britain. Routledge, 448 p.
14. Jakubowicz K. 2011. Media revolution in Europe: ahead of the curve. Strasbourg, Council of Europe Publishing, 609 p.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Максимова Татьяна Игоревна, ассистент кафедры журналистики института общественных наук и массовых коммуникаций Белгородского государственного национального исследовательского университета, г. Белгород, Россия

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Tatyana I. Maksimova, Assistant of the Department of Journalism, Institute of Social Sciences and Mass Communications, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia