Журнал правовых и экономических исследований, 2014, 2: 200–202
© Д.Г. Михеева, В.А. Мордовец, 2014

УДК 621.396.6:330.131.5

D. Mikheeva, V. Mordovets

ASSESSING ECONOMIC, SOCIAL AND POLITICAL EFFECTIVENESS OF TELEVISION PROJECTS ON LEADING CHANNELS IN RUSSIA

Daria Mikheeva – senior lecturer of the Department of Economics and Organization of Entrepreneurship of St. Petersburg State University of Economics, PhD in Economics, St. Petersburg; **e-mail: darinamiheeva@mail.ru**.
Vitaly Mordovetz - senior lecturer of the Department of General Economic Theory of St. Petersburg State University of Economics, PhD in Economics, St. Petersburg; **e-mail: vitalymordovets@gmail.com**.

Regarding the topic in question we make a conclusion that a staged realization is one of the main characteristics of television projects. The orientation and correlation of stages depend on the type of the project, its mission and contents. For reasons given, the first principle of assessing the effectiveness of TV projects suggested by us is the principle of assessing effectiveness taking into consideration the realization at various stages. As a show business project is characterized by different types of effects we look at the principle of concordance of economic, political and social aspects of TV projects realization. One more equally important principle is the principle of conformity with the channel orientation. Considering a TV project as a social and cultural project we reveal a group of principles of social and cultural projection (mainly of technological character). On the basis of the classification given social indicators are formed reflecting social and ideological orientation of television and show business projects.
Keywords: *television project; show business; social and cultural project; assessment principles; effectiveness.*

Д.Г. Михеева, В.А. Мордовец

ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ, СОЦИАЛЬНОЙ И ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТЕЛЕПРОЕКТОВ НА ОСНОВНЫХ КАНАЛАХ ВЕЩАНИЯ РОССИИ

Дария Георгиевна Михеева – доцент кафедры экономики и организации предпринимательства ФГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург; **e-mail: darinamiheeva@mail.ru**.
Виталий Анатольевич Мордовец – доцент кафедры общей экономической теории ФГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, г. Санкт-Петербург; **e-mail: vitalymordovets@gmail.com**.

Раскрывая заявленную тему, авторы отметили, что одной из основных характеристик телепроектов является поэтапная реализация. Направления и взаимосвязь этапов зависят от цели, миссии телепроекта, от его содержания. На основании этого первым принципом оценки эффективности телепроектов, который отметили авторы, является принцип оценки эффективности с учетом реализации на различных этапах. Так как проекты шоу-бизнеса характеризуются различными видами эффектов, авторами рассмотрен принцип согласования экономических, политических, социальных аспектов реализации телепроектов. Следующий, не менее важный принцип, – принцип соответствия направлению канала. Рассматривая телепроект как социокультурный проект, авторы выделили группу принципов социокультурного проектирования. Авторами также обозначены более частные принципы социокультурного проектирования (в основном, технологического характера). На основании приведённой классификации формируются социальные показатели, отражающие социально-идеологическую направленность телевизионных проектов, проектов шоу-бизнеса.

Ключевые слова: *телепроект; шоу-бизнес; социокультурный проект; принципы оценки; эффективность.*

Рост коммерческого телевещания, коммерциализация телепроектов привели к росту числа независимых телепродюсеров и продюсерских центров, которые занимаются, наряду с собственным производством, закупкой и размещением на каналах различных телепродуктов, то есть перепродажей телепроектов. Одним из направлений коммерческой деятельности, включающим различные жанры искусства, является шоу-бизнес.

Разработка проекта шоу-бизнеса подразделяется на этапы и направления, взаимосвязь которых зависит от цели, миссии проекта, от его содержания. На основании этого отметим первый принцип оценки эффективности телепроектов, который заключается в оценке эффективности с учетом реализации на различных этапах.

Проект шоу-бизнеса характеризуется социальным, экономическим и политическим эффектами. Социальный эффект представляет собой соответствующий социальный результат, выраженный во взаимодействии проекта и социума, развитии различных направлений искусства. В этой связи проекты шоу-бизнеса приобретают ответственность за создаваемый продукт и за социальный эффект. Социальная эффективность определяет соответствие затрат и социальных результатов проекта.

Экономическая эффективность – это соотношение между результатами от реализации проекта шоу-бизнеса и затратами живого и овеществленного труда, ресурсами. Основным показателем экономической эффективности является рентабельность, которая отражает степень использования всех видов ресурсов, необходимых для реализации проекта шоу-бизнеса.

В процессе реализации проектов шоу-бизнеса также возникает политический эффект. В.П. Макаренко характеризует его как «политическую опасность» [1], поскольку даже простой репортаж, изложение записанных фактов подразумевает стоящее за ним социальное конструирование реальности. Оно может производить эффект политической мобилизации (или демобилизации).

Следовательно, проекты шоу-бизнеса способны воздействовать на социальную и политическую жизнь общества [1]. Таким образом, авторы выделяют такой принцип оценки эффективности телепроектов, как принцип согласования экономических, политических, социальных аспектов реализации проектов.

Следующий, не менее важный принцип в этом перечне, – принцип соответствия направлению канала. Данный принцип рассмотрим на основе следующих классификаций. По охвату аудитории телевизионные каналы могут быть международными, то есть охватывающими несколько стран. Примерами таких каналов могут быть Euronews, Fox BBC, и т.д. Основной категорией в этом перечне будут являться национальные каналы, такие как Первый канал, Россия, НТВ и другие. По целевому назначению телеканалы можно поделить в соответствии с теми функциями, которые они осуществляют: культурно-просветительские, информационные телеканалы; образовательные телеканалы; научно-популярные телеканалы; рекламные.

В известном издании «Телевизионная журналистика» А.Я. Юровский рассматривает различные признаки и выделяет наиболее часто встречающиеся виды телеканалов, в соответствии с каждым из признаков [3].

По источникам финансирования каналы вещания РФ делятся на бюджетные (государственные), оплачиваемые за счет абонентской платы, каналы общественных организаций, которые существуют за счет средств фондов; коммерческие каналы, а также каналы, используемые для продвижения политических партий и общественных течений [3].

Рассматривая телепроект как социокультурный проект, можно выделить группу принципов социокультурного проектирования. Социокультурный проект представляет собой систему действий для формирования некого социокультурного результата. Так как результатом реализа-

ции проектов шоу-бизнеса является формирование социокультурного результата, выраженного как создание, развитие, поддержание культурного направления, организации культурно-досуговой деятельности целевой аудитории, то принципы социокультурного проектирования применимы и при оценке эффективности телепроектов.

Принципы социокультурного проектирования выполняют двойную функцию: во-первых, они определяют мировоззрение проектировщика, а также стиль и нравственную интонацию разрабатываемых им концепций, проектов, программ, инициатив. Во-вторых, эти принципы составляют теоретическую основу технологии социокультурного проектирования [2].

К числу ведущих принципов социокультурного проектирования относятся следующие: принцип критичности, рассматривающий «критический порог модификации» как один из методов построения модели личности; принцип создания реальной «зоны ближайшего развития» личности; принцип уникальности результатов социокультурного проектирования; принцип оптимальности суждений о личностном восприятии; принцип субъектной и целевой ориентации на проблемы социума и личности.

Более частными принципами социокультурного проектирования (в основном технологического характера) являются:

- принцип соответствия модификаций проекта психофизическим, экономическим аспектам развития целевой аудитории, т.е. один и тот же проект может быть потребляем разными слоями населения, а его изменения могут оттолкнуть или привлечь новые аудиторные группы;

- принцип целесообразности реализации проекта, то есть у проекта должна быть цель, задачи, обусловленные социально-культурными предпосылками (в данном контексте следует различать культурную, социальную и экономическую целесообразность);

- принцип экономической целесообразности предполагает наличие положительного экономического эффекта;

- принцип комплексности, предполагающий рассмотрение проекта как комплекса рычагов, влияющих на формирование, изменение социально-культурного уровня целевой аудитории;

- принцип реалистичности, предполагающий использование данных, приближенных к реальности; данный принцип не допускает использование в СМИ неправдоподобных суждений, фактов, метафор (скрытых сравнений) [2].

На основании данной классификации формируются социальные показатели, отражающие социально-идеологическую направленность телевизионных проектов, проектов шоу-бизнеса. Выделим следующие методы и соответствующие показатели: охват целевой аудитории телепроекта; активность средств массовой информации; популярность продукта шоу-бизнеса среди представителей целевой и нецелевой аудитории; соответствие общего характера настроения аудитории заданным целям и задачам проекта.

Таковы основные принципы и методы оценки эффективности телепроектов. Они отражают различные стороны проектов шоу-бизнеса на каналах телевещания, их проявление в социальном, политическом, экономическом аспектах развития общества. Это связано с тем, что эффект от реализации проектов шоу-бизнеса характеризуется как некий социокультурный результат, который формируется за счет взаимодействия политического, социального, экономического эффектов от реализации телепроектов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Макаренко В.П.* Воспроизводство бездарей и телегробы // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия / Санкт-Петербургское философское общество. СПб., 2008. С. 54–70.

2. *Новикова Г.Н.* Социокультурные концепции управления в арт-менеджменте // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2005. № 2.

3. *Юровский А.Я., Борецкий Р.А.* Основы телевизионной журналистики. М.: Изд-во МГУ, 1966. 336 с.