Ответы для экзамена по Телевизионной культуре

## Тематическая и жанровая структура современной телеинформации. Сравнительный анализ информационных программ базового приема

В условиях глобального общества резко возрастает спрос на информацию. Ценность для потребителя приобретает знание всего информационного контекста. Зритель сегодня желает иметь возможность получать отвечающий его интересам телепродукт в режиме "он-лайн" в любую удобную для него минуту.

В последние десятилетия у отечественной аудитории назрела потребность в общенациональном по своему контенту канале, рассказывающем россиянам о жизни России.

Период с 2000 по 2007 гг. ознаменован процессом создания новых СМИ и качественного обновления существующих. Создание первого круглосуточного информационного канала, подготовленное внутренней реформой подразделений ВГТРК, стало началом нового этапа развития новостного телевещания в России.

Российский информационный канал "Вести", появившийся на базе ВГТРК, стал не только первым круглосуточным информационным каналом в нашей стране, но, по сути, это и есть первая попытка реализации в России нового формата информационного вещания.

Слово "формат" (лат. "formatum" - размер, величина, образ). Применительно к эфирному вещанию понятие "формат" возникло в США в начале 70-х как характеристика радиоэфира и обозначало комплект музыкальных номеров, гарантированно отвечающих вкусам той или иной социальной группы.

В отношении телевидения: формат программы, отдельного сообщения (набор присущих данному продукту характеристик), формат телеканала в целом, т.е. формат вещания.

"Формат информационного вещания - критерии отбора информационных сообщений для новостных программ и стиль подачи информации (иногда зафиксированный в специальном внутреннем документе компании - "Книге стиля"), призванные удовлетворить вкусовые предпочтения определенной целевой аудитории, достигаемые и поддерживаемые за счет внутреннего стандарта СМИ, установленного на основе правил, норм, традиций редакционной политики".

Новые тенденции, в связи с которыми меняется отечественный телерынок:

усиление государственного ТВ (оно имеет больше ресурсов и возможностей);

появление интереса телеаудитории к жизни российских регионов;

местное, локальное телевидение за последние годы получило популярность у телезрителей и начало развиваться;

всё больше зрителей смотрит ТВ ради информации, а не других жанров;

развитие бизнеса и рынка в России приводит к более внимательному отслеживанию новостей;

растет потребность получать информацию в режиме реального времени или максимально приближенном к этому режиму, причем - постоянно и круглосуточно;

влияние глобализации на привычки медиапотребления;

почти полная замена аналитических программ информационными.

Жанры информационной публицистики

Заметка (сообщение, видеосюжет) - сценарный (авторский) и официальный

Отчет (прямая трансляция)

Выступление (монолог)

Интервью (Вопросы: контактные, адресные (узнать биографию), программные (по теме разговор), экранные (ответ): и-мнение, и-факт, анкета, протокольное, портретное, проблемное, информационное.

Репортаж: прямой и фиксированный, синхронный и немой, событийный и тематический и постановочный.

Жанры аналитической публицистики

Комментарий (от лат - толкование - 1 из форм оперативного аналитического материала, разъясняющего смысл актуального общ.-полит., документа, события и т.п. Используется закадровый комментарий, иллюстрируемый спец. подобранными видеокадрами. Основу комментария как жанра сост. Открытая авторская оцена, анализ).

Обозрение (фактология, вз\связь, относительно широко, ограничен хроникальными рамками или темой), ("Сегодня в мире"). А - общее обозрение - "Итоги", "Международная панорама". В - тематическое (экономики, искусства, спорта): "Футбольное обозрение", "Моё кино")

Беседа (специф. жанр аналит. публиц., представляющий собой диалогическую ф. общения. Ж-ст в ней - участник и орг-тор беседы. Следит, чтобы все гости имели возможность высказаться).

Дискуссия (от лат - исследование, обсуждение - столкновение различн. мнений. Включает телеаудиторию в процесс исследования. Познавательный потенциал жанра. Предмет д. б. социальнозначимым, общеинтересным).

Ток-шоу (англ. - разговорн. зрелище) сочетакт признаки интервью, дискуссии, игры, концентрируются вокруг личности ведущего.

(Дебаты)

Пресс-конференция (разновидность интервью с большим числом респондентов, зад. вопросы одним или неск. хорошо осведомлённым лицам в какой-либо области).

Корреспонденция ("передача") (анал. жанр, разрабатывающий на конкр. м-ле актуальную проблему, взятую в достаточно ограниченном масштабе (ТВ-расследование, ТВ-корреспонденция экранный эквивалент газетной проблемной статьи)

## Жанры художественной публицистики

Очерк (погран. жанр м\у исследованием и рассказом):

Портретный и путевой

Зарисовка

Эссе

Сатирические жанры: фельетон (куклы НТВ), памфлет (цель - конкретное, преимуществ. гражданское соц.-политическое обличение)

Передача, программа

Документальный телефильм

Сериал

Телевидение и общество. Социальные функции ТВ.

Телевидение сегодня - продукт ежедневного потребления.

ВЦИОМ (опрос июнь 2006): "Как часто вы смотрите телевизор?" Каждый день 72%, 3-4 раза в неделю 14%, один-два раза в неделю 6%, еще реже 4%.

Чем старше россиянин, тем активнее он смотрит телевизор. В самой старшей возрастной группе 60 лет и старше - 77% опрошенных каждый день смотрят телевидение. В самой молодой возрастной группе от 18 до 24 лет - 69%.

Обязательный телепаек: в будний день 35% россиян смотрят от 3 до 4 часов, около 30% смотрят час-два, есть и откровенно телезависимые люди - те, кто смотрит 5-6 (15%), или даже 7-8 часов (9%). То есть, с утра включил и все.

И лишь 9% опрошенных россиян сказали, что они смотрят телевизор меньше часа в день.

"Если по какой-то причине у вас не будет больше возможности смотреть телевизор всю оставшуюся жизнь, то что бы скорее всего вы почувствовали?": горькое сожаление, ощущение невосполнимой потери 21%.51%, больше половины, говорят, что их посетил бы дискомфорт, ощущение нехватки чего-то привычного. И только 21% сказали, что "мне было бы все равно".

"Согласны ли вы с тем, что количество информационных аналитических программ на телевидении следует сократить, а больше уделять внимание показу кинофильмов, концертов, других развлекательных программ?": 40% опрошенных согласились бы с таким изменением, 49% опрошенных нет.

Россиянам предложили проранжировать, какие из 15 жанров вызывают наибольший интерес (опрос апрель 2004 и июнь 2006): 60% называют информационно-новостные программы, отечественные и зарубежные художественные фильмы 37% и 40%, развлекательные программы - концерты поп-музыки, юмористические программы и т.д.32% и 34%, телесериалы - 24% и 25%, документальное кино - 14% и 17%, передачи о товарах и услугах, полезные советы - 6% и 9%, военно-патриотические программы - 10% и 6%.

"Каким программам на телевидении, каким телепередачам, каким жанрам следует уделять больше внимания?": теряющие рейтинг жанры - информационные и новостные программы - 37% и 31%. образовательные программы - 28% и 23%. военно-патриотическим программы - 17% и 12%, развлечение: концерты поп-музыки, юмор и т.д. - 16% и 13%; добавившие рейтинг жанры - детские программы - 20% и 24%, о природе и животных - 10% и 17%, документальное кино - 11% и 14%, ток-шоу на житейские темы - 6% и 10%, передачи о товарах и услугах, полезные советы - 5% и 7%.

Телевидение сегодня - социальный институт, самое массовое средство коммуникации, инструмент реального взаимодействия и воздействия. Пока ТВ остается системным, организованным сообществом с достаточно выраженной так называемой "авторской" составляющей (в отличие от набирающего силу Интернет-сообщества) и с определенной противопоставленностью аудитории, выступающей в роли во многом пассивного потребителя телевизионного продукта.

Связь телевидения (и в частности - тележурналистики) с обществом осуществляется в политическом, экономическом и культурном аспектах. Эта связь находит выражение в функциональной специфике телевидения как СМИ.

В реализации функций ТВ в разной степени задействован собственно журналистский труд, однако практически каждый вид телевизионного продукта включает в себя журналистскую составляющую (от отбора актуального материала до прямого контакта с ТВ-аудиторией).

Многие эксперты говорят о мировоззренческой функции телевидения, о том, что ТВ является фактором культурологической ценности, национальной целостности, местом воспроизводства языка.

Исследователи выделяют 7 функций телевидения в современном обществе: информационную, интегративную, социально-педагогическую или управленческую, организаторскую, культурно-просветительскую, образовательную и рекреативную.

[**Информационная функция**](http://www.evartist.narod.ru/text1/10.htm#%D0%B7_02) - удовлетворение собственно информационной потребности (в узком и конкретном смысле слова "информация"): регулярное и оперативное получение людьми экономической, политической, социальной и культурной информации.

Информационные программы - опорные точки сетки вещания любой телекомпании (остальные передачи располагаются в интервалах между выпусками новостей).

Телеинформация делает акцент на событиях, отклоняющихся от нормы: вооруженных конфликтах, катастрофах, природных катаклизмах и т.п. Известно, что для любой системы важна информация именно об отклонениях от нормы. Теленовости "индикатором", "болевым ощущением" социума. Информирование в этом смысле не может быть подменено агитацией.

Общемировая практика постоянно ищет необходимую тональность для сообщений о катастрофах и войнах, чтобы у зрителей не оставалось настроения подавленности и безысходности. Роль телевизионных новостей в формировании школьной агрессии по типу "моральной паники":

Донна Киллинбек

Восточный Университет штата Мичиган

Оперативное освещение новостных событий требует трех условий: профессионализма сотрудников, технической оснащенности телекомпании и высокого уровня организованности.

[**Интегративная функция**](http://www.evartist.narod.ru/text1/10.htm#%D0%B7_04) - телевидение (как всякое СМИ) консолидирует общество через создание единого информационного пространства.

Доминантой ТВ должно быть, с одной стороны, усиление установок на общечеловеческие, общенациональные и др. системы ценностей, с другой - противодействие деструктивным в отношении общества тенденциям.

Определенная общность людей складывается уже из того факта, что некое количество людей сознательно смотрит ту или иную программу. Однако решение интегративных задач усложняется неоднородностью зрительской аудитории в национальном, конфессиональном, социальном, возрастном и пр. отношении.

[**Социально-педагогическая или управленческая функция**](http://www.evartist.narod.ru/text1/10.htm#%D0%B7_05) - прямое вовлечение телевизионного СМИ в определенную систему воздействия на население; использование ТВ в качестве инструмента такого воздействия.

Степень этой вовлеченности и мера воздействия ТВ на аудиторию зависят от системы, в которой действует данное телевизионное СМИ, от тех, кто этим СМИ управляет. Им могут управлять партийные, финансово-олигархические, региональные и т.п. группировки, отдельные личности и само государство.

ТВ в рамках этой функции пропагандирует определенный образ жизни с соответствующим набором политических, моральных и духовных ценностей.

В демократических государствах беспристрастность и независимость телевидения небеспредельны: в значительной части своих программ ТВ служит проводником государственной политики (так, лозунгом Би-Би-Си, например, являются слова: "Сообщать. Поучать. Развлекать"). Но в факте сотрудничества телевидения с государством нет ничего аморального, если не аморально это государство.

[Организаторская функция](http://www.evartist.narod.ru/text1/10.htm#%D0%B7_06) - возникает в том случае, когда телевидение само становится инициатором той или иной общественной акции. Эту функцию следует четко отличать ее от функции управленческой, где телевидение служит инструментом.

Примером осуществления этой функции могут быть многочасовые телемарафоны с благотворительными целями.

[**Культурно-просветительская функция**](http://www.evartist.narod.ru/text1/10.htm#%D0%B7_03) - рассматривается в двух аспектах.

В узком смысле - приобщение аудитории к искусству посредством трансляции культурных мероприятий: спектаклей, концертов, кино - и телефильмов.

Отмечая "неполноценность" такого знакомства с искусством, следует признать, что для огромного множества людей это едва ли не единственная возможность познакомиться с теми или иными произведениями и деятелями искусства.

В широком смысле - приобщение человека к культуре вообще. Телепередача демонстрирует зрителю участников событий, ведущих, их стиль общения, степень грамотности и т.д., что влияет на зрительские установки.

Появление множества телеканалов разного уровня породило обилие малокультурных и недостаточно грамотных ведущих, что вызывает тревогу критиков и общественности в целом.

[**Образовательная функция**](http://www.evartist.narod.ru/text1/10.htm#%D0%B7_07) - удовлетворение собственно образовательных потребностей (в узком и конкретном смысле слова "образование"): трансляция учебных циклов в помощь людям, получающим то или иное образование (например, дидактические передачи для изучающих языки, для поступающих в вузы и т.д.).

Данная функция практически не имеет отношения к собственно журналистике. Однако имеет отношение к специфике телевизионной передачи как сочетания технических и художественных средств выражения определенного содержания.

[**Рекреативная функция**](http://www.evartist.narod.ru/text1/10.htm#%D0%B7_08) - также мало связана с журналистикой (рекреация - отдых, расслабление, восстановление сил).

Журналисты могут принимать участие в создании развлекательных программ рекреативной направленности в качестве редакторов, ведущих.

Телевидение есть не только средство массовой информации, но и определённое развлечение, и явление, направленное на сопровождение человеческого досуга. Уже через месяц после начала в России (в СССР) регулярных студийных передач телевидения со звуковым сопровождением - 16 декабря 1934 года из московского радиотехнического узла с помощью нового оборудования прямого видения была проведена первая в СССР передача со звуком - телевизионный эстрадный концерт, который длился 25 минут. Следовательно, телевидение создавалось и как концентрация развлекающего начала.

## Изобразительно-выразительные средства экрана

Телевидение - это, в первую очередь, рассказ картинками.

Телевидение - не только СМИ, но и вид творчества. Специфический художественный язык каждого вида творчества - это совокупность технических приемов и изобразительно-выразительных средств, с помощью которых творец воплощает свой замысел.

Телевидение и кино, будучи экранными средствами выражения, обладают общим в основе своей языком.

Известно, что язык экрана создан кинематографом. Но кино стало подлинным искусством только после того, когда были познаны возможности монтажа как выразительного средства.

Основы образности кино были заложены американским режиссером и сценаристом Дэвидом Гриффитом. В фильмах "Рождение нации" (1915), Нетерпимость" (1916), "Сломанные побеги" (1919) и других Гриффит, спираясь на технические открытия своих предшественников, блестяще продемонстрировал возможности монтажа. Окончательное осмысление монтажа, превращение его в творческий процесс - заслуга отечественных кинематографистов, прежде всего великого художника и мыслителя Сергея Эйзенштейна. Существенный вклад в развитие теории и практики монтажа внесли Л. Кулешов, Вс. Пудовкин, Д. Вертов, А. Довженко, Юткевич, М. Ромм - выдающиеся мастера киноискусства.

ТВ: язык - не нужно описывать детали, легкий и простой язык (диалог), общеупотребительная лексика, и главное видео: те же функции + информационная. Средства: планы, ракурс, наезды, панорама, монтаж. Компьютерные спецэффекты.

Группы выразительных средств:

формообразующие (элементы - форма, жанр, композиционные акценты)

стилеобразующие (мобильная группа, число средств может меняться от выбора журналистов, формирует стиль программы, индивидуальные особенности психики и манеры изложения материала журналистом).

Пресс-конференция "Роль российского телевидения в жизни общества. Реформы и перспективы".27 сентября 2006 г.

Екатерина Курбангалеева, генеральный директор "PRофи-групп":

В июле-августе 2006 силами нашей компании было проведено экспертное исследование. Участники исследования - руководители телеканалов, заместители руководителей каналов и первые лица телекомпаний. То есть вещатели и те, кто производит телевизионный продукт. Наша основная задача была: собрать экспертные оценки, их систематизировать, обобщить. Поэтому все выводы, о которых я сегодня буду говорить, это исключительно обобщение мнений экспертов. Если телевидение - это зеркало, то наша задача была отзеркалить это самое зеркало и показать телевизионщикам то коллективное мнение, что, собственно, думают те, кто делает это самое телевидение. Итак, ретроспективно посмотрим, что произошло в сезоне 2005-2006, из событий. Безусловно, среди наиболее ярких событий эксперты выделили - это запуск двух круглосуточных информационных телеканалов - "Раше тудей" и "Вести-24". Один ориентирован на иновещание, другой на внутреннюю аудиторию. Принят федеральный закон "О рекламе", осуществлен ряд мероприятий в контексте перехода на цифровое телевидение. Поскольку мы с экспертами задевали эту проблему по касательной, то и останавливаться здесь не имеет смысла.

Закончился процесс обновления руководства на основных каналах. С "Рен ТВ" ушел последний собственник и все эксперты говорят о том, что с уходом Ирэны Лесневской закончилась целая эпоха. Канал СТС продолжает демонстрировать впечатляющие успехи. В прошлом году он разместился на американской фондовой бирже. Это второе событие вообще для медиа-компаний после РБК. И впервые какая-либо медиакомпания разместила именно российские активы, потому что раньше выходили через американские ценные бумаги. Наконец, произошло еще два примечательных события. В сентябре 2006 года, то есть, вот совсем недавно, можно считать началом конца монополии "Видео интернэшнл". Как вы знаете, "Рен ТВ" отказался от услуг "Видео интернэшнл" и заключил договор с "Алькасаром". И две общероссийские телекомпании на границе сезонов - ТВЦ и "Рен ТВ" - провели ребрендинг и изменили позиционирование.

К числу ярких и важных тенденций телевизионного сезона эксперты отнесли взлет документального жанра. В общем, он изначально не прогнозировался и для многих это было неожиданностью, но, тем не менее, все подчеркивают это. Дальше - тенденция, которая тревожит - это коммерциализация телевидения и резкое пожелтение голубого экрана. И возрождение дискуссии о необходимости общественного телевидения. Теперь обо всем по порядку.

Мое выступление будет построено из трех таких частей. Первое - мы будем характеризовать телевидение с точки зрения формы, затем коротко остановимся на аудиториях и характеристике каналов, как их видят эксперты. И, затем, - содержательная сторона телевидения, которая вызывает самую большую критику со стороны экспертов. Что же произошло в жанрах? Когда мы задавали вопрос экспертам, мы не говорили о конкретных проектах, потому что на эту тему написано очень много, мы говорили именно об изменениях в жанрах. Предложено было экспертам шесть жанров - это такое условное разделение, но оно было принято экспертным сообществом. Значит, документальное кино - безусловно, это взлет. Лидером документального кино названа документальная линейка на Первом канале. Команда, которая работает на Первом, признана ведущей и, соответственно, лучшим проектом, масштабным, беспрецедентным, который, кстати, не отражает документальное телевидение России, признана "Битва за космос". Что касается кинофильмов и телесериалов, здесь ситуация не настолько однозначна. Это такой мультижанр, эксперты разделили их на три: кинофильмы, многосерийные фильмы или так называемые драма-серии, и сериалы. Во-первых, отечественный телезритель - это подчеркнули все эксперты - предпочитает потреблять отечественное же игровое кино. На игровое кино существует огромный спрос. Этот год показал, что по количеству производимых сериалов мы обогнали даже Америку и находимся в тройке лидеров по производству сериалов. С кинофильмами и многосерийными фильмами - все говорят о том, что да, укрепляется бренд отечественного кино, но он слишком хрупкий. И появляется огромное количество некачественных продуктов, примитивных, которые могут этот хрупкий бренд разбить. В условиях, когда зритель пошел в кино и сел к телевизору, этого зрителя можно разочаровать. Здесь написаны, соответственно, лучшие проекты сезона и неудачи сезона.

Что касается ток-шоу и развлекательного телевидения. Этот жанр находится на переломе. Можно констатировать, что все старые бренды отмирают, все они показывают, что объемы аудитории у них сокращаются, рейтинги у них падают и появляются новые в этом большом жанре форматы, на которые публика идет, на которые идет аудитория. Прежде всего, конечно, это те же самые "Танцы на льду" выделены были, "Судите сами". То есть, такие нестандартные форматы. В неудачах выделена программа "Максимум" - сразу могу сказать, что большинство экспертов считают, что программа "Максимум" - это вредно для выживания популяции, это просто цитата. Многие говорят, что эта программа находится за гранью профессии, и она не может быть на телевидении общедоступном. Более того, даже ради того, чтобы эту программу убрали, многие эксперты согласны на цензуру. Только ради того, чтобы этой программы не существовало.

Что касается новостей и аналитики. Как раз в отличие от потребностей той самой аудитории, которую представлял сейчас Валерий Федоров, эксперты считают, что к новостям сейчас интерес угасает - этот жанр переживает либо стагнацию, а то даже и деградацию. Никаких особых изменений не произошло в этом жанре. Это объясняется несколькими причинами - объективными, что ничего не происходит, ситуация в обществе стабилизируется; и субъективными - так называемым "утеплением" новостей, то есть, усилившимся контролем со стороны власти за новостными форматами. Аналитических программ вообще не назвали никаких. К числу неудач можно отнести "Реальную политику", которую, как сказали эксперты, то ли была, то ли не была, никто и не заметит, что она уйдет. Квази-аналитическая, мистифицированная абсолютно программа.

Реалити-шоу мы выделили в отдельный жанр, потому что трудно было его куда-либо поместить. Это жанр-пасынок, жанр-пария, эксперты его не любят, считают, что жанр себя исчерпал. В этом году, если вы заметили, два проекта на Первом канале потерпели фиаско. Основные каналы перестали этим заниматься, этот жанр выводится из сетки и представлен только на канале ТНТ.

И, наконец, детские и образовательные передачи. Здесь эксперты говорят о полном отсутствии таковых. Об этом будет еще сказано Виктором Васильевичем. В общем, эта зияющая пустота очень тревожит экспертов и во многом считается, что именно государство должно подключиться к решению этого вопроса.

Очень коротко о том, чего сегодня не хватает на телевидении. Я думаю, это интересно больше специалистам. Очевидно, что все жанры и форматы сейчас освоены, мировое телевидение сейчас не придумало никаких новых жанров, последним появлением новых форматов это было реалити-шоу и сериалы. Больше ничего мировое телевидение не придумало. Мы все это освоили. Но чего-то не хватает. Конечно, не хватает оригинального отечественного продукта. Безусловно, вы замечаете, что у нас в основном присутствуют купленные форматы на современном телевидении. Оригинальные продукты это "Что? Где? Когда?", "Жди меня", "КВН" - пожалуй, и все. Не хватает детских образовательных научно-популярных программ, не хватает экзотических малоосвоенных, это "докусоуп" (я об этом скажу подробнее), "инфотеймент" - это смесь информации с развлечением. Документалистики в области знаний, аналогичных "Дискавери". В прайм-тайм отсутствуют односерийные художественные фильмы, как отечественные, так и западные. И засилие ежедневных горизонтальных сериалов. Я тоже об этом скажу чуть позже.

Интересная тема была - телевизионное сообщество. Вот здесь как раз есть заголовок "Телевизионное сообщество как множество ТВ-профессионалов". По мнению экспертов, к сожалению, телевизионного сообщества у нас нет. Самая распространенная формулировка была "Террариум единомышленников". В основном, это люди, которые хорошо образованы, обеспечены, достаточно циничные люди. Но борьба за рейтинги, гонка за этими рейтингами, постоянная конкуренция между ними не дает возможности собраться этому сообществу и договориться о правилах игры, о единой системе ценностей. Все хартии, которые подписаны, считается, что они не выполняются. Существующие институты - ТЭФИ и Национальная ассоциация телевещателей тоже, в общем-то, не пользуется авторитетом, и последние проблемы там, связанные с переходом на цифровое вещание, показали, что все эти сообщества не могут отстоять интересы единого сообщества. И потребности в этом объединении нет. Все говорят, что, даже если посадить их за один стол - с одной стороны, это будут молчаливые великаны, с другой стороны, это будут горластые карлики с лужеными глотками. То есть, это будут как политические партии. С одной стороны, есть "Единая Россия", с другой есть маленькие партии. И они ни о чем не договорятся. Поэтому апеллировать к ТВ-сообществу и говорить о том, что есть такой субъект, который может влиять на эфир, бессмысленно. И это для нас очень важно, когда мы будем говорить в дальнейшем о содержательной стороне телевидения.

Тем не менее, коллеги вот таким образом оценивают своих коллег. Было предложено назвать среди руководителей российского телевидения самых профессиональных, самых эффективных. На первом месте Роднянский, на втором месте Эрнст, на третьем - Добродеев, дальше Петренко и Кулистиков. Было неожиданностью, что именно на первое место вышел Роднянский. Но, как вы помните, когда мы начинали с вами говорить, мы говорили о том, что канал СТС демонстрирует потрясающие успехи. Это логично и закономерно.

Ну и, наконец, рейтинг самых успешных руководителей и эффективных телеменеджеров, мы за скобки выводим руководителей каналов. На первом месте Олег Вольнов, заместитель руководителя Первого канала по общественно-политическому вещанию. На втором Александр Акопов - это "Амедиа", производитель, в том числе, проекта "Не родись красивой". На третьем - Владимир Познер. На четвертом - Антон Златопольский, зам ГТРК. Затем Анатолий Максимов - продюсер всех "Дозоров", "Турецкого гамбита", "Охоты на изюбря", а также человек, который покупает и привозит в основном самые рейтинговые фильмы. Дальше идет Прокопенко Игорь - зам "Рен ТВ". Дальше Шумаков Сергей, зам. ГТРК и Фазиев Джохангир, режиссер фильма "Турецкий гамбит", он директор кинопроизводства на Первом канале. Вот такие экспертные оценки выставили своим коллегам телевизионщики. Здесь надо оговориться, как эти рейтинги мы делали. То есть, на самом деле мы просто предлагали экспертам назвать самых профессиональных и самых эффективных менеджеров. Обратите внимание, что тот же Олег Вольнов набрал 9, столько же, сколько и Добродеев. На первый взгляд, это не очень понятные рейтинги, но если мы вспомним, что мы говорили о тенденции - это взлет документального жанра - и о том, что линейка на Первом канале признана лидером и именно команду, которая делает документальную линейку, возглавляет Вольнов, то все становится на свои места.

Мы подробно не останавливались на рынке телевизионной рекламы, но, тем не менее, невозможно было мимо этого пройти и выявилось, что здесь есть проблемы. Конечно, значительная часть опрошенных оценили, что да, закон о рекламе много чего смог урегулировать. Сейчас мы наблюдаем три процесса, здесь указаны два. Прежде всего, пивной прайм-тайм, то есть, у нас сейчас "пивнякам" разрешено размещать свою рекламу после 10 вечера. Вот они полностью сейчас определяют сетку вещания. Не редакция, а именно рекламодатели-пивняки. Был такой пример, как раз на Первом канале. Группа Первого канала делала "Новый день" - интересную программу с огромным массивом документалистики и т.д. Приняли закон о рекламе. "Пивняки" сказали, что аудитория, которая смотрит "Новый день", не наша аудитория, нам она неинтересна, ставьте сериал. Таким образом, рекламодатели влияют на сетку вещания. Конечно, безусловно, запретили размещение рекламы в детских и образовательных передачах. И теперь эксперты все говорят, что да, мы можем закупить, очень есть хорошие фильмы западные, мы можем их привезти сюда. Но мы точно понимаем, что это выброшенные деньги. Такие фильмы стоят не очень дорого - от 300 до полумиллиона. Но мы точно знаем, что это будут выброшенные деньги, потому что мы не сможем отбить этот показ за счет рекламы. Ну и, наконец, рекламные блоки стали меньше, но они стали чаще. И поэтому некоторые программы, которые рассчитаны на содержание, они начинают перебиваться вот этими рекламными вставками.

Теперь мы перешли к блоку характеристики каналов. По меткому выражению одного из экспертов, "выборы и сникерсы определяют ориентацию каналов на ту или иную аудиторию". По большому счету, у нашего ТВ есть два заказчика - это рекламодатели и политика. Соответственно, каналы именно на это и ориентируются. И сейчас мы видим, что в той аудитории, которая смотрит телевидение, происходит два встречных процесса. Во-первых, происходит исход от телевидения - об этом говорит тоже подавляющее число экспертов. Социально-активные, перспективные, платежеспособные люди из телевизионного пространства уходят. Они уходят в интернет, иногда в платное ТВ. С одной стороны, это объясняется объективными вещами. Это происходит во всем мире, как сказал тоже один эксперт, "Смотреть телевизор - занятие глупое", поэтому эти люди делают карьеру, эти люди отдыхают по-другому, у них есть много различных возможностей, как отдохнуть и они уходят с ТВ. Но есть и субъективные вещи. Безусловно, то, что показывается этой группе, их не устраивает.

Как [*сообщает*](http://www.reuters.com/article/internetNews/idUSN3153718820071231) агентство Reuters, сайты MySpace. de, iTunes. de и др. в 2007 году впервые на памяти наблюдателей заставили немцев отвлечься от телеэкрана. По предварительным данным, полученным Германским НИИ телевидения (г. Нюрнберг), среднестатистический немец в 2007 году проводил перед телевизором 208 минут в день (против 212 минут в 2006 году). Общая тенденция к сокращению времени просмотра телепередач особенно ярко проявляется у молодежи: в 2007 году молодые жители Германии ежедневно тратили на ТВ только 178 минут (против 184 минут в 2006 году).

Опять же цитата. "Когда такой человек включает телевизор и видит расчлененку или бубнение депутатов, он его выключает". Соответственно, он уходит в интернет, чтобы получить новости. Утепленные новости тоже эту аудиторию не устраивают. Тем не менее, этот процесс не носит уж такой катастрофический и масштабный характер, в основном, это характерно для Москвы, Питера и некоторых больших городов. Да, и оно не очень волнует основные каналы, поскольку эта аудитория не голосует, как правило. Но она ходит в суды, она делает дорогие покупки. Поэтому эта проблема больше интересует рекламодателя.

С другой стороны, происходит активная переориентация большинства телеканалов на молодую аудиторию. Это мы видим. Видим и впечатляющие успехи, как я говорила уже о СТС - они формируют некий тренд и мы с вами были свидетелями, как ТВЦ и "Рен ТВ" показывали свой обновленный журналистский состав, поменяли цвета корпоративные. Это все указывает на то, что каналы идут именно к молодым аудиториям.

Вот здесь представлены характеристики каналов так, как видят это коллеги. Что касается Первого канала, он действительно первый. И позиционирование у него очевидное. Его смотрят 98% страны. Конечно, это все население страны с перекосами в сторону старших возрастов, женщин и малообеспеченных. Как сказал один эксперт, это не очень интересно для рекламодателей, которые продают дорогие товары. Значит, позиционирование - Первый мультиканал, общенациональный и провинциальный. Но это единственный канал, который пока производит оригинальный продукт. "Что? Где? Когда?", "Жди меня", "КВН", "Человек и закон" - это оригинальные продукты, которые пока остаются на канале.

Аудитория РТР - тоже все население. Это более молодой канал, с теми же самыми социально-демографическими перекосами, но зритель, по субъективным оценкам экспертов, более пассивен. Это государственный канал, у него нет устойчивых собственных традиций и там преобладают сериалы. Более того, если вы посмотрите сейчас сетку вещания, очень многие эксперты назвали РТР кинобудкой. Сериал, сериал, новости, сериал - вот как формируется сетка вещания в прайм-тайм.

Между Первым и РТР происходит постоянная конкуренция. Эта конкуренция обретает очень интересные формы. Например, руководство Первого канала поклялось, что никогда не введет на своем канале юмористические передачи, аналоги "Аншлага". Но когда в субботу и воскресенье аудитория ушла на второй канал, было принято очень тяжелое решение и появилось "Кривое зеркало" Петросяна. Полтора года все шло хорошо. Потом по разным причинам, Петросян поссорился с руководством Первого канала, ушел на РТР. Первый канал очень долго показывал в записи старые передачи, теперь делает новую передачу. И если вы заметили, то на НТВ также появился такой же аналог юмористического концерта. Первый канал в этом году, если заметили, поменял сетку вещания. Теперь там тоже появился сериал, сериал, новости, сериал. Вот эта погоня за аудиторией, погоня за рейтингами сказывается на очень многом.

Больше всего критики собрало НТВ. Когда задаешь вопрос эксперту и спрашиваешь, ну как вы охарактеризуете НТВ, большинство говорит так: ну что можно сказать о канале, где первое место занимает программа "Максимум". Вы знаете, ни одного эксперта не было, который бы оценил хорошо эту программу. НТВ все больше смещается в мужскую малообразованную аудиторию, происходит маргинализация канала. Криминальные сериалы, "Зона", разговоры по фене, тюремные истории - это все происходит на НТВ и это не может не беспокоить. Потому что это третий все-таки канал страны.

Дальше СТС. Здесь все просто - первый развлекательный, очень четкое позиционирование, оно жестко было выбрано, жестко этому следует. Аудитория самая перспективная для рекламодателей, молодая с перекосом в сторону женщин до 40. Вообще, на телевидении самая перспективная аудитория - это женщины до 40 лет. Потому что именно они совершают все покупки. СТС, что называется, попал в десятку. Аудитория за последние два года выросла с 2,5% до 8-9, а то и 10 процентов. Конечно, основной успех - "Не родись красивой", но, тем не менее, многие считают, что успех СТС сохранится.

Что касается ТНТ. Тоже очень много критики в отношении этого канала. У него не молодая, а молодежная аудитория. Все больше происходит смещения в сторону малообразованных. Сам канал все больше смещается в нишевой. Там все больше появляется реалити-шоу. Кстати, мы с вами уж отмечали, что реалити-шоу не является тем жанром, который нужен для основных каналов и ценен для них.

РЕН ТВ. Аудитория в данный момент не определена. Канал был фрондерский с претензией на интеллектуальный. Сейчас происходит смена позиционирования и, скорее всего, канал двигается, судя по ребрендингу, по изменению корпоративных цветов, в развлекательную нишу, ближе к СТС.

ТВЦ. Тоже произошло перепозиционирование, ребрендинг. Основная аудитория городская, с перекосами в сторону старших возрастов. Но теперь они тоже пытаются перепозиционироваться, захватить аудиторию молодых. В отношении этого эксперты очень скептично настроены, они считают, что ТВЦ должно оставаться городским каналом, для этого есть целая ниша. Замах федеральный их смущает.

Что касается информационных круглосуточных проектов "Раша тудей" и "Вести-24". По мнению большинства экспертов, у них нет аудитории. Появление этих проектов - вопрос исключительно политический. Если раша-тудейное вещание, в общем-то, оно существует в каждой уважающей себя стране, то "Вести-24" - не совсем понятно, на какую аудиторию это рассчитано? При условии, если, зрительский интерес к новостям падает. Было процитировано, что в тот момент, когда аудитория уходит из новостного жанра, появляется новый новостной канал.

Теперь мы подошли к содержательным проблемам российского телеэфира. Это самый сложный вопрос. Здесь эксперты, честно говоря, нас удивили. Я думаю, что ни один представитель СМИ в здравом уме и твердой памяти не будет говорить о необходимости цензуры. Здесь ровно все наоборот. Здесь как раз эксперты все говорили о необходимости вмешательства государства. Что происходит с телевидением? Вкратце надо сказать, что есть телевидение, чтобы подойти к этой проблеме. Оно прошло большой путь. Первый этап - это этап демократических иллюзий. Второй - это этап олигархический, так называемый, приход частного капитала. И сегодняшний современный этап - испытание стабильностью. Сейчас перед руководством каналов, вообще перед телевизионным сообществом, которое не существует, но есть как клубы профессионалов, стоят совершенно другие задачи. Сейчас нужно говорить о будущем, заниматься этим будущим, планировать, просчитывать перспективу. Этого не происходит. Телевидение у нас сформировалось в момент кризиса, и это во многом определяет все существующие проблемы. То, что телевидение сегодня предлагает зрителю, очень волнует экспертов. И это дало повод экспертам говорить о кривом зеркале телевидения.

Чрезвычайная коммерциализация - что это подразумевает? Установка на получение немедленной прибыли. Соответственно, желтизна заливает у нас голубой экран. Чтобы понять обеспокоенность, надо понять, как эксперты оценивают роль и функции телевидения. Вкратце роль телевидения в России, по мнению большинства экспертов, больше, чем телевидение. И это не просто попытка усилить значение телевидения. Это действительно объективная оценка. В то время, как альтернативные каналы, источники информации, у нас не развиты, как показывал тот же ВЦИОМ, интернетом у нас пользуется 5% населения, если в целом по России считать. Платное телевидение у нас, безусловно, тоже не развито. Получается, что телевидение у нас сейчас единственный тотальный общедоступный источник информации. И в связи с этим эксперты многие говорят не только об информационной и развлекательной составляющей. Процентов 70 экспертов говорили о мировоззренческой функции телевидения и о том, что ТВ является фактором культурологической ценности, национальной целостности, воспроизводства языка. Что у простого жителя России есть? Разговоры в бригаде, разговоры с соседкой и общедоступное телевидение. Если убрать общедоступное телевидение, что остается?

Соответственно, возвращаясь к проблеме содержания, пугает отсутствие морально-нравственных регуляторов эфира. Та же самая программа "Максимум". Очень много проблем, связанных и с документальным телевидением, например, та же "Личная жизнь королевы" - нашумевший, с одной стороны, фильм про Наталью Гундареву, собравший большое количество аудитории, тем не менее, вызвал большие скандалы. То есть, там много очень неурегулированных этических моментов. Но есть вопросы, связанные ведь не только с классическими запретами, что надо убрать мат, надо убрать голое тело из прайм-тайма. Многие эксперты говорили о том, что, например, фильм "Бригада" никогда ни в одной стране мира на общедоступном канале в прайм-тайм не может появиться. У нас же его делает РТР, госканал, и показывает в прайм-тайм. Героика бандитских будней не может не повлиять на менталитет наших граждан. В общем, статистики нет, как это повлияло, но то, что дети играют в "бригаду" - это зафиксированный факт. И таких фильмов, особенно на НТВ, очень много. Вот это большая программа. И очень она важна именно с точки зрения детского и подрастающего поколения. Натирается такая телевизионная мозоль, когда зритель остается один на один с экраном. Он смотрит это все и, соответственно, опять же цитата - "он остается один на один, когда у него брюшко открыто, когда он беззащитен, он получает инъекцию через череп". И этот вопрос нельзя недооценивать.

Ну и, наконец, формируется дефицит реальности. Под дефицитом реальности эксперты понимали следующее. Если посмотреть на новостные передачи, то мы получим постановочный сюжет. Эмоции выхолощены, протокольные съемки, приезды чиновников. Эмоции мы получаем только тогда, когда произошла какая-то трагедия. Но мы получаем негативные эмоции с экрана.

Практически нет документального кино про современность. Телевидение уходит от осмысления реальности. Оно в основном обращается в прошлое, к звездам, к их биографиям. Оно уходит от осмысления реальности. То же самое с аналитическими программами. Телевидение не предлагает целостную картинку. В условиях, когда чтение сократилось, остался только телевизор, ведь телевидение не только дает информацию, оно еще должно предлагать, по мнению экспертов, вот эту самую целостную картинку. Причину они видят, прежде всего, в отсутствии социальной ответственности медиа как бизнеса. Ну, это больше относится к телевидению, но тем не менее. Телевидения, как самостоятельного, финансово успешного, устойчивого бизнеса не существует.

Только-только появляется сейчас СТС как частный канал. Остальное все государственные каналы. И эксперты считают, что государство не должно бояться конкуренции, по большому счету. Пусть будет частный канал рядом с государственным, и пусть аудитория сама выбирает. Ну и, наконец, основной вопрос сегодняшнего дня - это вопрос регулирования содержания эфира. Как видится это регулирование? Существует две модели, по признанию экспертов. Есть американская самоцензура, есть европейская цензура. В Штатах само сообщество в 30-е годы, когда общество бросило вызов и предложило вмешаться в вопрос регулирования эфира, телевизионщики сказали - нет, спасибо, мы сами. Причем, это не были сознательные люди. Опять же цитата - это были подонки и флибустьеры. Но они, тем не менее, собрались и договорились. В Европе существует цензура, причем, очень жесткая. До 23.00-24.00 голое тело в прайм-тайме никогда не появляется. Я подчеркиваю доступные каналы, не платные. На платных можно показывать, по мнению экспертов, все.

Поскольку сообщества у нас не существует, то и модель американской самоцензуры у нас бесперспективна. Сообщество не сможет ничего урегулировать по причине отсутствия этого самого сообщества. Поэтому речь идет о вмешательства государства и общества: срочном, причем, вмешательстве, содержания этого самого эфира. Речь идет не о цензуре. Ни в коем случае. Цензура - это очень примитивная мера, она ничего не решит. Есть только два подхода, о которых говорят эксперты. Первый - разработка пакета взаимоувязанных законов, предписаний, цеховых соглашений. Второй подход - это создание общественного телевидения. В принципе, эти два подхода друг друга не исключают, но в отношении каждого нужно предпринять совершенно разные действия. Что подразумевает под собой регулирование общедоступного телевидения? Прежде всего, безусловно, это введение классических табу - ограничительный показ на общедоступном телевидении на нецензурную брань, на мат, на насилие, на голое тело. Причем, эксперты, они, видимо, многие еще из старой школы, подчеркивают, что у нас очень консервативное мышление. Цитата: "За озвучивание "пошел ты в жопу" я бы первый раз предупреждение выносил, второй раз лишал бы лицензии". Но многие говорят о том, что необходимо, чтобы все дикторы проходили заново, как это было в советское время, аттестацию в институте русского языка. Чтобы язык вычищался, потому что именно этот язык снимает потом население, особенно подрастающее поколение.

Разработка системы поощрения грантов, фондов для создания телевизионного продукта. Это понятная история, это во многих странах существует. Дальше квотирование времени для целевого показа на каналах с обязательной финансовой поддержкой. Потому что, например, на те же детские образовательные программы у нас есть квота. Лицензионное соглашение предполагает 15% эфира должно отводиться на детское вещание. Но в основном оно заполняется мультиками, западными чаще, и старыми детскими фильмами. Снимать детские программы очень сложно, невероятно сложно, говорят все эксперты. В условиях, когда рекламу показывать нельзя, отбивать нельзя, кто будет финансировать это? Да, телеканалы могут финансировать, но нужно, чтобы и государство к этому подключилось.

Четвертое, подписание, конечно же, картельных соглашений. Потому что ответственности с сообщества снимать нельзя, они тоже должны чувствовать свою значимость. Опять же, один из руководителей канала рассказывал: "Когда сценарист приносит мне сценарий, я ему говорю - вот у тебя 12-13-летняя дочь, она читала твой сценарий? Нет, я прячу его. То есть, каждый телевизионщик, тот, кто делает телевидение, должен "ощутить себя рядом со своим собственным ребенком на диване, смотрящим это самое телевидение".

Ну и, наконец, что касается создания общественного телевидения. Эта проблема была озвучена. Более того, она есть в проекте Министерства экономического развития на среднесрочную перспективу. Она пока не получила одобрения, просто озвучена идея. Примеры существуют - британский канал "Би-би-си" и американский канал "Пи-би-эс". У этой идеи противников нет, но есть, конечно, чрезвычайно большой скепсис. О чем идет речь? О том, что должно быть соответственное финансирование этого общественного телевидения. В основном это решается тремя способами. Это либо абонентская плата, как мы платим за радиоточку. Либо направление из каких-то фондов нефтяных денег - так в некоторых странах существует. Нефтяные корпорации какую-то часть отчисляют на содержание телеканала. Либо, как в случае с Великобританией это государство - стопроцентно принадлежит государству. Поэтому с точки зрения финансирования посчитали, что это примерно будет 20 рублей на семью в месяц. Такова цена вопроса. Деньги достаточно подъемные. Даже этот вопрос решаем. Нерешаемым вопросом пока остается то, насколько этот самый будущий канал будет независимым и объективным. Потому что если опять туда же будет вмешиваться либо государство, либо какой-то капитал, те же самые нефтяные корпорации, которые дают деньги, то, безусловно, это будет еще один канал в ряду с теми, которые уже существуют.

## Язык экрана

Телевидение - не только СМИ, но и вид творчества. Специфический художественный язык каждого вида творчества - это совокупность технических приемов и изобразительно-выразительных средств, с помощью которых творец воплощает свой замысел.

Телевидение и кино, будучи экранными средствами выражения, обладают общим в основе своей языком.

Известно, что язык экрана создан кинематографом.

На экране можно видеть часть пространства, выгороженную рамкой экрана. "Поле зрения" кинокамеры (как и телекамеры) - рамка с соотношением сторон примерно 3: 4.

Изображение части пространства, заключенное в рамку экрана, видимое в каждый данный момент - к а д р.

Понятие "кадр" охватывает и еще один признак - протяженность во времени, длительность пребывания изображения на экране. Кадром называют также часть фильма (или телепередачи), снятую одним взглядом" камеры, т.е. во время непрерывной работы камеры, в отрезок времени от начала до конца движения пленки в камере (или в отрезок времени от момента включения телекамеры до момента ее отключения от эфира.

Планом называют масштаб изображения, содержащегося в кадре (степень крупности изображаемой фигуры зависит от дистанции между камерой и снимаемой фигурой и фокусного расстояния объектива.

Наиболее употребительное деление планов - на три вида: общий, средний и крупный. Наиболее точное - на шесть видов:

1) дальний план (человек и окружающая его обстановка),

2) общий план (человек во весь рост),

3) средний план (человек до колен),

4) поясной план (человек до пояса),

5) крупный план (голова человека),

6) макроплан (деталь, например глаз).

(На некоторых телестудиях слово "план" употребляется как понятие, выражающее протяженность во времени, которое следовало бы выражать словом "кадр" в его втором значении (т.е. часть фильма или передачи, снятая "одним взглядом" камеры). Так, говорят о "длинном (или коротком) плане", тогда как следует говорить о длинном (или коротком) кадре. План же может быть более или менее крупным, но не может быть более или менее длинным)

Ракурс. Первоначально: всякое сокращение, укорочение фигур, изображаемых в перспективе. Возник термин в те времена, когда живопись переходила от плоскостного изображения к перспективному. Со временем ракурсом стали называть только особенно сильные сокращения, возникающие при изображении фигур и предметов с необычных точек зрения (сверху, снизу и т.п.). В первые годы кино ракурсом называли только такое положение оптической оси объектива, когда угол между ней и плоскостью предмета больше или меньше прямого. При этом часть объекта съемки сокращается, укорачивается, так как видна в перспективе. Ракурс находится в прямой зависимости от точки съемки, от положения камеры относительно объекта съемки.

Сегодня термин "ракурс" обозначает любой угол, образуемый оптической осью объектива и плоскостью предмета, в том числе и прямой, говорят об обычном и необычном ракурсе (на заре кино и телевидения ракурс предполагал только необычную точку зрения, при которой обнаруживалось перспективное искажение фигуры или предмета).

Вне этих понятий - кадр, план и ракурс - экранное изображение не существует. Всякое изображение на экране может занимать только площадь экрана, т.е. оно ограничено рамой экрана или, как говорят, кадрировано, оно обладает той или иной крупностью, и, наконец, его можно видеть в том или ином ракурсе.

Всеми этими признаками обладает и произведение живописи. Но существует одно весьма существенное различие между картиной или рисунком и изображениями на экране: последние не постоянны, они появляются и исчезают. Кроме того, изображения на экране движутся, а движение имеет протяженность в пространстве и во времени.

Фильм или телепередача воздействует на зрителя всей совокупностью сменяющих друг друга изображений - кадров, их потоком. Непрерывный поток кадров - важнейшая особенность экрана. Значит, чрезвычайное значение имеет чередование кадров, их расположение во времени, т.е. последовательность их появления на экране.

Монтаж - расстановка кадров в определенном порядке и называется. Основы монтажа заложены в работах первых кинематографистов в самом начале ХХ в.

Каждый видевший коротенькие фильмы бр. Люмьеров "Выход рабочих с завода", "Прибытие поезда", "Политый поливальщик" и другие, знает, что они состоят из одного кадра, т.е. сняты неподвижной камерой, с одной точки, одним планом, в одном ракурсе. В первые 10-15 лет именно так и снималось огромное большинство фильмов - неподвижной камерой, одним кадром и в одной крупности. Но очень скоро обнаружилось, что кинопленку - целлулоидную ленту - можно резать и склеивать. И появляются фильмы, склеенные из нескольких кадров. Уже в 1912 г. можно было увидеть, например, фильм "День из жизни пожарного", в котором кадры чередовались в таком порядке:

1. Рука нажимает на кнопку пожарного сигнала.2. Пожарная машина выезжает из депо.3. Горящий дом.4. Пожарная машина мчится по улице.5. Горящий дом.6. Пожарная машина мчится по улице.7. Женщина в окне дома, охваченного огнем, и т.п. Во многих фильмах, снятых до 1914 г., можно обнаружить и планы различной крупности, и съемку с движения, и параллельный монтаж. Однако фильмы лишены художественной ценности, они представляют собой лишь паническую фиксацию действительности.

Основы образности кино были заложены американским режиссером и сценаристом Дэвидом Гриффитом. В фильмах "Рождение нации" (1915), Нетерпимость" (1916), "Сломанные побеги" (1919) и других Гриффит, спираясь на технические открытия своих предшественников, блестяще продемонстрировал возможности монтажа. Окончательное осмысление монтажа, превращение его в творческий процесс - заслуга отечественных кинематографистов, прежде всего великого художника и мыслителя Сергея Эйзенштейна. Существенный вклад в развитие теории и практики Миража внесли Л. Кулешов, Вс. Пудовкин, Д. Вертов, А. Довженко, Юткевич, М. Ромм - выдающиеся мастера киноискусства.

Хотя на экране зритель видит непрерывный поток кадров, в действительности при производстве фильма кадры эти снимают раздельно. Полученные в результате съемок кадры - куски киноленты - нужно соединить друг с другом, склеить. Этот процесс, чисто механический, носит название технического монтажа, а место соединения двух кадров называют склейкой. (Понятие "кадр" - в смысле временной протяженности изображения - определяют в обиходе как часть фильма - от склейки до другой)

Кадр состоит из определенного количества моментальных фотографий, каждая из них называется кадриком (фрейм). В результате того, что в кинопроекторе кадрики меняются (со скоростью 24 в секунду), на экране и возникает движущееся изображение.

Кадр, содержащий большое количество кадриков, виден на экране долго; это длинный (или медленный) кадр.

Кадр, содержащий меньшее количество кадриков, занимает на экране меньше времени; это короткий (или быстрый) кадр.

Кадры соединяются, склеиваются в непрерывную ленту. Это технический монтаж, процесс чисто механический. Но кадры должны быть соединены, смонтированы осмысленно - так, чтобы между ними существовала определенная и ясная связь. Процесс такого соединения кадров называют конструктивным монтажом. Понятно, что конструктивный монтаж включает в себя и технический. Цель конструктивного монтажа - верно воспроизвести на экране движение. Он отвечает только двум требованиям: во-первых, кадры должны чередоваться в логическом и удобопонятном порядке, и, во-вторых, каждый кадр должен быть такой длины, чтобы зритель понял его содержание.

Как видим, в процессе конструктивного монтажа нет ничего сложного, его можно уподобить грамматике. Нет ничего сложного, как нет и ничего творческого в том, чтобы говорить или писать грамматически правильно. Точно так же нет ничего особенного в том, чтобы при монтаже кадров движение было воспроизведено на экране верно и чтобы между кадрами существовала ясная логическая связь. Вот простой пример конструктивного монтажа:

1. Человек едет в автомобиле.

2. Выходит из остановившегося автомобиля.

3. Входит в дом.

4. Поднимается по лестнице.

5. Отпирает дверь квартиры.

6. Входит в квартиру.

7. Закрывает за собой дверь квартиры.

8. Снимает пальто и шляпу.

9. Вешает пальто и шляпу на крючок.

10. Входит в комнату и садится к столу.

Здесь, в этом чередовании кадров, движение воспроизведено верно и логическая связь между кадрами очевидна. Такая же по характеру связь может быть обнаружена в речи или в литературе. Это не специфическая, не кинематографическая, а описательно-повествовательная связь.

Каждый кадр имеет определенный смысл. Совершенно очевидно, что эти кадры нельзя поменять местами. Невозможен такой, например, монтаж:

l. Человек едет в автомобиле.2. Входит в дом.3. Выходит из остановившегося автомобиля.4. Отпирает дверь квартиры.5. Поднимается по лестнице.

Здесь нарушается логика, неверно воспроизводится движение. Ошибки подобного рода можно заметить на телеэкране в наспех смонтированной оперативной хронике.

Однако вполне возможен такой монтаж:

1. Человек едет в автомобиле.2. Поднимается по лестнице.3. Закрывает за собой дверь квартиры.4. Входит в комнату и садится к столу.

Здесь логика не нарушена, хотя с помощью монтажа время и пространство на киноэкране "сжаты", из повествования как бы изъяты куски времени и пространства. В принципе это возможно потому, что кинокадры не дают полного и точного ощущения пространства, но лишь его иллюзию: изображение на экране в известной степени условно в том смысле, что это - двухмерное изображение пространства, а не само реальное, трехмерное пространство реальной действительности.

Однако кадры могут быть соединены между собой и таким образом, что связь между ними будет образная. Она выражается в художественном м о н т а ж е. Чтобы понять смысл этого термина, обратимся к примерам. Вот два последовательных кадра из фильма Я. Протазанова "Праздник святого Иоргена":

1. Пастух гонит по дороге стадо овец.2. По той же дороге идет толпа паломников-богомольцев.

Каждый из этих кадров, рассмотренный отдельно, содержит некую информацию, но не выражает никакой мысли. Сочетание этих же самых кадров имеет определенный смысл: их столкновение, как говорил С. Эйзенштейн, "высекает мысль". Логика связи двух кадров, последовательно увиденных, - чисто кинематографическая. Из сочетания кадра 1 и кадра 2 возникает мысль, не содержащаяся в каждом из кадров, взятых порознь. Смысл кадра 2 не в том, что толпа богомольцев идет по дороге, а в том, что эта толпа идет, как стадо баранов. Кадр 2 как бы включает в себя кадр 1, смысл кадра 2 больше, чем его видимое содержание, изображение.

Этот простой пример помогает понять формулу художественного монтажа, предложенную С. Эйзенштейном: один кадр плюс один кадр получается не два, а... нечто большее.

Другой пример художественного монтажа, более сложный, ставший классическим, - знаменитый эпизод первомайской демонстрации рабочих из фильма Вс. Пудовкина "Мать". Режиссер вмонтировал в кадры демонстрации кадры ледохода и тем создал образ революции, неудержимой, как наступление весны в природе. Это метафора, возникшая из художественного монтажа кинокадров.

Становится понятно, что конструктивный монтаж - лишь элемент, составная часть художественного монтажа. С помощью конструктивного монтажа можно преодолеть на экране пространственно-временную несовместимость, логически связно, ясно рассказать о действиях и событиях.

С помощью же художественного монтажа можно не просто воспроизвести на экране реальность, но и трактовать, объяснять ее.

Мастера кино во главе с С. Эйзенштейном и Вс. Пудовкиным в 20-х годах доказали, что кадры можно не только "сцеплять", но "сталкивать", что, пользуясь художественным монтажом, кино способно воздействовать на зрителя не только передаваемыми им понятиями, но и создаваемыми им образами.

Кино стало подлинным искусством только после того, когда были познаны возможности монтажа как выразительного средства.

Одно из важнейших кинематографических средств ведения драматургически напряженного повествования - параллельный монтаж. Показывая как бы врезанные один в другой кадры, снятые в разных местах и в разное время, можно добиться отчетливого ощущения одновременности двух различных действий и тем самым выявить их взаимозависимость, взаимосвязь.

В реальной действительности одновременно происходит бесчисленное множество действий. Цветут сады. Сидят за партами дети. Тракторы пашут землю. Кто-то стреляет. Кто-то целуется. Кто-то умирает. Художник, объясняя, трактуя действительность, должен отбирать кадры, запечатлевшие эти действия, чтобы выявить их связь. Если он смонтирует кадры, изображающие одновременные действия, таким образом, что при этом отчетливо выявится их смысл, их значение, то это будет не простая передача реальности, а ее авторская трактовка. В теленовостях этим приемом надо пользоваться осторожно, чтобы не подменить авторской трактовкой подлинное развитие событий. В публицистических и художественных фильмах, пользуясь им, можно выражать на экране сложные, отвлеченные понятия и идеи, углублять и усиливать эмоции, придавать динамизм и напряженность развитию сюжета. Примеры использования параллельного монтажа можно найти едва ли не в каждом кинофильме, хотя, конечно, сила его воздействия не одинакова, она зависит от таланта сценариста и режиссера.

В документальном фильме "Сердце Испании", рассказывающем о гражданской войне 1936-1938 гг., режиссер дает такой параллельный монтаж:

1. Бомбардировщики фашистской армии над Мадридом.2. Пилот в кабине нажимает рычаг бомбодержателя.3. Бомба, падающая на Мадрид.4. Гитлер, выступающий перед толпой в Нюрнберге.5. Бомба продолжает падать.6. Муссолини, выступающий перед толпой в Риме.7. Бомба продолжает падать.8. Бомба взрывается на улице Мадрида.

Здесь с помощью параллельного монтажа ясно выражена мысль о связи Франко с немецким и итальянским фашизмом, причем связь эта выявлена чисто кинематографическим способом, без слов.

Параллельный монтаж, используемый для выявления внутренних субъективных связей, называют ассоциативным монтажом. Вот как пишет об этом сам С. Эйзенштейн: "В нашем фильме "Октябрь" мы врезали в сцену речей меньшевиков арфы и балалайки. И арфы эти были не арфами, но образным обозначением медоточивых речей. Балалайки были не балалайками, но образом надоедливого треньканья этих пустых речей... И ставя рядом меньшевика и арфу, меньшевика и балалайку, мы раздвигали рамки параллельного монтажа в новое качество, в новую область: из сферы действия в сферу смысла".

Монтируя кадры, режиссер может создать определенный, более или яснее четко выраженный ритм их чередования на экране, может создать более или менее быстрый или медленный темп их показа. Ясно, что тот или иной темп и ритм монтажа зависят от сравнительной длины каждого монтируемого кадра, иными словами - от количества кадриков в каждом из кадров. Темп и ритм - средства, направленные не столько к рациональной сфере сознания зрителя, сколько к сфере эмоциональной.

Монтаж можно обнаружить не только в кино, монтаж существует и в других видах искусства, особенно часто - в литературе. И в прозе и в поэзии нетрудно обнаружить все монтажные элементы: кадрирование, изменение крупности, т.е. смену планов, параллельный монтаж и т.п. Однако кино пришло к монтажу своим путем, стремясь к максимально верному, а затем и к образно-поэтическому отражению реальной действительности.

Процесс познания окружающего мира человеком имеет "монтажный" характер, если можно так сказать. Отражение, воспроизведение этого процесса уже давно было во власти литературы. Оказалось, что, стремясь к той же цели, кино пользуется тем же средством. Обнаружилось это по мере совершенствования монтажа. Доказал общность некоторых законов киномонтажа и законов литературы С.М. Эйзенштейн в статьях, написанных в 1937 - 1938 гг. В силу зрительности и динамичности кино монтаж в кинематографе существует в гораздо более очевидно и легко ощущаемой форме, чем в литературе. Сказанное выше помогает понять всеобъемлющее значение монтажа как важнейшего элемента языка экрана.

Краткий обзор выразительных средств кино и телевидения был бы неполон без разговора о съемке с движения. Это средство экранной выразительности имеет особое значение для телевизионной журналистики. Для ясного понимания возможностей этого средства необходимо различать виды съемки движущейся камерой. Первый из них - панорамирование. Этим термином называют съемку камерой, поворачивающейся вокруг своей вертикальной или горизонтальной оси. Камера остается на месте, она лишь поворачивается: вверх или вниз, вправо или влево. Панорамирование не что иное, как воспроизведение движения глаз или головы человека, стоящего на месте. Панорамную съемку мы видим часто, например, при телепередачах со стадионов, когда камера, оставаясь в одной точке, панорамирует в горизонтальной плоскости, следя за футбольным мячом.

Второй вид съемки с движения - проезд, или тревеллинг, ot англ. travelling - "путешествующий", "передвигающийся". Тревеллингом называют такое передвижение камеры, снимающей фигуру или предмет, когда угол между оптической осью объектива и плоскостью предмета остается во время съемки неизменным. Сюда относятся такие, например, съемки, как проезд камеры вдоль улицы (горизонтальный тревеллинг) или от земли до крыши дома (вертикальный тревеллинг), движение камеры рядом с движущимся автомобилем.

Особая разновидность тревеллинга - отъезд и наезд (иначе - тревелинг назад и тревеллинг вперед). При наезде и отъезде непрерывно (иногда очень быстро) меняется угол зрения объектива и зависящая от него крупность изображения. В последние десятилетия вместо реального наезда камеры используют оптический - смену угла изображения специальным объективом.

Третий вид съемки с движения - тpaекторная съемка. Так называют различные сочетания тревеллингов с панорамированием. Это очень сложный вид движения камеры, для осуществления которого применяются операторские краны с выносными стрелами, способными oдновременно подниматься, поворачиваться и передвигаться в любую сторону, и другие механизмы и приспособления. Как непревзойденный образец траекторной съемки можно напомнить первый эпизод фильма "Я - Куба" (режиссер М. Калатозов, оператор С. Урусевский), когда камера в течение добрых пяти минут снимает один кадр, двигаясь сначала к крыше небоскреба, затем спускаясь вниз, затем пробираясь между людьми, гуляющими возле плавательного бассейна, затем следуя за пловцом, уходит под воду и т.п. Съемка движущейся камерой создает эффект внутрикадрового монтажа, особенно важного для телевидения. Изменяя содержание кадра плавно, внутрикадровый монтаж дает возможность сохранить в рамках одного (длинного) кадра пространственно-временную непрерывность, что свойственно "прямой" телепередаче, в отличие от междукадрового монтажа, изменяющего содержание кадра в зависимости от точки съемки.

Существуют также элементы языка экрана, роль которых можно уподобить роли знаков препинания в синтаксисе. Приемы, в какой-то степени аналогичные пунктуации, должны быть использованы на экране таким образом, чтобы, помогая течению рассказа, вместе с тем не отвлекать внимание зрителя. Это наплыв, затемнение, вытеснение (или "шторка"), двойная экспозиция, скольжение (или "смазка"), расфокусировка. Средства эти могут покаяться чисто техническими; однако точный выбор этих средств, осмысленное использование их оператором и режиссером могут дать художественный, смысловой эффект. В последние годы набор таких приемов расширился благодаря использованию электронных "спецэффектов", хорошо знакомых каждому телезрителю.

## Термины

Язык экрана

кадр

план

ракурс

дальний план

общий план

средний план

поясной план

крупный план

макроплан

ракурс

обычный и необычный ракурс

кадр

кадрик

длинный (или медленный) кадр

короткий (или быстрый) кадр

склейка

монтаж

технический монтаж

конструктивный монтаж

художественный монтаж

параллельный монтаж

ассоциативный монтаж

внутрикадровый монтаж

междукадровый монтаж

"сцепка" кадров

"столкновение" кадров

темп и ритм монтажа

панорамирование

проезд (тревеллинг)

отъезд (треверллинг назад)

наезд (тревеллинг вперед)

тpaекторная съемка

наплыв

затемнение

вытеснение ("шторка")

двойная экспозиция

скольжение ("смазка")

расфокусировка

спецэффекты

Лекция 4

Малоформатное телевизионное производство. Internews.

## Что попадает на экран?

Камеру называют "продолжением глаза" или "глазами зрителя". Однако сама по себе камера не может дать зрителю адекватное изображение происходящего, но вы можете пользоваться камерой, чтобы создать изображение или впечатление, отвечающее вашему замыслу.

Когда вы сами смотрите на какое-то происшествие, ваши глаза все время "шарят" вокруг, постоянно меняя фокусное расстояние, чтобы все увидеть. Попав на место события, человек знает, где он и что перед ним, и сам решает, за чем наблюдать и на что смотреть в первую очередь.

Телезритель же видит на экране лишь то, что для него выбрали вы. Только то, что было увидено вашим объективом, появится перед зрителем, и ему останется лишь догадываться о том, что в "поле зрения" объектива не попало.

Искусство режиссера и оператора в том и состоит, чтобы выбрать для съемки именно то, что нужно по замыслу и удовлетворительно покажет зрителю происходящее.

## Камера "отсекает" ненужное

Камера снимает лишь то, что находится на ограниченном участке сцены съемки размером приблизительно метр на метр двадцать. Все, что находится вне поля зрения камеры, остается неизвестным зрителю.

Насколько близко от объекта следует снимать?

Крупный план дает возможность рассмотреть все детали, но иногда чересчур подробно. Он также не дает зрителю возможности увидеть сцену в целом, заставляя сосредоточиться только на какой-то ее части.

Нельзя навязывать зрителю детали и мелкие подробности, командуя камерой: "Посмотри сюда! Обрати внимание! Разгляди хорошенько!" Правильнее не заставлять, а убеждать зрителя. Существует множество способов незаметно, неназойливо убедить его направить взгляд в нужную вам точку, не прибегая к насильственным крупным планам. Композицию сцены можно построить так, как будто вы сопровождаете зрителя при обходе места события, или же использовать освещение. Дальний план покажет зрителю целиком место действия, поможет ему "войти" в ситуацию, понять пространственное соотношение людей и предметов.

Дальний план имеет и недостатки. Зрителю не видны детали, подробности. Он видит, как футболист гонится за мячом, но не видит выражения его лица, когда он этот мяч теряет. Дальний план дает лишь самое общее представление о сцене. Однако он же дает зрителю возможность оглядеться, обдумать то, что происходит на экране; позволяет подчинить внимание зрителя, не отвлекая его на мелкие детали.

Хорошо построенная и смонтированная программа должна состоять из чередования крупных и общих планов, каждый из которых тщательно подобран для исполнения своей функции: помочь аудитории увидеть, где происходит действие, что именно там происходит, понять это действие, увидеть все подробности и детали, и т.д.

Что мы увидим?

Насколько полно камера покажет данную сцену, зависит от:

1. Положения камеры;

2. Расстояния от камеры до объекта съемки;

3. Угла изображения (поля зрения) камеры.

## Обращение с камерой

Горизонтальное и вертикальное панорамирование.

Если нужный объект съемки слишком широк и не умещается в кадре, или если вы считаете, что при съемке с большого расстояния мелкие детали будут видны недостаточно хорошо, можно прибегнуть к двум общим способам решения проблемы.

Вы можете (1) заснять ряд отдельных планов, которые затем при последовательном монтаже создадут в восприятии зрителей общую картину. Однако необходимо проследить, чтобы эта последовательность не превратилась в ряд беспорядочных "неприцельных планов", друг с другом не связанных. Есть и другой вариант. Вы можете (2) плавно и систематично водить камерой по снимаемой сцене в горизонтальной плоскости, чтобы охватить ее в целом. Но старайтесь не допускать серий коротких беспорядочных горизонтальных перемещений, а также длинных "пустых" горизонтальных панорам, когда камера блуждает взглядом по мало интересным объектам.

Следите за тем, чтобы каждая панорама имела ясную цель и заканчивалась остановкой на интересном моменте сцены.

Не следует при панорамировании поворачивать камеру слишком быстро, так как в результате изображение получится смазанным и нечетким. В эту ловушку при съемках пейзажей поначалу попадает большинство из нас. Мы торопливо водим камерой из стороны в сторону, стараясь запечатлеть все сразу, а потом результат на экране вызывает крайнее разочарование, поскольку детали при движении оказываются "сорванными" ("стробируют"). Старайтесь снимать панораму таким образом, чтобы объект съемки пересекал экран примерно за пять секунд. Это предельная скорость, при которой еще не происходит срыва изображения.

Для того чтобы достичь острого драматического эффекта, можно очень изредка сознательно прибегать к быстрому, "хлесткому" панорамированию. Однако, испробовав этот прием однажды, вы уже не скоро захотите использовать его опять!

Слежение за движущимися объектами.

Снимать движущийся объект - означает гораздо больше, чем просто водить за ним камерой! Ваше умение "справляться" с движением - это показатель вашей операторской квалификации.

Некоторые передвижения камеры обозначаются по-разному ("наезд", "отъезд", откат, "дуга", арка, панорамирование, наклон, педалирование), а для некоторых маневров существуют универсальные термины. Часто под панорамированием подразумевается съемка как горизонтальной, так и вертикальной панорамой:

вертикальное панорамирование вверх

вертикальное панорамирование вниз

горизонтальное панорамирование вправо

горизонтальное панорамирование влево

подъем (педалирование) камеры

опускание (педалирование) камеры

"наезд", движение камеры вперед

движение вправо

"отъезд", движение камеры назад

движение влево

"дуга"

Когда вы держите камеру неподвижно, объект, движущийся в кадре, может очень быстро достичь его края и выйти из поля зрения, особенно если он быстро перемещается в "тесном" кадре, заполняя собой большую часть экрана. С этой ситуацией можно справиться несколькими способами:

Вы можете позволить движущемуся объекту вообще выйти за рамки кадра ("упустить" его). Именно это вы делаете, когда хотите переключить внимание зрителей на другой предмет.

Вы можете расширить план - выполнить "отъезд" или отойти назад, чтобы движущийся объект не ушел из кадра. Часто это - самое лучшее решение, если вы снимаете кого-нибудь, кто много расхаживает взад и вперед или размахивает руками.

Чтобы удержать объект в кадре, например чтобы сопровождать камерой человека, передвигающегося по комнате, можно выполнять съемку панорамой в горизонтальной и/или вертикальной плоскостях. Но не следует в этом случае снимать слишком крупным планом. Иначе будет очень трудно плавно следовать за движениями объекта, и самому объекту в кадре будет тесно.

Вы можете изменять позицию камеры (например, перемещаться по дуге) таким образом, чтобы объект оставался в кадре.

Вы можете перемещаться вместе с объектом (съемка с движения), удерживая его при этом в кадре.

Вместо того чтобы сопровождать движение, вы можете дать объекту уйти из кадра, а затем снова "подхватить" его с новой точки съемки.

Если вы снимаете только одной камерой, то последний из вышеперечисленных вариантов означает, что вы должны остановить запись, переместиться на новую позицию, заново навести камеру на объект, и только затем продолжить запись. Между тем, какую-то часть действия вы пропустите. Конечно, если действие для вас повторят, это можно исправить - в таком случае можно возобновить съемку объекта с того момента, когда вы прекратили ее для перехода на новую точку. Если вы используете две и более камеры, пропускать часть действия не придется: необходимо лишь в нужный момент переключиться на другую камеру. Выбор способа съемки зависит от того, какой из этих методов вы считаете наиболее подходящим как с практической, так и с художественной точки зрения.

Кадрирование.

Размещение снимаемого объекта в рамках кадра. На первый взгляд может показаться логичным, что движущийся объект надо все время удерживать точно в середине "картинки". Однако вы скоро обнаружите, что "картинка" при этом будет выглядеть неуравновешенной и довольно скучной. Вместо этого следует поступать иначе - когда вы снимаете панорамой, ведя камеру за движущимся объектом, старайтесь, чтобы он все время немного отставал от центра кадра. "Картинка" будет выглядеть более динамичной. Чем больше скорость движения, тем больше должен быть и сдвиг.

Самое главное, не допускайте, чтобы из-за неравномерного панорамирования объект "танцевал в кадре". (Это может произойти, если панорамная головка штатива обладает недостаточным сопротивлением) Самую страшную ошибку вы можете допустить, если, стараясь уследить камерой за объектом, будете постоянно терять и находить его. В результате объект все время будет то попадать в кадр, то выскакивать из него! (Так скорее всего может случиться, если вы попытаетесь снять быстро движущийся объект крупным планом с помощью узкоугольного объектива или если панорамная головка штатива будет обладать слишком большим сопротивлением)

Самостоятельное передвижение оператора.

Опытные операторы вырабатывают у себя привычку быстро оглядываться вокруг, чтобы оценить окружающую обстановку, увидеть, что находится и происходит рядом, и, глядя в окуляр видоискателя одним глазом, они стараются не закрывать и другой.

Съемка из автомобиля.

Существует несколько моментов, о которых не стоит забывать при съемке из автомобиля. По возможности, лучше всего держать камеру в руках и вести съемку через открытое окно. Впечатление, которое зрители получат от вашей съемки, будет зависеть и от вашего положения внутри автомобиля. Если повернуться лицом вперед по ходу движения, то объекты, возникающие в поле зрения, будут приближаться к камере, и по мере приближения становиться все четче и яснее. Таким образом, это - сильная точка съемки, которая обеспечивает постоянный зрительский интерес. А вот если вести съемку, повернувшись по ходу назад, то в кадре все будет удаляться от камеры, и в результате интерес у зрителей будет пропадать. Не успевает объект попасть в кадр, как он быстро уменьшается, и его уже невозможно как следует рассмотреть. Через боковые окна хорошо снимать отдаленные объекты, однако все, что расположено вблизи, будет слишком быстро пересекать экран и смазываться.

Для съемки человека внутри движущегося автомобиля может потребоваться определенная ловкость! Чтобы заснять достаточно широкий кадр с водителем, необходим широкоугольный (короткофокусный) объектив. Типичные положения оператора с камерой: на сиденье рядом с водителем; на корточках там, где обычно помещаются ноги пассажира; или перегнувшись вперед с заднего сиденья. Камеры могут также крепиться снаружи автомобиля - с помощью кронштейнов на болтах или на специальных присосках.

## Основные принципы съемки

Практические условия.

Для эффектной съемки не существует каких-либо абсолютных "правил". Действительно, если вы смонтируете кадры слишком "правильно", ваша работа в результате может показаться чопорной и искусственной. Однако, безусловно, существует ряд положений, которых следует избегать!

При плотном графике съемок просто нет времени останавливаться и экспериментировать над композицией каждого кадра. Принимать решения приходится быстро. Но если вы усвоите основы композиции, то будете знать, на что надо смотреть, к чему стремиться, и каким образом строить максимально эффективный кадр (не всегда эффектный!). Стоит только однажды понять причину, по которой отснятые кадры оказались неудачными, и она станет для вас очевидной во всех остальных случаях. Вы станете избегать ее инстинктивно.

В отличие от художника, который может располагать предметы на холсте в порядке, отвечающем его замыслу, видеооператору обычно приходится довольствоваться тем, что уже существует независимо от его воли. Но это совсем не означает, что вы никак не можете контролировать то, что увидит зритель! Вы способны сделать очень многое, чтобы повлиять на привлекательность кадра, с помощью тщательного выбора точки съемки, объективов с разными угловыми полями, а также разных способов кадрирования, то есть размещения снимаемого объекта в рамках кадра. А если у вас в придачу есть возможность менять взаимное расположение объектов съемки, это еще один резерв улучшения изображения.

Выбор планов.

Независимо от того, снимаете ли вы одной или сразу несколькими камерами, вы обязаны создать плавную последовательность фрагментов, которая будет представляться зрителю осмысленной. Само собой это не происходит.

Самое худшее, что можно сделать, - это заснять ряд отдельных бессвязных "красивых кадров", не думая о том, как они будут сочетаться на экране. В итоге у вас может получиться набор из никак не объединенных друг с другом фрагментов. Чтобы получить надежные результаты, вам необходимо сначала определить для себя, что и как вы хотите показать. А затем старайтесь действовать в соответствии с выработанным планом.

Убедительные планы.

Видеопроизводство - это не просто съемка красивых планов, это съемка уместных, необходимых для показа данной ситуации планов. Иногда вам даже может понадобиться вполне осознанно ввести в фильм отталкивающий, безобразный кадр, чтобы зритель ощутил шок от столкновения с реальностью. Цветная камера слишком легко может сделать любой материал визуально привлекательным. Сцена с гниющими отбросами может превратиться в "красивый вид с интересными фактурами и цветовыми переходами" в закатных лучах.

Правильно подобранный порядок планов - это больше, чем простой показ объекта съемки. Изображения, которые вы выбираете и располагаете в определенной последовательности, выражают вашу точку зрения - то, как вы понимаете ситуацию и что именно вы хотите о ней сообщить. Именно в этом и заключается смысл съемки. Вы словно становитесь рядом со зрителем и направляете его взгляд, поясняете, как ту или иную сценку истолковать, Показывая зрителям картины шумной базарной площади, вы можете как бы предложить им: "Смотрите на все подряд - может быть, вам что-то захочется здесь купить". Однако гораздо чаще вам приходится привлекать их внимание к отдельным аспектам сцены, и тогда с помощью подбора планов в определенном порядке вы должны помочь им сосредоточиться на выбранном важном моменте: "Посмотрите, чем один объект отличается от другого. Обратите внимание на эти замысловатые детали". Или же: "Посмотрите, как она реагирует на его слова. Посмотрите, что она делает... обратите внимание на то, как она это делает".

Про что это?

Каждый кадр, возникающий на экране, зрители видят и слышат впервые. У них есть считанные секунды на то, чтобы понять, что вы хотели им передать. Неудивительно, что иногда они приходят в замешательство!

Если вы были недостаточно внимательны, строя план, зрители могут "смотреть не туда", так как их внимание в кадре привлечет более заметный, яркий, красочный или необычный объект!

Длительность плана также имеет большое значение. Если вы слишком затянете его, зрители наверняка начнут засыпать. А если планы окажутся слишком короткими, они будут мелькать перед глазами, но "не доходить"!

Независимо от того, описываете ли вы какой-то технологический процесс или рассказываете анекдот, ваша задача - помочь зрителю понять ваш замысел, направить его мысли по нужному пути. Вы не должны путать зрителя или сбивать его с толку. Ваша съемка должна основываться на ясной логике, за которой нетрудно следить. Зритель не сможет переспросить вас или вернуться назад на несколько страниц и перечитать написанное. Он должен все уловить с первого раза.

Если вы не позаботитесь о тщательном подборе кадров, то зрители будут вынуждены разглядывать каждую "картинку" в отдельности, пытаясь (верно или неверно) догадаться, к чему она им показана. Если у них не будет ни малейшего понятия о том, куда следует смотреть (или если им туда смотреть будет неинтересно), они станут следить за тем, что больше всего привлекает внимание. Бессвязные "картинки" порождают бессвязные мысли.

В очень редких случаях вам действительно может понадобиться озадачить, запутать или заинтриговать зрителей, чтобы усилить драматическое или комическое напряжение. Однако в большинстве ситуаций, когда зритель сидит озадаченный, соображая что к чему, или что бы это такое могло быть, или почему камера перенеслась с чего-то интересного для него на эту новую и непонятную сцену, это означает, что вы что-то сделали не так!

Некоторые режиссеры злоупотребляют "загадочными картинками", пытаясь внести в фильм какое-то разнообразие или проявить оригинальность. Камера задерживается на отражении здания в луже, на каких-то цветах у обочины, на собаке, спящей у дороги... Все это, похоже, не имеет никакого отношения к сюжету! Сбивать с толку могут иногда даже кадры, на которых объект заснят сквозь декоративный передний план.

Если план уместен и способствует развитию сюжета, он может быть сколь угодно необычным. Но если зритель приходит от него в замешательство или начинает задумываться о том, насколько этот план интересен сам по себе, независимо от того, что на нем снято, это значит, что план вам не удался.

Загроможденный план.

Если вы не сумеете привлечь внимание зрителей к определенным моментам сцены, то они, скорее всего, будут смотреть не на то, что вам надо, или заскучают. Когда кадр до предела загроможден (толпа людей, забитые полки или увешанная картинами стена), зрителю трудно как следует сосредоточиться на чем-то одном, и все вместе он тоже не может рассмотреть как следует. Возможно, вы просто хотите сказать: "Не правда ли, какое разнообразие)" или "Посмотрите, какая огромная коллекция!" Однако в результате зрителю может показаться, что он вообще ничего не увидел, так как ни один предмет как следует не разглядел.

Очень часто кадр получается гораздо лучше, если вы изолируете показываемый объект.

С этой целью можно

подойти поближе (крупный план);

поменять ракурс;

уменьшить глубину резкости, чтобы в фокусе находился только главный объект съемки;

отодвинуть главный объект подальше от других;

обыграть цветовой или светотеневой контраст;

использовать композиционную перспективу;

расположить объект в кадре повыше;

выделить объект светом (яркое пятно, резкие тени).

Мне плохо видно!

Старайтесь избегать моментов, когда зритель попросту не может увидеть то, что вы хотите ему показать. Так случается, если кадр снят слишком дальним планом, если что-то затеняет объект, или даже если чей-то палец закрывает табличку с надписью, которую зритель должен был прочитать. Кадры, снятые с близкого расстояния, очень хороши, когда мы хотим показать детали. Однако иногда кадр, снятый слишком крупным планом, не позволяет зрителю увидеть весь предмет. Можно, к примеру, сделать кадр, в котором будут видны лишь несколько зубьев шестеренки, но чтобы понять, как работает станок, нам нужно увидеть гораздо больше.

Композиционные принципы.

Давайте подумаем о том, что нам нравится, а что не нравится видеть на экране. На этом пути мы обнаружим все композиционные принципы, которые нам важно знать.

Короткий план.

Когда мы разглядываем неподвижное изображение - будь то рисунок на книжной странице, проекция слайда на экран, или висящая в музее картина, у нас есть возможность задержаться и вглядеться. Мы можем подробно рассматривать его столько, сколько захотим. Разглядывать кадры на теле - и киноэкране не спеша, размышляя, просто невозможно. Каждый план появляется лишь на короткое время, он длится от доли секунды до, самое большее, полминуты, затем сменяется другим. Каждый план должен мгновенно обнаруживать свой смысл. Каждый план должен сразу производить впечатление.

Что заставляет скучать?

Что делает кадр скучным? Очень многое зависит от вашего отношения к тому, что показано. Любой кадр будет скучен, если вы не увидите в нем ничего интересного лично для себя, если вам совершенно безразлично, что это за люди, где они находятся, чем они заняты. Именно поэтому слайды, заснятые малознакомыми людьми во время отпуска, интересны вам гораздо меньше, чем тем, кто их снимал.

В кадре можно показать, скажем, однообразную водную гладь океана. Скучно! Но если при этом последует, например, такой комментарий: "В этом опасном районе после многолетних самоотверженных поисков водолазы обнаружили затонувший испанский корабль с сокровищами... ", - мы уже будем смотреть на изображение другими глазами, хотя в действительности на экране нет ничего особенного! С подобными вещами вы будете сталкиваться постоянно. Без соответствующего комментария подобные кадры мгновенно вызвали бы у зрителя зевоту. Но поскольку у нас возникает интерес, а эти кадры длятся очень недолго, они способны привлечь и удержать внимание. Таким образом, привлекательность любого плана зависит частично от того, что на нем показано, частично от того, о чем в нем идет речь, и частично от того, насколько вам удалось заинтересовать им зрителя.

Кадр с изображением голой пустыни может быстро надоесть; однако, если зритель различит вдали какой-то крошечный движущийся предмет, это подогреет его любопытство. Что происходит, если вы продолжаете держать этот план? Обычно, интерес падает. Но при других обстоятельствах, наблюдая точно такой же план, зрители могут подпрыгивать на стульях от нетерпения, желая побыстрее узнать, кто же из путешественников остался в живых.

Если в кадре слишком много достойных внимания объектов, взгляд зрителя будет метаться между ними, не зная, на чем остановиться. Если же в кадре слишком мало объектов, интерес к нему быстро пропадает. Когда в кадре нет никаких визуальных акцентов, привлекающих внимание, взгляд блуждает. Но если вы сумеете расположить вещи таким образом, чтобы главный объект выделялся из окружающей обстановки, зритель сосредоточится на нем, не отвлекаясь на окружающее без нужды.

Необычные планы.

Иногда возникает соблазн сделать необычный, оригинальный, острый план, останавливающий взгляд и вызывающий удивление. Сильно искаженная перспектива на крупном плане, снятом "широкоугольником"; съемка с очень низкого ракурса; причудливые и фантастические отражения - все это очень хорошо, если вам нужно добиться сильного драматического или комического эффекта. Однако необычные точки съемки не только делают необычным изображение; они привлекают внимание сами по себе. А от реального объекта съемки при этом внимание отвлекается.

Границы кадра.

10% - опасная зона для важных деталей

20% - опасная зона для субтитров

Обычно кромки плана на экране пропадают (из-за того, что кинескоп осуществляет развертку изображения с небольшим "перебором"). Чтобы существенный момент действия или субтитры не оказались за пределами экрана, старайтесь, чтобы они находились в указанных на рисунке безопасных зонах.

а) Наружные 10% площади плана опасная зона для любых важных деталей.

(б) Наружные 20% площади плана безопасная зона для показа действий - опасная зона для субтитров.

(в) 80% внутренней площади плана - безопасная зона для титров

Люди в кадре



Избегайте показа человеческой фигуры в кадре так, чтобы границы кадра обрезали фигуру точно "по суставам". Кадр выглядит лучше, если его границы проходят где-то в промежутках. Старайтесь также не допускать, чтобы человек прислонялся или садился на рамку кадра.

Тесные кадры

Если вы возьмете объект съемки слишком крупно, ему будет тесно в кадре - не останется места для жестов и движения, и существенная информация может в камеру не попасть. Свободное пространство над головой: Следите за дистанцией от верхнего края кадра до макушки снимаемого человека. Если свободное пространство будет недостаточным (тесным), возникнет впечатление, будто рамка давит на людей сверху, а на экране телеприемника макушку может отрезать. Слишком большое пустое пространство над головой нарушает баланс плана, и кроме того, оно может отвлечь на себя внимание зрителей.

Правило "тройного Деления"

Если композиционно разделить экран по вертикали или по горизонтали на четное количество частей (пополам, на четыре равные части), результат, как правило, получается скучным. Следует избегать, например, того, чтобы линия горизонта располагалась точно посередине экрана.

Вы часто будете сталкиваться с упоминанием о правиле "тройного деления", помогающем строить композицию "картинки". В соответствии с этим правилом, вы должны мысленно начертить на мониторе сетку, разделяющую экран по вертикали и по горизонтали на три равные части. После этого вам следует строить композицию кадров таким образом, чтобы главные объекты размещались по линиям этой сетки или на их пересечении. Это, конечно, очень механическое правило. В действительности, на положение объектов в кадре влияют их размеры, форма, яркость, взаимодействие с фоном, относительная важность, и так далее. Со временем вы начнете строить композицию кадров инстинктивно, бессознательно учитывая правила и принципы. Для начала, однако, правило "тройного деления" неплохо запомнить.

Если разделить кадр строго пополам, это создаст лишь формальный баланс - обычно скучный и монотонный. Разделение его на три равные части может привести к появлению быстро узнаваемых механических пропорций. Самым привлекательным композиционным делением оказывается деление в пропорции 2: 3 или 3: 5.

Как облегчить последующий монтаж?

В процессе съемки можно различными способами облегчить последующий монтаж (так называемая "съемка под монтаж"):

Не старайтесь до предела укорачивать планы.

Всегда снимайте начало и конец действия с запасом, чтобы на пленке оставались "зазоры" для последующего монтажа. Не ограничивайтесь съемкой только самого момента действия.

Там, где это возможно, начинайте и заканчивайте длинное панорамирование "остановленным" (статичным) планом.

При игровой съемке (там, где действие для вас могут повторить) целесообразно начинать каждый новый фрагмент со слов и действия, которыми заканчивался предыдущий фрагмент.

Запасной монтажный материал.

Старайтесь всегда снимать материал для перебивок, показывающих окружающую обстановку, общий вид места действия, реакцию свидетелей события и т.п.

Подумайте, не понадобятся ли вам кадры со специфической реакцией (утвердительный или отрицательный кивок и т.п.).

Для того чтобы при монтаже был выбор, иногда бывает полезно снять одну и ту же сцену и в замедленном, и в ускоренном темпе (например, медленное панорамирование, быстрое панорамирование).

Общие планы.

Всегда начинайте съемку с экспозиционного общего плана места действия (так называемый "адресный план"), даже если в конечном счете он вам и не понадобится.

Попробуйте сначала снять общий план, охватывающий сцену действия целиком, а затем повторите действие, снимая его детали крупным планом.

Брак.

Если какой-то план оказался неудачным, не записывайте поверх него новые кадры (не стирайте его с ленты). Отдельные его части могут пригодиться при монтаже.

Если последовательность действия оказалась нарушенной, иногда лучше заново заснять сцену целиком с самого начала. В иных случаях можно установить камеру под другим углом (или изменить величину плана) и продолжить съемку действия с момента, предшествовавшего ошибке ("подхваченный" кадр).

## Творческие профессии на телевидении

В шестидесятые годы любого журналиста, работающего в кадре, называли "комментатор". С течением времени более точно определились основные "амплуа", в которых журналист предстает перед телезрителями. С течением времени более точно определились основные "амплуа", в которых журналист предстает перед телезрителями. Каждому из видов экранной деятельности присущи особая методика работы, особые правила, соответствующие его специализации; смешивать их было бы непрофессионально.

Телерепортер (корреспондент).

Комментатор.

Обозреватель.

Интервьюер (мастер больших интервью, аналитик или "портретист").

Ведущий (дискуссии или иной диалогической передачи; за рубежом именуется модератор).

Ведущий ток-шоу.

Ведущий информационной программы (в США бытует термин "анкормэн", что означает "человек-якорь", или словосочетание "ньюз презентер" - "представляющий новости"; иногда используют образное выражение "человек, делающий погоду", но всегда решительно отделяют данного специалиста от комментатора, репортера и т.п.).

Практика отечественного телеэкрана не всегда дает возможность увидеть какое-либо из перечисленных "амплуа" в идеальном, чистом виде. Иногда сама форма сложной, комбинированной передачи требует от журналиста "переключения" на ту или иную роль: скажем, некоторые ведущие московского городского телеканала выполняют обязанности интервьюера, комментатора, порой модератора, не говоря об их непременном редакторском участии в отборе и компоновке материала. Важно лишь, чтобы в каждый из моментов передачи выдерживались законы жанра, например интервьюирование не смешивалось бы с комментированием (а такой недостаток присущ в том же московском канале нескольким ведущим на протяжении многих лет. Да и в других программах случается, что интервьюер говорит значительно больше, чем его собеседник, считает себя обязанным высказаться по каждому поводу, заявить о себе и своих мыслях).

Молодой журналист рано или поздно определяет для себя некие рамки профессиональных возможностей, т.е. старается делать то, что лучше удается. С возрастом амплуа журналиста может измениться, но пределы изменений все же существуют: это психофизиологические особенности организма, которые не следует игнорировать. Один из блестящих мастеров обдуманного до последней фразы комментария на международные темы вдруг оказывается беспомощным, взявшись вести телемост, где требуются молниеносная реакция и способность к остроумной импровизации. И наоборот, хорошо работающий в уличных репортажах, в общении с собеседниками на поле или на стадионе репортер часто не выдерживает студийного монолога, крупный план угнетает его, за столом, в кресле он выглядит неестественно, неорганично.

Даже в театре понятие амплуа связано не только с внешними данными и психофизиологическими особенностями актера. Теоретики театра подчеркивают, что важен синтез физических, моральных, интеллектуальных и социальных черт. Не учитывать этого нельзя и в журналистике. Бывает, что интервьюер-портретист, снискавший славу светскими беседами с деятелями искусства, терпит провал, взявшись за интервью с политиком, а отличный ведущий-информатор оказывается смешон в роли комментатора-аналитика или неловок в ток-шоу. Таких примеров, к сожалению" достаточно: никто не помогает журналистам "найти себя", свое амплуа, свой осознанно формируемый экранный имидж. Сказывается нехватка режиссеров, которые были бы заинтересованы в такой работе с экранными персонажами - журналистами.

Знаменитый Уолтер Кронкайт, чья внешность вселяла успокоение и чувство надежности в американскую телеаудиторию 60-70-х годов, был допущен к пульту ведущего информационной программы Си-би-эс лишь после многолетней работы в качестве корреспондента. Ставка на молодых ведущих в США не оправдала себя: американцы склонны больше доверять в политическом анализе и отборе новостей мужчинам среднего возраста. Размышляя о своих преемниках, Кронкайт с некоторой горечью писал: "Много молодых людей из тех, что раньше шли на сцену или снимались в кино, теперь приходят на телевидение. Это красивые люди, которые хотят быть "звездами", но они мало заинтересованы в журналистике. Их гораздо больше интересуют деньги, слава, популярность. Они проходят обучение в "коммюникейшн скулз", которое не приносит особой пользы, так как никто не учит там молодых людей, как надо писать. А без этого невозможно стать хорошим журналистом". Среди студентов в России тоже распространено мнение: на телевидении необязательно уметь писать. Глубочайшее заблуждение! Обилие мало что умеющих людей на телевидении России в начале 90-х годов было связано со сменой политических структур и с уходом профессиональных, но политически неуместных в новой обстановке журналистов и режиссеров.

В романе Артура Хейли "Вечерние новости" упоминается, что молодым людям с дипломом журналиста на американских телестанциях предлагается поначалу черновая работа, вроде просмотра местной прессы и сбора материала для штатных репортеров. О самостоятельных репортажах они только мечтают, такая работа достается не всем и не сразу. Эго объясняется высокими профессиональными стандартами, выработавшимися в условиях конкуренции телестанций и сетей. Рядовой американский телекорреспондент в конце 80-х годов зарабатывал около 100 тысяч долларов в год (в 7-8 раз больше среднестатистического американца), ведущие общенациональных сетей - до трех миллионов долларов в год.

Восхождение будущей телезвезды начинается, как правило, на не - большой провинциальной телестанции, затем следует переезд в более крупный город, и уже потом замеченный талант получает приглашение на общенациональную сеть. Вообще американское общество более мо - бильно хотя бы из-за отсутствия системы прописки и "квартирного во - проса", это обеспечивает приток лучших сил из провинции, чего так не хватает российским центральным учреждениям. Путь из американской глубинки к вершинам популярности прошли Питер Дженнингс, Дэн Ра - зер, Том Брокау, Фил Донахью. В США репортер, интервьюер, комментатор так и именуется - "талант", без всякой иронии, поскольку талант является непременным профессиональным качеством человека, претендующего на регулярное присутствие в миллионах домов. На "таланта" работают остальные участники сбора новостей, так как от него зависят рейтинг программы и доход станции. Способность работать в коллективе - необходимое качество тележурналиста, оно неизменно присутствует в списке обязательных профессиональных качеств во всех пособиях по тележурналистике. Приведем один из таких списков полностью:

"Кроме физических данных - хорошей внешности, приятного голоса и правильного произношения - диктору-журналисту нужны: широкое образование, знание жизни и людей; ум и находчивость; чувство юмора; терпение; воображение; энтузиазм; скромность, основанная на вере в себя; способность работать в коллективе". Авторы пособий единодушны в том, что большинство этих качеств - суть самой личности: либо они есть, либо их нет. Однако и то, что дано природой, необходимо развивать в течение всей профессиональной журналистской жизни.

## Редактор (продюсер) - организатор творческого процесса

В коллективном телевизионном творчестве очень важно, чтобы все его участники разделяли основные принципы общего дела. И главная роль в достижении такого понимания принадлежит продюсерам и редакторам. Эти люди, как правило, не работают в кадре. Разделение труда между занимающими эти должности специалистами в России только складывается, и потому мы ограничимся следующим напоминанием: продюсер, в отличие от редактора, отвечает и за финансовую сторону подготовки программ. В остальном их функции близки. Встречающиеся в титрах "креативный продюсер" означает творческий, "исполнительный продюсер" - организатор съемок, монтажа.

Мастерству литературного редактора посвящен на факультетах журналистики особый курс. Редактирование на телевидении начинается с составления планов рубрики (а иногда и ее концепции), с подбора авторов - исполнителей замысла редактора, а заканчивается корректировкой сценария прямой передачи или отснятого и смонтированного видеоматериала в соответствии с творческими задачами рубрики. Редактирование выпуска новостей радикальным образом отличается от работы редактора в передаче "журнального" типа, выходящей, например, раз в месяц; редактор телефильма работает совсем не так, как его коллега, отвечающий за организацию ток-шоу. Но в любом случае литературный работник телевидения имеет дело не только со словом, но и с экраном, а потому в первую очередь заботится о драматургии телевизионного зрелища, каким является любая передача. Об этой стороне дела не всегда задумываются приходящие на ТВ журналисты-газетчики, а потому их передачи зачастую скучны, не вызывают эмоциональной реакции зрителей, хотя газетчик часто лучше разбирается в рассматриваемой на экране проблеме, чем его коллега с телевидения. Поэтому в практике наиболее удачным получается содружество двух людей: один знает проблему, другой - специфику телевидения. Эти двое - автор и режиссер (например, А. Стреляный и М. Колдовская в упоминавшемся здесь фильме "Архангельский мужик") или автор и редактор.

Деликатные проблемы, не имеющие аналогов в печатной журналистике, возникают перед редактором телевидения при подборе и приглашении участников передачи. Если для газетчика при выборе собеседника для интервью решающее значение имеет лишь компетентность данного человека, специалиста в той или иной сфере деятельности или очевидца исторических событий, то для участия в телепередаче этого недостаточно. В передаче участвует сам человек, а не только информация, которой он владеет. Значит, надо редактору иметь представление о внешности предполагаемого собеседника (в ней всегда отражается его духовный облик); надо быть уверенным, что не возникнут препятствия для эффективного изложения мыслей, связанные с физическими недостатками собеседника (заикание, потеря голоса от волнения и т.п.). Опасно поэтому договариваться с будущим собеседником по телефону - явившись прямо к часу эфира в студию, он может невольно преподнести редактору такие сюрпризы, которые поставят под вопрос само проведение передачи. Лучше всего провести предварительную встречу - для того чтобы условиться о содержании эфирной беседы, а заодно посмотреть на человека и тактично дать некоторые советы в отношении его одежды, для дам - косметики и украшений. Можно, например, напомнить, что замысловатая брошь или тяжелые серьги отвлекут внимание зрителей от содержания беседы, голубое платье в эфире может "пропасть" (если в студии используется техника "блюбокс" - замещение голубого фона каким-либо изображением). Разумеется, если предполагается приглашение нескольких десятков людей, то предварительная встреча с каждым (или общая встреча заранее) проблематична - и тут остается положиться на волю обстоятельств; среди массы людей почти всегда найдется несколько интересных персонажей. Впрочем, опытный редактор может и "внедрить" в толпу несколько заведомо надежных, способных к оригинальным суждениям и живой реакции знакомых людей, и это будут не фальшивые "подсадные утки", а инициаторы раскованного, неформального, содержательного общения в студии.

Редакторы-исследователи, старшие и младшие продюсеры составляют непременную "свиту" всякой более или менее заметной западной "телезвезды". Их подготовительная работа обеспечивает успех передачи, которая всегда готовится слаженной "командой", На просторах наших независимых государств еще предстоит овладеть таким стилем работы. Для отечественных журналистов подчас предпочтительнее демонстрация личной независимости от чего бы то ни было, в том числе и от коллег, а порой и от здравого смысла. В результате "звезды" выходят в эфир неподготовленными и порой буквально "тонут" на глазах зрителя. В качестве примера приведем реплику ведущей программы "Добрый вечер, Москва!" (май 1992 г) в беседе о последних днях царской семьи. Услышав от приглашенной в студию итальянской писательницы фамилию цареубийцы (Юровский), журналистка оживилась: "А, Юровский! Да, знаю, говорят, он преподает в университете и даже появляется у нас на телевидении".

Готовя передачу о расстреле семьи Николая II, продюсер или редактор мог бы снабдить "звезду" соответствующим досье - ведь опубликовано достаточно материалов о судьбе всех причастных к этой трагедии лиц. Интервьюеры встречались, в частности, с вице-адмиралом в отставке А.Я. Юровским в его квартире на Охте (один из районов Санкт-Петербурга), и он рассказывал о своем отце, давно отправившемся вслед за убитым им царем. Разумеется, будь ведущая посообразительней, она бы и сама поняла, что нельзя стрелять в 1918-м и преподавать в 1992-м.

В результате недостаточной культуры подготовки и редактирования телепередачи в эфир идет не всегда достоверная информация, что подрывает авторитет телевидения.

Редактор (продюсер) высокого уровня, занимающий руководящую должность в телевизионной иерархии, продумывает стратегию вещания; обеспечивает сбалансированность позиции телевидения, занимаемой по важнейшим и достаточно спорным общественным вопросам. От редактора такого уровня зависит и организация сбора информации, работы многочисленных репортеров, которые должны чувствовать постоянную поддержку своей телекомпании, работая подчас во фронтовых условиях, иногда в самом прямом смысле этих слов. И здесь вполне уместно привести фрагмент статьи из газеты "Известия". "Увы, эсэнгешные репортеры в зоне боевых действий по сравнению со своими коллегами, работающими на западные компании и агентства, представляют собой довольно жалкое зрелище. Зажатые тисками скудного командировочного бюджета, с примитивной техникой, а то и вовсе без нее, они проигрывают своим благополучным собратьям по всем статьям. Как это ни печально, о том, что творится в близком нам Нагорном Карабахе, за рубежом знают гораздо лучше нас. Пока отечественное телевидение передает мнения посольств Азербайджана и Армении в Москве, да не слишком свежие репортажи, полученные от бакинских и ереванских журналистов, человек, включивший телевизор в США или в любой европейской стране, видит события, произошедшие в нашей "горячей точке" всего несколько часов тому назад. Постоянные бригады зарубежных редакций действуют по обе стороны фронта. Их сотрудники, как правило в бронежилетах, застрахованные на крупные суммы, совершенно не стесненные в средствах, при помощи спутниковых антенн по нескольку раз в день перегоняют заказчикам самые свежие новости. Они всегда готовы щедро платить за любые сведения, за помощь. Как хвастались представители одной телекомпании, им за порядочную сумму ради эффектных кадров удалось даже "купить" залп установок "Град".

Итак, телевизионный редактор - это не только литературный работник, но прежде всего организатор "добычи" и оформления экранной "картинки" - визуальной информации во всем ее разнообразии. И если сообщения ИТАР - ТАСС в "Вестях" на протяжении месяца сопровождаются одними и теми же кадрами (например, схватка на крыше автобуса в Тбилиси была до тонкости изучена за месяц всеми телезрителями), это свидетельствует о слабости именно редакторской службы на телевидении, об ориентированности вчерашних газетчиков на слово, а не на изображение. Если новости подкрепляются заведомо старыми кадрами, значит, телесообщение "раздокументируется". Совершенно недопустимо, чтобы сводки новостей (в "видеообзорах") походили на монтаж старой кинохроники. Редактор, подменяющий факт не имеющим даты образом, просто "подходящей картинкой", не понимает истинной специфики телевизионной журналистики.

Редактор новостей наделен большими правами по отношению к репортерам. Он может потребовать от репортера сократить материал или изменить его компоновку; редактор, наконец, может и вовсе не выпустить репортерскую работу в эфир.

## Телерепортер

Обзор журналистских экранных профессий мы начинаем с профессии репортера, как самой массовой, самой многогранной, наиболее органичной для раскрытия способностей молодого журналиста. Профессия репортера (корреспондента) имеет множество разновидностей: репортер может специализироваться как "по горизонтали" - в определенной сфере человеческой деятельности (новости науки или медицины, уголовная хроника, политика, экология и пр), так и "по вертикали" (все новости одного региона). Есть репортеры-универсалы, чья работа соответствует престижной газетной должности "специальный корреспондент" (в США таких называют "генералист"). Некоторые небогатые телекомпании предпочитают их узким специалистам. Такой репортер должен уметь применять наиболее общие принципы беспристрастного исследования к любому предмету. Генералист, который знает об этом предмете ненамного больше, чем аудитория, может сделать репортаж более простым и доступным, чем эксперт. Кроме того, всегда есть опасения, что репортер-специалист будет пристрастен в невольном отстаивании того, что ему кажется истиной. К тому же генералистов можно использовать гораздо интенсивнее, чем специалиста, не имеющего своей ежедневной рубрики в новостях. Большинство репортеров во всем мире работают в службах оперативной телеинформации, но есть и такие, что заняты тщательными и довольно длительными телерасследованиями. Некоторые связали свою судьбу с определенной рубрикой культурно-просветительного толка, с тележурналом. Можно привести в качестве примера российские программы "До и после полуночи", "Под знаком пи" и другие, где известный ведущий опирается на группу профессионалов-репортеров, которые, собственно, и делают всю внестудийную часть передачи, придавая ей своеобразие каждый своим личным стилем.

Репортерская работа - это проникновение телевидения в реальную жизнь. Без репортерства тележурналистика свелась бы к показу "говорящих голов" в студии. Репортер - беспристрастный и точный посредник между зрителем и реальностью. Суть профессионального мастерства репортера сводится к трем компонентам:

1) оказаться вместе со съемочной техникой там и тогда, где и когда происходит нечто общеинтересное, общезначимое;

2) вместе с оператором выбрать, зафиксировать, выстроить ряд кадров, который бы дал яркое представление о происходящем, и, наконец,

3) сопроводить кадры лаконичным рассказом, вскрывающим суть видимых событий.

Выполнение первой части задачи зависит и от самого репортера, и от сложившейся в данной телеорганизации системы работы. Система основана, как правило, на тщательном планировании событий, о которых что-либо можно узнать заранее (тогда репортерская группа прибывает на место заблаговременно), и оперативном реагировании на внезапно возникающие обстоятельства. Так или иначе события можно планировать: метеосводка, к примеру, подскажет, в каком направлении движется ураган или где ожидать лесных пожаров; спецсвязь, установленная в репортерской машине или вертолете и настроенная на волну милиции, скорой помощи и пожарных, позволит не пропустить городские происшествия и т.д.

Оперативность репортера зависит и от его находчивости, и от имеющейся в его распоряжении техники, и от слаженности работы группы. "Однажды зимним днем съемочная группа сент-луисской телестанции, возвращаясь с задания, застревает в дорожной пробке на заснеженной скользкой дороге. Она везет два видеосюжета для шестичасового выпуска новостей, а уже 15.30. Ясно, что добраться до телецентра в срок не успеть. Съемочная группа быстро выходит из положения: ПТС съезжает на обочину, видеоинженер поднимает на крыше антенну, а репортер связывается с редакцией по системе мобильной связи. За несколько минут видеосюжеты переданы на станцию, несмотря на сильный буран. Одновременно репортер по радиосвязи передает указания относительно монтажа. Редактор быстро приводит материал в надлежащий вид. На все уходит 20 минут. Более того, застрявшая съемочная группа решает использовать свое положение на благо информации: в конце концов пурга - тоже важное событие дня. Прямой репортаж из дорожной пробки идеально ложится в раздел о погоде и состоянии дорожного движения". Это эпизоды из книги И. Фэнга (США, 1985).

Помимо общередакционного планирования новостей каждый репортер имеет свои источники "опережающей" информации: о готовящихся событиях, о том, что интересного происходит в различных сферах жизни. Просмотр больших и малых газет, прослушивание радио также позволяют журналисту постоянно быть в курсе происходящего и в случае необходимости быстро оказаться на месте события.

Следует учесть, что по крайней мере половина всех новостных сюжетов любой телестанции мира не относится к сверхоперативным новостям (так, сюжет о новой научной разработке или об уличных ресторанчиках в экзотическом уголке планеты может быть снят и выдан в эфир без лишней спешки). Часто используется формальный "событийный повод". Пример: "Сегодня пермская фабрика Гознака печатает почтовые конверты с новой символикой" - хотя она их печатает, может быть, уже в течение месяца.

Выезжая на съемку, репортер в мыслях уже видит в общих чертах будущий экранный материал, поскольку съемка и монтаж всегда подчинены определенным закономерностям, оставляющим, впрочем, достаточный простор для репортерской изобретательности и операторского творчества. Закономерности связаны с ограничениями по времени: если планируется 20-секундный сюжет, то придется ограничиться самым общим представлением о событии; в наиболее распространенном, 60-75-секундном, уже надо заботиться о композиции и элементах драматургии. "Каждый информационный сюжет должен иметь четкую структуру и конфликт, проблему и ее разрешение, развитие и свертывание действия, т.е. начало, середину и конец", - пишет продюсер вечерних новостей Эн-би-си Ройвен Франк, практически следуя правилам Аристотеля, которые считаются архаичными для театрального авангарда, но оказались вполне уместными в теледокументалистике. Авторы и российских и зарубежных пособий по тележурналистике с редким единодушием советуют репортерам (если речь не идет о съемках пожара) провести на объекте предварительную разведку, познакомиться заранее с участниками предполагаемого события, наметить план съемок и кандидатуры собеседников для интервью, продумать вопросы к ним, общий сценарный "ход" репортажа, все "повороты" и "изюминки". Репортеры отечественного телевидения почти столь же единодушно считают это "выдумкой теоретиков" и являются на съемку сразу с группой. Результат - шаблонно снятый материал, но не это самое огорчительное. Таким методом работы репортер ставит преграду на пути развития собственной личности. Он уже не станет исследователем, автором фильмов, не имея навыка искать суть за внешними проявлениями.

Один из сотрудников Си-би-эс учит молодых коллег так: "Самая главная ошибка начинающего журналиста состоит в том, что в его манере подачи информации не чувствуется срочности сообщения. Новостям должны быть присущи срочность и волнение. Но в изложении многих из нас новости выглядят какими-то обычными, заурядными... Надо найти способ передать свое собственное волнение и интерес к материалу. Если это удастся, то на экране у вас будут живые глаза и бодрый вид, а это весьма привлекательно".

Репортерство - наиболее универсальная работа на экране, включающая в себя умение произнести краткий монолог, сценарно выстроить сюжет, взять краткое информационное интервью, не нарушающее этой выстроенности. Прежде, когда информационная программа "Время" должна была выглядеть как "трибуна трудящихся", интервью было непременным компонентом каждого репортажа. Доклады, свидетельствующие о верности партии и перевыполнении плана, нельзя было, конечно, считать полноценными интервью, ибо вопрос журналиста предполагал вполне однозначный ответ. Теперь всякий раз репортер должен решать для себя: действительно ли интервью необходимо, может ли собеседник дополнить сообщаемое репортером? Это может быть, к примеру, рассказ очевидца, т.е. нечто субъективное: такие интервьюируемые нередко дополняют друг друга. Их высказывания необходимы, если репортаж ведется по следам события, а сам репортер его не видел. О сути научного открытия также уместнее поведать ученому, а не репортеру, который лишь помогает сделать сюжет интересным, но ручаться за достоверность научных данных ему едва ли следует. Это может быть и суждение о текущих событиях как эксперта, так и "человека с улицы", но в таких случаях нельзя забывать об одном правиле - все имеет своих сторонников и противников. "Выслушайте аргументы обеих сторон, - советует И. Фэнг, - и изложите их соперникам - желательно перед камерой". В отечественной практике это правило соблюдается не всегда - нередко роль носителя истины берет на себя репортер, что по мировым стандартам недопустимо. Зритель видит в репортере подобного себе человека, имеющего свое суждение обо всем на свете, но, как считает И. Фэнг, "это вовсе не означает, что у репортера есть лицензия на комментарий и выпячивание своего "я". Проявление этого "я" бесспорно лишь в следовании общечеловеческим ценностям: сочувствии родственникам пострадавших в катастрофе, детям-сиротам и т.п.

Но количество ситуаций, где добро и зло так четко разграничены и явны, вовсе не велико. В случае межнациональных конфликтов репортеру не следует высказывать какие-либо суждения, лучше ограничиться фактами. Однако в наших информационных программах, к сожалению, подчас суждений бывает больше, чем фактов: к мнению репортера добавляет свое ведущий, а зритель вынужден искать крупицы истины непосредственно на экране.

Организационная суета на съемках не оставляет репортеру времени для особых раздумий, но все же, по мнению И. Фэнга, "большинство даже опытных репортеров готовят и заучивают запутанные и важные факты, а также цифры, прежде чем встать перед камерой... Для получения удовлетворительного результата требуются два-три дубля с разными формулировками и акцентами. Оператор помогает определить, какой дубль наиболее удачен, а в каком голос репортера звучит напряженно или вяло, в каком он выглядит излишне серьезным или безразличным и т.п." Репортер выступает как посредник в освещении новостей. И только. Он представляет на событии интересы в сей аудитории, а не отдельных ее частей, и уже поэтому не может становиться на какую-либо сторону в социальном конфликте. Но вот корреспондент "Панорамы Подмосковья", вернувшийся из южных районов Московской области, рассуждает о вине областной администрации в плохом урожае ячменя и снижении надоев, сокращении поголовья скота. Он опирается на суждения сельских специалистов (естественно, не признающих свою вину и кивающих на начальство). Если бы в студию были приглашены "обвиняемые", если бы правило баланса мнений было соблюдено, телевидение было бы не в чем упрекнуть. Позиция "народного заступника", "борца с бюрократами" должна сочетаться с безупречной объективностью - только тогда репортер может не опасаться опровержений.

Обвинения в предвзятости и подтасовке ответов нередко звучат после уличных опросов населения по какому-либо политическому поводу. Конечно, репортерский опрос далек от научно обоснованного, социологического. Говорить о репрезентативности не приходится. Порой редактор, давая задание, говорит: "Привезешь три положительных ответа и один отрицательный". Однако честный репортаж может нарушить такие замыслы. Так,19 августа 1991 г. на фоне "всенародного одобрения" чрезвычайного положения потрясшим страну сообщением о сопротивлении стал репортаж С. Медведева; всем запомнились железные прутья в танковых гусеницах и живое кольцо москвичей у Белого дома.

Но все же основные вопросы репортера: где? кто? каким образом? когда? И лишь в случае необходимости уточняющее: почему? - и по возможности реже: что вы думаете по этому поводу?

Репортаж по следам события близок журналистскому расследованию, тут уже следует упомянуть о целом направлении теледокументалистики, именуемом "репортерский фильм", где в непринужденном общении журналиста с собеседниками, в показе сегодняшней жизни переплетаются прошлое и настоящее. Репортер переходит от драматургии эпизода к драматургии протяженного во времени, разнообразного по приемам, но единого по стилю экранного произведения, где сам он, репортер, выступает как связующее звено; как человек, добывающий интересные свидетельства и факты, но не слишком претендующий на их обобщение. Так, известный московский телерепортер Олег Бобин прошел по местам, связанным с деятельностью основателя российской автомобильной промышленности Рябушинского, затронув и сегодняшние заботы основанного российским предпринимателем завода "АМО - ЗИЛ".

Репортер, ежедневный добытчик новостей, как правило, динамичный и достаточно молодой человек. Однако иногда к репортажу обращаются и маститые обозреватели, и "звезды" - ведущие новостей. Конечно, седовласому международнику вряд ли уместно скатиться с водяной горки в японском аквапарке, в отличие от молодого коллеги, однако само присутствие мастера придает вес любой теме. Ведущая информационной программы Татьяна Миткова вела репортаж с вертолета, пролетавшего над Чернобыльской АЭС в годовщину катастрофы, а Светлана Сорокина произносила свой текст на морском побережье, на фоне горящих нефтескважин Кувейта. Такие приемы поднимают престиж и "звезды" и телекомпании в целом.

## Комментатор и обозреватель

Мы переходим к рассмотрению профессии комментатора, подразумевая совершенно особую часть новостных передач, идущую за запятой в сакраментальной фразе: "факт священен, комментарий волен" (это основной закон журналистики на Западе). Слушатели "Голоса Америки" привыкли к замечанию о том, что "данный комментарий отражает точку зрения правительства Соединенных Штатов". Таким образом, комментарий - это точка зрения на факты, но не сами факты. В роли комментатора выступает опытный журналист, владеющий историей вопроса, специализирующийся на данной теме, имеющий моральное право выступать с прогнозами и оценками. Но и он стремится упомянуть о существовании других точек зрения, возможно, подвергнув их сомнению или критике. Итак, комментатор появляется в новостной программе (или после нее), когда необходимо разъяснить какую-либо сложную политическую проблему, поставить только что сообщенный в новостях факт в определенный историко-политический контекст.

Не все телевизионные организации могут позволить себе дорогое удовольствие содержать собственных комментаторов. Многие телестанции предпочитают приглашать для комментирования событий видных публицистов, политологов или иных специалистов, не работающих непосредственно на телевидении. По тому же пути шла и отечественная информационно-аналитическая телепрограмма "Итоги" (1992 - 1993). Считается, что комментарий должен облегчить слушателю формирование собственного мнения. И поскольку в аналитических передачах должны найти отражение все основные политические направления страны (кроме экстремистов, желающих не совершенствовать, а свергнуть существующую власть, поменять общественный строй), задача редакции состоит в том, чтобы "предоставить слово комментаторам, придерживающимся различных точек зрения". Аудиторию убеждает логика, темперамент, некоторая дистанция по отношению к материалу (невовлеченность в конфликт), за исключением общедемократических ценностей, связи политики с моралью. Безусловно, комментарий должен апеллировать к рассудку и благоразумию, а не разжигать эмоции.

Что касается актерских данных, комментатору они нужны не в меньшей, а, пожалуй, в большей степени, чем репортеру: ведь личность комментатора, весь его облик на протяжении всего выступления (3 - 5 минут и больше) служат важнейшим элементом аудиовизуального сообщения и могут либо усилить впечатление от произносимых слов, либо, наоборот, перечеркнуть весь эффект. Как считают авторы германского пособия, "журналист, сознающий, что ему надо выступать перед миллионной аудиторией и испытывающий при этом трепет, безусловно, произведет лучшее впечатление, чем тот, кто выступает с ощущением, что все только его и ждали. Тот журналист, который начинает переоценивать себя, делает первый шаг к профессиональной деградации".

Впрочем, некоторые телекомментаторы в противовес этой рекомендации предпочитают думать в момент выступления не о "миллионной аудитории", а об одном человеке, сидящем у телевизора, о таком, чьим мнением комментатор дорожит, на кого рассчитывает свое выступление. Умение видеть вместо телекамеры живого реального человека и обращаться к нему, а не в пустоту - один из признаков профессионализма на телевидении.

Комментатор обычно полностью пишет для себя текст предстоящего выступления, придерживаясь стиля устной речи. Об этом тексте зритель не должен догадываться: выступление выглядит как импровизация (опять-таки лишь в том случае, если перед нами телевизионный профессионал). Еще древние греки полагали, что искусство оратора состоит из трех частей: написание речи, разучивание ее и произнесение. В наше время предприняты серьезные попытки опровергнуть древних. Так, большой мастер экрана Ираклий Луарсабович Андроников утверждал, что всякая заранее написанная бумажка вредна для телевыступающего, что, вспоминая ее, он словно заглядывает к себе за лобную кость. Вместо текста Андроников предлагал проговаривать тему будущего выступления про себя или вслух. Сам он "обкатывал на слушателях" свои великолепные устные рассказы. Но следует учесть: метод Андроникова, как, впрочем, и древних греков, не универсален; все зависит от конкретной задачи, решаемой журналистом, от уровня его мастерства. Вероятно, текст не нужен, если есть уверенность, что в строго заданное время комментатор уложит все, что хотел сказать, не мучаясь над поиском формулировки, пользуясь яркими словесными образами, что найдется отточенная, захватывающая внимание первая фраза, будет обеспечена логика и четкость мысли и, наконец, эффектная запоминающаяся концовка.

Задача комментатора облегчается, если он имеет возможность пользоваться телесуфлером, т.е. читать свой текст в непринужденной манере, глядя словно бы в глаза зрителю и не скользя взглядом по пробегающим буквам. Впрочем, для этого тоже нужен определенный навык. И совсем облегчили свою жизнь журналисты, предпочитающие вовсе не показываться на экране, а просто читать комментарий под "картинку" из архива. Так, если речь идет о Карабахе - на экране Карабах, снятый, быть может, два года назад; упоминается, к примеру, какой-либо политик - и тут же на экране его портрет. Этот "жанр", возникший на отечественном телеэкране в начале 90-х годов, кажется информационно насыщенным и сугубо экранным, только едва ли он может заменить "живое" выступление авторитетного и известного народу публициста. Ведь комментарий - это помимо прочего влияние на умы и сердца, это форма политической деятельности. Платон утверждал, что красноречие есть искусство управлять душами. Вряд ли можно сказать это про чтение под "картинку".

Обозреватель - это специалист в какой-либо области, который ведет персональную телепередачу, высказывая личные суждения, вскрывая смысл показываемых видеофрагментов, беседуя с гостями студии. Как правило, это человек с богатым жизненным опытом: путешественник, объехавший весь земной шар, или космонавт, заслуженный врач или выдающаяся балерина. Разумеется, они должны прекрасно говорить о деле своей жизни, это непременный признак интеллигентного человека. Нужно еще "чувство камеры" - умение общаться с невидимой аудиторией, "талант популяризатора" - способность просто рассказать о сложном. По традиции журналист выполняет функции обозревателя чаще всего в тех случаях, когда речь идет о событиях в политической жизни страны и мира. Телевидение нередко приглашает на эту роль кого-либо из видных газетных публицистов, таких, как Генрих Боровик, Александр Бовин, Станислав Кондрашов.

Во-первых, обозреватель отличается от комментатора умением создавать сценарии сложной передачи "журнального" типа и вести общение в студии (иногда название передачи включает в себя имя обозревателя: "Вечер с Борисом Ноткиным"). Во-вторых, обозреватель старается быть выше политических пристрастий в отличие от политически ангажированного комментатора. Он скорее энциклопедист, чем пропагандист и агитатор. Но работа обозревателя и комментатора имеет и много общего: тот и другой существуют на экране ради их взглядов, суждений, эрудиции. Их личность знакома и интересна зрителю. Тот и другой, как правило, люди зрелого возраста, имеющие солидный жизненный опыт как основу для обобщений, сравнений, выводов. И обозреватель и комментатор блестяще владеют словом и способны артистично произносить публицистические монологи.

## Интервьюер, шоумен, модератор

Это три разные специализации телевизионного журналиста. Вдумчивый и пытливый интервьюер, динамичный и остроумный шоумен, спокойный до кажущегося равнодушия модератор. Выбор одного из трех амплуа может быть продиктован природным темпераментом журналиста, особенностями его характера. Но в основе всех трех разновидностей экранной работы лежит общение с людьми. Есть еще одна принципиально важная общая черта. Интервьюер, шоумен и модератор воздерживаются от высказывания собственных суждений. В этом противоположность их роли описанным выше комментатору и обозревателю. Если обозреватель, принимая гостя в студии, может пуститься в пространные рассуждения (особенно это было свойственно ведущим "Кинопанорамы" - от А. Каплера до Э. Рязанова), то интервьюер и шоумен проявляют свою индивидуальность лишь в продуманной постановке вопроса - такого, до которого не додумался бы обыкновенный телезритель, но направленного на по - лучение интересной для всех информации. А модератор может многого добиться лишь настойчивостью и последовательностью, если кто-то из собеседников пытается увернуться от невыгодной для него темы.

Но начнем по порядку. Интервьюер - самостоятельная журналистская специализация, хотя нет журналиста, который не занимался бы интервьюированием. Любой репортер обязательно задает вопросы. Однако большое портретное или проблемное интервью качественно отличается от репортерского, информационного. Об этом было уже упомянуто в разделе о жанре интервью. Здесь же, говоря о журналистских амплуа на экране, напомним: репортера интересует факт или мнение; если он вдруг заинтересуется чем-то иным (а кстати, расскажите о…) - это будет вовсе некстати. Информационное интервью бывает кратким и "по делу": психологические характеристики собеседника играют лишь второстепенную, вспомогательную роль. В портретном интервью именно психология выходит на первый план. А в проблемном собеседник подчас ставится в сложное положение, интервьюер тогда может напоминать следователя прокуратуры. Понятно, что уровень подготовки к интервью и методика его проведения (а интервью-портрет может длиться и 30 и 60 минут), принципиально отличаются от репортерской работы.

О том, что с одним собеседником можно говорить целый час и даже больше, отечественная аудитория узнала из работ Урмаса Отта. Этот эстонский диктор использовал опыт мирового телевидения (в Эстонии финское телевидение давно играло роль "окна в Европу"). Книга Урмаса Отта дает представление о методах его работы, но едва ли кому-либо удастся повторить этот опыт: Отт с его акцентом всегда воспринимался как иностранец, с которым говорят не совсем так, как с соотечественником. Расцвет Отта пришелся на период так называемой перестройки и гласности, когда многое говорилось с экрана впервые и воспринималось как откровение. Более глубокими оказались портретные интервью Андрея Караулова, сначала освоившего этот жанр в печатной публицистике (сборник интервью "Вокруг Кремля" он выпустил еще до своего прихода на телевидение). И хотя Караулов в одной из телепередач уверял, что не готовится к интервью, сам его жизненный опыт уже солидная подготовка. Вопросы Караулова выдают знание биографии собеседника и всего того, что последнему хотелось бы скрыть от широкой аудитории, - такого без подготовки достичь невозможно. В американских учебниках тележурналистики подготовка к большому интервью сравнивается с разработкой плана сражения. Если в информационном интервью репортер и его собеседник выступают как сотрудники, которым надо решить общую задачу, т.е. в доходчивой форме поведать что-то аудитории, и такое интервью может быть отрепетировано, то проблемное и портретное интервью всегда содержат "ловушки", нечто неожиданное для партнера. В этом драматургия подлинного интервью. В этом секрет популярности жанра. В этом, наконец, объяснение, почему хороших интервьюеров так мало, а тем, которые достигают успеха, обеспечены высокие гонорары и известность. Чтобы добиться откровенности и эмоционального накала интервью, журналист пускает в ход все психологические и актерские ресурсы своей личности; он должен передать своим обликом и взглядом величайшую заинтересованность, иногда сочувствие, в нужном месте - сомнение; иногда полезно притвориться непонимающим, чтобы собеседник яснее выразил свою позицию. Молодые журналисты боятся этого и механически кивают, даже если от волнения плохо слышат собеседника.

Как и во всякой телевизионной деятельности, хорошее интервью - плод длительного планирования и мгновенного реагирования. Интервьюер должен быть настолько "в теме", чтобы позволить своему собеседнику любые отклонения, но в конце концов мягко и неотвратимо подчинить его своему стратегическому плану, использовать как материал для создания волнующего зрелища. Тон и атмосфера интервью не менее важны, чем содержание: ваш собеседник должен ощущать постоянный контакт с вашими глазами, а не с телевизионной камерой. Опытные интервьюеры говорят о "флюидах", которые исходят из глаз, об интуиции и необъяснимой связи людей в настоящем диалоге. Вот что пишет об этом автор известного пособия по искусству речи П. Сопер: "Понаблюдайте внимательно двух-трех интеллигентных людей, занятых обсуждением интересной темы. Здесь нет и следа застенчивости; здесь полная серьезность и прямолинейность; один смотрит другому прямо в глаза, фигуры склоняются друг к другу; вспыхивающий взор, мимика, движения головы, рук, кистей подчеркивают их замечания. Чувство общения, связывая собеседников подобно электрическому току, поддерживает их взаимное внимание". Именно так должно выглядеть и телевизионное интервью, несмотря на всю искусственность его обстановки (камеры, студия, осветительные приборы, технический персонал и т.п.). Преодолеть эту искусственность, забыть о ней собеседнику помогает поведение интервьюера, словно не замечающего окружающей суеты и целиком сконцентрированного на процессе общения. А если контакта глаз нет - значит, нет и интервью, есть лишь серия более или менее связных высказываний.

Позиция интервьюера высшего класса по отношению к собеседнику может быть разной - от глубокого сочувствия до шутливого "пикирования", но в любом случае с первых фраз должна устанавливаться некая база для общения: если не киплинговское "мы одной крови - ты и я" (наилучший вариант для психологического портретирования), то российское "я тебя уважаю". Этой закономерностью пренебрег Урмас Отт в интервью с Евгением Евстигнеевым - и провалил все дело, задав бестактный вопрос на первой же минуте: "А вы согласны с тем, что актеры очень во многом обязаны журналистам своей популярностью, что во многих случаях именно пресса "делает" знаменитых актеров?" Сам Отт характеризует этот вопрос, всего лишь как "неосторожный". Но на экране было видно, что великолепный актер Евстигнеев тут же утратил всякий интерес к важничающему гостю. Человеческого контакта не получилось. Этот интервьюер привык, что деятели искусства "выкладывались" перед ним и перед телекамерой независимо от качества вопросов - всем было лестно в годы наступившей гласности поведать миру о себе. Западные телестанции также практикуют несколько пренебрежительное обращение с людьми, жаждущими рекламы. Модный беллетрист, модный парикмахер, попав, скажем, в парижскую телестудию, может "нарваться" на мрачного интервьюера, который, буркнув что-то, отвернется от них; но гость уже ловит миг удачи, он в эфире, он блещет заготовленными остротами и старается создать о себе наилучшее впечатление. И все же высший класс интервьюирования, как подчеркивают подлинные мастера, основан на тончайшей взаимосвязи интеллектов. Брайен Мейджи сравнивает мастерство интервьюера с искусством дирижера, который не просто так размахивает своей палочкой: "Искусство дирижирования в конечном счете покоится на какой-то таинственной, необъяснимой форме связи между дирижером и членами оркестра, не ограничивающейся только словами и жестами. Я думаю, именно это мы имеем в виду, говоря о "глубине" интервью. Меня часто просили написать, чем достигается такая связь, но я всегда отказывался, потому что я действительно не знаю этого. Могу сказать только, что на протяжении всего интервью я чувствую, как мои симпатии окутывают собеседника. Он в моих руках, и я почти ощущаю волны увещевания, идущие от меня. Время от времени мой собеседник относится ко мне, как ребенок к родителям, к доктору или священнику, но с существенной и весьма важной разницей: я избегаю осуждения, наказания и не причиняю ему боли. Он может сказать абсолютно все, что думает или чувствует..."

Юрий Черниченко также полагает, что в процессе интервью всем своим видом журналист выражает (или талантливо играет) величайшее внимание и понимание собеседника: "Что делает журналист во время интервью? Толково слушает. Испускает флюиды. Нужно иметь этакие флюиды журналистского привлечения и подчинения своей воле". Следует добавить, что в такое особое состояние опытный журналист приводит себя даже в случае выполнения самой простой работы в диалогических формах, например, в "уличном" интервью-анкете, которое понадобилось для телефильма. Вот как работал на вокзальном перроне известный эстонский репортер Валдо Пант: "Он подавал знак оператору, звуковику и шел навстречу молодому человеку. Неожиданно менялось выражение его лица, менялась осанка, лицо превращалось из заурядного в незаурядное, вместо вялости и равнодушия - покоряющая, спокойная властность, вместо тусклого, бесцветного взгляда - тот интерес и то предвосхищающее ответ одобрение, которое не может не расположить того, к кому оно обращено, - и останавливаемый останавливался, отвечал охотно и непринужденно..." (из воспоминаний редактора телефильма Т. Эльманович).

Природные данные плюс актерский талант вывели в число заметных интервьюеров Матвея Ганапольского с рубрикой "Бомонд" (Останкино, 1993 год). "Мне важен процесс игры, а не результат, - говорил Ганапольский в одном из газетных интервью, - я не выясняю истину, а делаю красивый, живой портрет человека. Почти все мои гости утверждали, что я с ними разговариваю не так и не о том, как и о чем говорят все остальные... Это полузнание, полуинтуиция, полубожий дар - и большой опыт из прошлой жизни..."

На Западе в последнее время профессией телеинтервьюера - традиционно мужской, требующей "железной" логики и волевых качеств, не без успеха овладевают женщины. Самая известная из них - Барбара Уолтере (Эн-би-си), "наждачная личность", по словам газетчиков, которые поначалу не принимали ее всерьез и считали "обычной домохозяйкой". Уолтерс доказала, что женщине в интервью собеседники могут позволить и простить куда больше, чем мужчине. Автомобильный король Генри Форд, 18 лет отказывавшийся давать телевизионные интервью, согласился встретиться с Уолтере с условием говорить только о проекте перестройки центра Детройта. Она же ухитрилась между делом и под конец разговора задать вопросы и о качестве автомобилей, и о его личной жизни - и получить ответы. Ее правило: если какие-то вопросы могут разозлить человека, лучше оставить их в заключение, так как если настроение испорчено в начале интервью, восстановить его невозможно (тут напрашивается сравнение с диалогом Отт - Евстигнеев, испорченном именно в начале). Еще один любимый прием Барбары Уолтере, применяемый и другими интервьюерами: задавать атакующие вопросы не от своего имени, а ссылаясь на чье-то мнение. Вопрос ее шаху Ирана выглядел так: "Ваше величество, есть люди, которые говорят, что вы диктатор - возможно, благожелательный, но все равно диктатор. Я думаю, вы слышали эти критические заявления. У вас есть возможность ответить на них".

Ведение крупных интервью - дело настолько личностное, что категоричные рекомендации тут едва ли уместны: что "к лицу" одному интервьюеру, то вызовет раздражение в адрес другого. Ларри Кинг, этот "обыватель на экране", исповедует правило: никогда не задавать вопросов, на которые он заранее знает ответ. Другие интервьюеры, наоборот, сознательно "наводят" собеседника на интересный ответ, содержание которого им в общих чертах известно. Например, Юрий Черниченко вспоминает: "Что бы я ни спрашивал в передаче о картошке - я знал больше, чем получу в ответ". Чтобы услышать то или иное признание - о картошке или об интимных моментах - из уст собеседника, приходится идти на некоторые ухищрения в формулировке вопросов. "Чего вы боитесь больше всего, думая о сыне?" - спросил Брайен Мейджи своего собеседника в эфире, зная ответ наверняка. "Что он на всю жизнь останется преступником", - откликнулся собеседник, и это вовсе не выглядело как "подсказка" или "наводящий вопрос", хотя другой интервьюер, пожалуй, мог проделать то же самое с меньшей проникновенностью (вспомним: "волны увещевания, идущие от меня... ") и быть обвиненным в жестокости.

Разработка оригинальных вопросов - важнейший этап в работе каждого журналиста, даже если он сохраняет имидж "неподготовленного" интервьюера. "Когда представитель Ирака давал интервью в вечернем выпуске новостей, ведущий Тед Коппел засыпал его вопросами о политике ООН и о военной авиации. Но когда на той же неделе представитель Ирака появился в передаче Си-эн-эн, Кинг спросил, каково ему жить в стране, находящейся в состоянии войны с Соединенными Штатами: "Я хочу сказать, в личном плане - трудно?" Беседуя с бывшим начальником оперативного отдела Комитета начальников штабов генерал-лейтенантом Томасом Келли, Кинг не стал задавать технических вопросов о войне в Персидском заливе. "В каком возрасте вы поняли, что хотите стать генералом?" - спросил он. У Ричарда Никсона он поинтересовался, не бывает ли тому не по себе, когда он проезжает мимо гостиницы "Уотергейт", а у Рональда Рейгана - не приходит ли тот в отчаяние, когда не может что-то вспомнить. Такие вопросы едва ли могут явиться прямо в эфире как некое озарение свыше, не зря Кинга зовут "королем беседы", и сравнение с ним явно не в пользу большинства отечественных, и в самом деле неподготовленных интервьюеров. Критик журнала "ТВ - ревю" Ю. Богомолов справедливо сетовал, что ему не доводилось слышать с экрана таких вопросов, какие он не мог бы придумать и сам: "Мне неинтересно смотреть на штангиста, толкающего вес, который могу поднять сам. Хочется видеть рекорды. И профессионалов... Грешен: люблю красивые вопросы. Пока они столь же редки, как красивые голы в отечественном футболе, страдающем той же болезнью - хроническим любительством". Главная заповедь интервьюера формулируется так: "Хотите получить интересный ответ - поломайте голову над интересным вопросом". И наконец, еще одно замечание (по Б. Льюису): "Интервьюер должен быть умным человеком, хорошо понимающим людей... Первоклассные интервьюеры исключительно редки".

Не менее редкий талант - шоумен, ведущий "ток-шоу", или, по нашей старой терминологии, "массовой передачи". Слово "шоу" напоминает о том, что из словесной ткани искусно плетется нечто цельное, разговор становится зрелищем. В "ток-шоу" может быть превращено обсуждение подготовки крупного города к зиме или конкурс архитектурных проектов. "Шоу Фила Донахью" - программа, появившаяся на одной из провинциальных телестудий США, стала впоследствии известной во многих странах мира. Телезрители нашей страны познакомились с самой эффектной, но отнюдь не самой распространенной формой этого шоу - имя Донахью связано у нас с телемостами, соединившими в прямом эфире простых граждан из американских и российских городов. Эти передачи остаются уникальными в тележурналистике. Между тем Донахью со своей группой выпускает по пять "рядовых" шоу в неделю, зачастую записывая их в разных точках планеты.

Когда московские школьники пришли в студию Останкина для участия в шоу Донахью, они были разочарованы, не увидев больших экранов. Они рассчитывали на прямой разговор со сверстниками в США (телемост), их совсем не интересовал седой человек, быстро перемещавшийся с микрофоном по студии. В рекламных материалах, распространявшихся тут же, отмечалось, что Донахью вел свои передачи из тюрьмы штата Огайо и из луна-парка Уолта Диснея, с парохода "Миссисипи Квин" и из пятитысячной аудитории, обсуждающей проблему равенства прав мужчин и женщин. "Гостями ведущего являются, как правило, выдающиеся специалисты, герои дня и знаменитости, а непосредственными участниками полемики становятся зрители - как в телестудии, так и у домашних экранов. Зрители прямо с мест (или по телефону) задают свои вопросы гостям, комментируют их мнения, выступают с собственными и подчас спорят друг с другом, что придает программе спонтанный характер и делает ее разнообразной". В рекламных проспектах отмечалось, что "в выступлениях Донахью видится нечто и от психологической драмы, и от уличного театра, и от сеанса коллективной терапии". Во всяком случае, Национальная академия искусств и наук США восемь раз присуждала ему премию "Эмми" как выдающемуся ведущему в серии развлекательно-воспитательных программ. Вероятно передачи из Москвы оказались самыми трудными для Донахью из-за непривычной реакции аудитории. Вслед за подростками его встретила почти так же, без всякого энтузиазма, аудитория, состоящая из евреев - выдающихся ученых, деятелей антисионистского комитета и т.п. На расспросы Донахью о препятствиях, чинимых властями по отношению к тем евреям, которые хотят выехать на Запад, собравшиеся отвечали: мы-то не хотим уезжать, у нас никаких препятствий нет...

Терпели неудачу в жанре ток-шоу и некоторые российские журналисты, привыкшие вести интервью с одним-двумя собеседниками и почувствовавшие неуверенность, оказавшись перед двумя сотнями незнакомых людей. "Держать" такую большую группу, формируя из людских характеров, темпераментов, пристрастий единое зрелище, - особая профессия. Это, так сказать, "массовик-затейник" высшего класса. Возможно, эта работа требует больше актерских, нежели журналистских, навыков: ведущая знаменитых когда-то передач "От всей души" народная артистка СССР Валентина Леонтьева прекрасно работала с аудиторией на документальном материале, подготовленном группой журналистов-исследователей.

Владимир Познер стал известен телезрителям как партнер Фила Донахью по телемостам (с советской стороны); после этих памятных передач 1986 г., ставших прорывом к правде и искренности, к взаимопониманию рядовых граждан Америки и России, Познер провел еще десятки различных ток-шоу с участием сотен людей разных национальностей, профессий и возраста. Всякий раз передачи поражали широтой возможностей ведущего: его эрудиция, такт, доброжелательность в сочетании с сильной волей и ясным пониманием цели приводили к тому, что напряженное коллективное искание истины через диалоги Познера с собравшимися в студии людьми оказывало огромное духовное воздействие на телезрителей. Эти передачи не сводятся к звучащей в них вербальной (словесной) информации, здесь все важно: выражения лиц, сомнения, паузы - и скрепляющая все печально-оптимистическая улыбка ведущего. Надо было иметь немалую смелость, чтобы в разгар межнациональных конфликтов, осенью 1992 г., собрать в студии подростков из всех "горячих точек" бывшего СССР. В результате разговоров с ведущим школьники пришли к великой и простой истине: выше всех национальностей то, что все мы люди; надо видеть в другом прежде всего человека. Можно только догадываться, сколь тщательно готовился журналист к этой передаче, как просчитывал возможные варианты ответов на свои вопросы и линию своего поведения в спонтанно возникающих противоречивых диалогах.

Внешняя легкость перемещений Познера по студии с микрофоном в руке обманчива: всякий раз, подходя стремительно к поднявшему руку человеку, журналист становится так, чтобы не заслонить его и других участников передачи от объектива телекамеры, не выпячивать свою персону на первый план (как любят это делать некоторые другие ведущие). Познер выступает не перед своей аудиторией, он работает внутри нее. Это - "высший пилотаж", доступный лишь немногим.

Рассмотрим теперь так называемые "круглые столы", за которыми собираются сторонники противоположных мнений. Эти передачи бывают довольно острыми, если ведущий заранее продумал свою тактику, изучил опубликованные высказывания будущих собеседников и возможное развитие событий в их споре. Глубокое - по возможности - знание сути проблемы есть важнейшее условие работы в такой передаче. Ведущий (в некоторых странах его называют модератор) следит за справедливым распределением времени высказываний (но не обязательно делать это с секундомером в руках, превращаясь из журналиста в хронометриста). Его задача - не "потерять тему", не давать участникам уходить от предмета спора, который может быть очерчен и в предварительной беседе, до эфира. Всегда есть и другая опасность - потерять горячность и спонтанность, т.е. как раз то, что является особенностью передачи. Важнейший принцип: ведущий дискуссии не является ее участником, не становится на сторону кого-либо из собеседников. Безусловно, он имеет право выражать сомнение или ставить под вопрос чье-то мнение - все это необходимый арсенал ведения передачи. Часто судят о личности ведущего по тому, как он держится с высокопоставленными гостями. Отрицательную реакцию аудитории вызывает как невоспитанность и грубость, так и льстивое заискивание. В интервью и ток-шоу любого вида первостепенное значение имеет быстрота реакции ведущего, остроумие, дружелюбие, контактность.

В последнее время у нас появилась важная разновидность дискуссии - предвыборные теледебаты, где мировая практика предписывает помимо заявлений претендентов их словесную "дуэль": один отвечает на нелицеприятные вопросы другого, затем роли меняются. Ведущий (модератор) при этом обязательно сохраняет нейтральность. Если он станет "подыгрывать" какой-либо стороне (как это делали московские партийные журналисты в 1989 и 1990 гг.) - это станет концом его журналистской карьеры.

Журналиста - организатора общения в студии иногда сравнивают с катализатором химического процесса. Как известно, это вещество само не участвует в реакции, но без него реакция не идет. Сравнение достаточно точное. Какой бы служебной ни казалась роль модератора, но одно лишь присутствие того или иного из известных журналистов в корне меняет сам характер телевизионной передачи. Для молодого журналиста амплуа модератора едва ли уместно: любое замечание из его уст (даже о необходимости соблюдать время и заканчивать высказывание) выглядит как нарушение этических норм по отношению к старшим.

## Ведущий новостей

Телевизионный журналист, начинавший репортером в информационной программе, может со временем занять высшую в иерархии престижности должность ведущего такой программы. Престиж обеспечивается ежедневным появлением на экране с самыми важными новостями дня. Студенты-первокурсники отделения тележурналистики МГУ мечтают именно об амплуа ведущего новостей, но лишь нескольким из них на протяжении десятилетий удалось осуществить эту мечту.

В книге К.С. Станиславского "Работа актера над собой", весьма полезной каждому, чья деятельность связана с публичным самопоказом, есть эпизод с простым, казалось бы, заданием: спокойно посидеть на сцене перед зрительным залом. Лишь немногие из студентов театральных училищ достойно справляются с этим упражнением. Вступает в действие то, что прежде называлось "магнетизм личности" и чему современная наука не подобрала названия. На одно лицо можно смотреть долго, стремясь разгадать приятную и внушающую спокойствие личность. Другое же необъяснимо раздражает, и этот эффект усугубляется, если "лицо" заговорит. Один из проницательных театральных критиков А. Свободин справедливо заметил: "Чтобы стать телевизионным ведущим, не то чтобы нужны какие-то особые черты личности, скорее необходимо отсутствие некоторых черт, которые телеэкран неизменно обнажает".

Ведущий новостей заменил в этой роли диктора вовсе не для того, чтобы изрекать собственное мнение и поучать зрителей. По сути, журналист делает то же, что и диктор: читает строчки, бегущие по телесуфлеру. Но зрителю передается чувство, что этот человек понимает то, что читает. В пору демократической эйфории 1992-1993 гг. некоторые ведшие новостей с помощью коллег из прессы пытались отстаивать свое право на импровизацию. Но ничем, кроме конфуза, такая импровизация не кончалась. Например, вместо "использование военного самолета для служебных командировок" было сказано "пользование военным самолетом в личных целях" - и, поскольку речь шла о спикере парламента, для ведущей последовали неприятности.

Строгая научная терминология неприменима к феномену ведущего, поэтому обратимся опять к выражению К.С. Станиславского. Он писал об "излучении", идущем от хорошего актера в зал. По-видимому, именно способность "излучать" отличает хорошего ведущего от простого чтеца. Ведущий новостей, как правило, не красавец, но непременно внушает симпатию. Он свободно держится, но не развязен. Демократичен, но не вульгарен. Не принадлежит к "высоколобым" интеллектуалам, однако излучает понимание и сочувствие. Все понимают, что не сам ведущий добывал новости, но его обязанность - умело и тактично подать их. Он - сама уверенность, но не самоуверенность. У него четкая дикция и выразительные интонации. Неуловимым образом он заботится о том, чтобы зрители почувствовали себя единым сообществом. Однако ведущий не претендует на то, что он выше и умнее всех: просто он поставлен у источника новостей и старается приобщить к нему всех. Именно всех, что зачастую вызывает недовольство интеллектуалов.

Виднейший писатель Америки Норман Мейлер величает тележурналистов "благовонщики и лакировщики" - по американским стандартам ведущий всегда олицетворение спокойствия и стабильности. С точки зрения нашего соотечественника эти качества также сомнительны. "Высочайший профессионализм Кронкайта, его телевизионный талант, его интеллигентность и эрудиция позволяли ему не только "сохранять лицо" в любых событийных политических ситуациях, сколь бы сложны и двусмысленны они ни были, но и давать зрителям уверенность в том, что они получают самую объективную, самую правдивую, самую свежую, самую необходимую информацию". Так писал в годы идеологического противостояния видный советский журналист Г. Оганов о ведущем новостей компании Си-би-эс. Разумеется, ему нравилось далеко не все в американских новостях: "Эти наглядные, впечатляющие картины отнюдь не способствуют ни организации масс на борьбу за свои права, за социальную справедливость, ни даже закономерному возбуждению общественного мнения. Скорее, наоборот. Они "беспристрастны", это "честные свидетельства". Мы не имеем права выражать свое мнение, свои чувства по поводу того, что мы показываем, обозреваем, - говорили нам в отделах новостей телевизионных компаний, иначе это будет вмешательство, это нарушит объективность картины!"

В это же время дикторам советской программы "Время" не возбранялось выражать почтительный восторг по поводу очередных решений мудрого Политбюро. Однако "организация масс на борьбу" не входила в задачу теленовостей ни в США, ни в Советском Союзе. Теленовости не должны быть оружием в политической борьбе, и журналисту с борцовским темпераментом лучше вести специальные телерасследования, чем новостную программу.

Одно время телекомпании США пытались сделать ставку на молодых ведущих, но потом пришлось вернуться к мужчинам и женщинам средних лет: оказалось, в них аудитория видит более надежный "якорь". Напомним упомянутое в начале главы жаргонное название амплуа ведущего: "человек-якорь", anchor man (woman). Тот, на кого можно положиться. Кто "зацепляет" зрителя и притягивает к экрану.

Коммерциализации телевидения, или Хорошее ТВ "хорошо" стоит

Странные нынче времена наступили, технологии визуализации рвутся в высь, а качество телевизионного общедоступного контента стремительно падает. Сегодня можно купить Full HD плазменный телевизор, но если включишь телевизор через общевещательную антенну, то среди многообразных эфирных каналов вряд ли найдешь три-четыре, которые бы хотелось смотреть долго. Телевидение сегодня приучает зрителя либо смотреть тупо, деградируя вместе с ним, либо смотреть "превьюшно", когда пульт из рук не выпускаешь и перелистываешь каналы один за другим, чтобы найти проблеск разумного и вечного. И вот на фоне этого "упадка нравов", я, пропустивший прошлогоднюю выставку CSTB, был просто поражен теми изменениями, что произошли с нашим телевидением за 2 года, точнее пока не со всем телевидением, а с коммерческой его частью.

Нет сказать, что в 2005-м не было никакого развития нельзя, но темп изменений перевел ситуацию в иное качественно положение дел. Так о чем это я. Собственно тенденций три: продолжающаяся коммерциализация телевидения, появление каналов по группам целевых аудиторий, и наконец, интерактивность телевидения, как явления общечеловеческого, а не только технического плана.

С коммерсантов от ТВ, пожалуй, и начнем.

Давно уже стало ясно, что так дальше нельзя. Нельзя за пять минут эфирного времени просматривать три минуты рекламного, нельзя смотреть телевидение сделанное абы как, потому, что в телекомпании нет денег на достойное оборудование и персонал, смотреть телеканалы, показывающие третьестепенные фильмы, только потому, что не могут найти денег на хорошие, и многое другое нельзя. Надо что-то менять в телевизионном королевстве. Увы, это желание зрителей разбивается о финансовые рифы действительности, и закон "хочешь кататься - плати за прокат санок" действует и в электронных СМИ. А потому или мы глотаем рекламу и тем самым покупаем себе право на "бесплатное" телевидение, или платим за него и рекламу уже не смотрим.

С технической точки зрения создание платного канала "на кабеле" никаких проблем не имеет, тянешь кабель, устанавливаешь цифровую систему трансляции-усиления-приема, на уровне софта налаживаешь систему условного доступа и платное телевидение готово. Но… Но, тут как и водиться начинаются проблемы. Их три: неготовность наших зрителей платить за телевидение (согласитесь это нам всем не по душе), легчайшая доступность пиратского видео и дефицит легального русскоязычного видеоконтента, именно для демонстрации по телевидению. С первой бедой можно бороться лишь низкими ценами на абонентскую плату, но сделать сие можно на фоне бурного развития телебизнеса, исключительно за счет увеличения количества абонентов (патовая ситуация, из которой, как правило, выходят различными компаниями и акциями типа "год бесплатного кабельного ТВ"). Со второй бедой, то бишь с пиратами, можно бороться единственным способом и тем же самым: снижать уровень цен до пиратского, при одновременном повышении качества контента, а эту беду в свою очередь можно исправить, лишь его активно приобретая и тем самым подталкивая производителей телепродукции к ее созданию. Вот так: куда ни кинь - всюду клин, везде нужны деньги.

Однако судя по тенденциям развития кабельных сетей вообще и цифровых в частности можно сказать, что в России на телевидение деньги теперь уже находятся. Одно только присутствие просто невероятного количества продавцов оборудования и инсталляторов для студий и сетей кабельного телевидения на CSTB 2007 - лучшее этому доказательство. Надо заметить, что в эфирном цифровом телевидении таких инвестиций и такого развития нет.

Впрочем, внедрение "цифры" в кабельное ТВ сейчас тоже происходит непросто и как бы двумя путями. Многие модернизируют имеющиеся аналоговые сети, переводя их на цифровой формат - так дешевле, другие создают новые цифровые интерактивные сети кабельного ТВ с применением IP-технологии, у них есть свою плюсы, так как сеть изначально заточена под "цифру". Большие плюсы в этом смысле дает цифровое кабельное вещание с точки зрения экономической. Системы условного доступа позволяют оператору по одному кабелю продавать абоненту, столько телеканалов и таких телеканалов, какие он хочет и может оплачивать, и таким образом происходит обратная связь между предложением и спросом. Мало того, интерактивность кабельной "цифры" помогает отслеживать напряжение зрительского интереса по конкретному каналу и в конкретное время, что дает уникальный шанс их корректировки, а также к отсеиванию целевых и платежеспособных групп зрителей, а в случае и изучения спроса - на вероятные приобретения очередных каналов.

В этом смысле гвоздем для операторов кабельного телевидения стало Контент-Шоу организованное в рамках выставки. Производители контента, грамотно и целенаправленно продавали себя операторам, а те со здравым интересом наблюдали рекламные ролики каналов, прорывающихся на их кабель. В конечном счете, рост количества сетей, вызовет в самое ближайшее время острую конкуренцию на рынке, и кабельных операторов, и производителей телепродукции, а зрителей ожидают снижение тарифов, рост числа интересных телеканалов и телепрограмм, а также появление новых услуг, таких как, например интерактивные информационные сервисы: справки, погода, расписания. На телевизионном экране уже сегодня можно узнать все, что раньше узнавалось либо через телефон, либо через компьютер.

Однако, кабель все еще очень слабо распространен в России в целом, даже в самых крупных городах (Москву и Санкт-Петербург мы в счет не берем) его распространенность колеблется в пределах 7% -10%, а в деревнях его присутствие равно нулю. Кроме вышеназванных причин можно добавить так же и огромное количество (в сравнении с мировой практикой) общедоступных эфирных каналов - более 15. А они хоть и перегружены рекламой, и порой некачественным контентом, но производят его очень и очень много.

То есть сегодня ситуация на рынке телевещания такова, что притязательный зритель, а это зритель с определенным достатком имеет возможность и желание смотреть хорошее телевидение, что собственно и делает, а зрительская масса без претензий готова продолжать ругать рекламу, денег за хороший телеконтент платить не хочет и не платит. Ситуация в равновесии и развитие возможно только через движение коммерческого ТВ в глубь зрительских масс, повышая их зрительские потребности, и вширь на бескрайние просторы российской глубинки. Что собственно уже и происходит. И это есть хорошо.

Александр Павлов 28.02.2007

Телевизионная журналистика

Материал к госэкзамену 2007/2008 уч. г.

Общероссийские каналы (по состоянию на январь 2007)

[Первый канал](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B2%D1%8B%D0%B9_%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB) (<http://www.1tv.ru/>)

[ВГТРК](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%83%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%B8_%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%89%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F)

[Россия](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29) (<http://www.rutv.ru/>)

[Культура](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29) (<http://www.tvkultura.ru/>)

[Спорт](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29) (<http://sportbox.ru/>)

[Вести](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8_%28%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29) (<http://www.vesti.ru>)

[Бибигон](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B8%D0%B1%D0%B8%D0%B3%D0%BE%D0%BD_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29) (<http://www.bibigon.ru>)

[Петербург - Пятый канал](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B1%D1%83%D1%80%D0%B3_-_%D0%9F%D1%8F%D1%82%D1%8B%D0%B9_%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB) (<http://www.5-tv.ru/>)

[ТВ Центр](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%92_%D0%A6%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80) (<http://www.tvc.ru/>)

Газпром Медиа

[НТВ](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%A2%D0%92) (<http://www.ntv.ru/>)

НТВ+ (<http://www.ntvplus.ru/>)

[ТНТ](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%9D%D0%A2_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29) (<http://www.tnt-tv.ru/>)

[РБК](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%91%D0%9A_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29) (<http://www.rbctv.ru/>)

STS Media

[СТС](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%A2%D0%A1) (<http://www.ctc-tv.ru/>)

[Домашний](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%88%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29) (<http://www.domashniy.ru/>)

[МузТВ](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%83%D0%B7-%D0%A2%D0%92) (<http://www.muz-tv.ru/>)

[MTV-Россия](http://ru.wikipedia.org/wiki/MTV_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F) (<http://www.mtv.ru/>)

НТК "[Звезда](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B2%D0%B5%D0%B7%D0%B4%D0%B0_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29)" (<http://www.tvzvezda.ru>)

[7ТВ](http://ru.wikipedia.org/wiki/7%D0%A2%D0%92) (<http://www.7tv.ru>)

[ТВ3](http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A2%D0%923&action=editredlink) (<http://www.tv3russia.ru/>)

Jetix (<http://www.jetix.ru/>)

TV1000 (<http://www.viasatworld.com/>)

[RTVI](http://ru.wikipedia.org/wiki/RTVI)

Школьник ТВ ([http://edu. of.ru/tv](http://edu.of.ru/tv))

Юмор ТВ

O2TV (<http://www.o2tv.ru/>)

[A-One](http://ru.wikipedia.org/wiki/A-One) (<http://www.a1tv.ru/>)

Style ([http://www.corbina. tv/transmission/](http://www.corbina.tv/transmission/))

Music Box RU (<http://www.musicboxtv.ru/>)

[Content Union Production](http://ru.wikipedia.org/wiki/Content_Union_Production) (<http://www.contentunion.ru/>)

Русский Иллюзион (<http://www.rusillusion.ru/>)

Иллюзион + (<http://www.illusionplus.ru/>)

Детский (<http://www.detskiy-tv.ru/>)

Zooпарк (<http://www.zoopark-tv.ru/>)

Облака (<http://www.oblaka-tv.ru/>)

Родное слово (<http://www.rodnoeslovo.ru/>)

Благовест (<http://www.blagovest-tv.ru>)

[Союз](http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A1%D0%BE%D1%8E%D0%B7_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29&action=editredlink) (<http://tv-soyuz.ru>)

[Ностальгия](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%B3%D0%B8%D1%8F_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29)

RU TV ([http://www.ru. tv/](http://www.ru.tv/))

[ДТВ](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%A2%D0%92) (<http://www.dtv.ru/>)

[РенТВ](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%BD%D0%A2%D0%92) (<http://www.ren-tv.com/>)

[2x2](http://ru.wikipedia.org/wiki/2x2) (<http://www.2x2tv.ru/>)

[ТДК](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%94%D0%9A) (<http://www.tdktv.ru/>)

[АртМедиа Групп](http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%90%D1%80%D1%82%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0_%D0%93%D1%80%D1%83%D0%BF%D0%BF&action=editredlink) (<http://artmedia-group.ru/>)

24ТЕХНО (<http://24techno.ru/>)

Настоящее Смешное Телевидение (НСТ) ([http://artmedia-group.ru/nst. htm](http://artmedia-group.ru/nst.htm))

24ДОК ([http://artmedia-group.ru/24dok. htm](http://artmedia-group.ru/24dok.htm))

Настоящее Страшное Телевидение (НСТВ) ([http://artmedia-group.ru/nstv. htm](http://artmedia-group.ru/nstv.htm))

Мать и Дитя ([http://artmedia-group.ru/mid. htm](http://artmedia-group.ru/mid.htm))

Феникс-АРТ ([http://artmedia-group.ru/feniks. htm](http://artmedia-group.ru/feniks.htm))

Каналы, вещающие за пределы России

[Первый канал. Всемирная Сеть](http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B2%D1%8B%D0%B9_%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB._%D0%92%D1%81%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%A1%D0%B5%D1%82%D1%8C&action=editredlink) (<http://www.1tvrus.com/>)

[РТР Планета](http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A0%D0%A2%D0%A0_%D0%9F%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%B0&action=editredlink) (<http://www.rtr-planeta.com/>)

[Вести](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8_%28%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29) (<http://www.vesti.ru/>)

[Russia Today](http://ru.wikipedia.org/wiki/Russia_Today) (<http://russiatoday.ru/>)

[Спорт Планета](http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A1%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82_%D0%9F%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%B0&action=editredlink) ([http://planeta. sportbox.ru/](http://planeta.sportbox.ru/))

[ТВ Центр Международный](http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A2%D0%92_%D0%A6%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80_%D0%9C%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D0%B9&action=editredlink) (<http://www.tvci.ru/>)

[НТВ Мир](http://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%9D%D0%A2%D0%92_%D0%9C%D0%B8%D1%80&action=editredlink) ([http://www.ntvmir. ntv.ru/](http://www.ntvmir.ntv.ru/))

Бывшие телеканалы

[Телеэкспо](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D1%8D%D0%BA%D1%81%D0%BF%D0%BE_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29)

[МТК](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%A2%D0%9A)

[ТВ-6](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%92-6)

[ТВС](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%92%D0%A1_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29)

[Останкино](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D0%BE_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29)

Российские университеты

Пермь

[РенТВ](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%BD%D0%A2%D0%92) + [Рифей-Пермь](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B8%D1%84%D0%B5%D0%B9-%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%BC%D1%8C)

[Россия](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29) + [Т7](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%BC%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D0%B3%D0%BE%D1%81%D1%83%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F_%C2%AB%D0%A27%C2%BB)

[ТНТ](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%9D%D0%A2_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29)-Пермь

[СТС](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%A2%D0%A1)-Пермь

[Вести](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8_%28%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29) + ВЕТТА + Т7

ТВ3

[Петербург - Пятый канал](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B1%D1%83%D1%80%D0%B3_-_%D0%9F%D1%8F%D1%82%D1%8B%D0%B9_%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB) + UTV

[Культура](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29) + Т7

[НТВ](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%A2%D0%92)

Авто ТВ + [ДТВ](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%A2%D0%92)

[МузТВ](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%83%D0%B7-%D0%A2%D0%92)

[MTV-Россия](http://ru.wikipedia.org/wiki/MTV_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D1%8F)

[Домашний](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D1%88%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29)

RuTV

[ТВЦ](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%92%D0%A6)

[Спорт](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82_%28%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29)

История телевидения

Первые телепередачи начались в [Москве](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%B2%D0%B0) в [1935](http://ru.wikipedia.org/wiki/1935). В [1941](http://ru.wikipedia.org/wiki/1941) - [1945](http://ru.wikipedia.org/wiki/1945) телевидение не работало. Основные телепередачи тех лет были посвящены жизни [Советского союза](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%A1%D0%A1%D0%A0), культурным мероприятиям, [спорту](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82).

С [1960](http://ru.wikipedia.org/wiki/1960), кроме 1-й программы начинает работать 2-я программа. Развитие телевидения связано не только с [Москвой](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D1%81%D0%BA%D0%B2%D0%B0), но и [Ленинградом](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D0%BD%D0%BA%D1%82-%D0%9F%D0%B5%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B1%D1%83%D1%80%D0%B3), [Уралом](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D1%80%D0%B0%D0%BB_%28%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%BE%D0%BD%29), [Сибирью](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B8%D0%B1%D0%B8%D1%80%D1%8C), [Украиной](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B0). Каждая [республика](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D1%81%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B0), [область](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%8C), [край](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D0%B9) имели свои телепередачи.

К [1979](http://ru.wikipedia.org/wiki/1979) году появились 3 программа (московская), 4 программа (образовательная), а к [1989](http://ru.wikipedia.org/wiki/1989) 5 программа (ленинградская).

С [1993](http://ru.wikipedia.org/wiki/1993) появляется 6 программа (независимая) и телевидение становится частным.

В настоящее время в России есть следующие 17 [телеканал](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB)ов (базовый прием).

Приватизация

[1-го канал](http://www.politika.su/media/tkanaly.html#1) был приватизирован в 1995 году в форме внесения госсредств и средств госкомпании "Останкино" в уставной капитал нового вещателя - АО "ОРТВ" с последующим упразднением отлученной от эфира компании "Останкино".

[4 программа (8 метровый канал)](http://www.politika.su/media/tkanaly.html#8)  приватизирована в 1994-1996 гг. путем частичной, а затем - полной передачи эфира телекомпании НТВ (без конкурса по указам Президента). [1 программа Всесоюзного Радио ("Радио-1")](http://www.politika.su/media/radiost.html#r1)  была приватизирована в 1997 году путем упразднения госпредприятия "Радио-1" и одновременного создания частной компании с тем же названием, штатом и частотами.

[Петербургское ТВ](http://www.politika.su/media/trk.html#spb) приватизировано в 1998 году почти по методу ОРТ - путем упразднения федеральной госкомпании "Петербург - 5 канал" и создания на ее месте одноименного акционерного общества с участием региональных властей и банков.

Весной 1998 сделан первый шаг к приватизации [ВГТРК](http://www.politika.su/media/trk.html#vgtrk) (РТР, Радио России, ТВ-Культура) - превращению ее в холдинговую компанию с пакетами акций региональных телерадиокомпаний и технических служб.

Хроника передела телеканалов и радиокнопок (1978-1998): Все общероссийские телерадиокомпании, кроме НТВ (а общероссийскими по указу Президента N55 от 21 января 1998 считаются [**ВГТРК**](http://www.politika.su/media/trk.html#vgtrk), [**ОРТ**](http://www.politika.su/media/trk.html#ortv), [**НТВ**](http://www.politika.su/media/trk.html#ntv) и [**Маяк**](http://www.politika.su/media/trk.html#rkm)) ведут свою историю от Гостелерадио СССР и его региональных подразделений. В расцвет правления [Л.И. Брежнева](http://kpss.da.ru/) Центральное ТВ включало в себя I (ныне - ОРТ, 1 метровый вещательный канал, далее - мвк), III (учебную, 8 мвк) и IV (11 мвк) программы, а Всесоюзное радио - I программу, Маяк (он же II программа), III программу (на которой выходила и радиостанция Юность) и IV программу (нынешний "Орфей").2-й телепрограммой считалась московская (3 мвк). В Москве ретранслировалось также Ленинградское радио.

Все 4 программы радио и ленинградская программа вещали на СВ и УКВ, а I, III и Маяк - также на ДВ. I радиопрограмма на одной из СВ-частот и на УКВ несколько раз в день прерывалась Московскими городской и областной программами. Расположение кнопок в радиотрансляционной сети совпадало с номерами программ, в Москве и Подмосковье в соответствующие часы на I кнопке велось местное вещание.

В 80-х годах четвертая телепрограмма преобразована во 2-ю общесоюзную, московская стала именоваться третьей, а учебная - четвертой. Во времена перестройки в большинстве регионов появилась Ленинградская телепрограмма, коммутируемая антеннами на 5 метровый канал.6 метровый канал в 1980 году использовался для технических трансляций с Олимпиады, а к 1992 году на нем уже вещали по полдня 2 компании.

В 1990 году новый парламент России учредил Всероссийскую гостелерадиокомпанию (ВГТРК), которая получила несколько часов вещания на II канале ТВ, "Маяке" и 3-й программе радио.

Начиная с весны 1990 года в эфире появились негосударственные радиостанции, первая - "Европа плюс Москва" (30 апреля 1990), затем - "Радио Ностальжи Москва" (1 мая 1990) и "Эхо Москвы" (22 августа 1990).

В 1990 или 1991 году появился первый коммерческий телеканал - "2x2", получивший свободные часы (до 18.30 и с 23.00) на III (Московском) телеканале.

К январю 1991 в телеэфире - I общесоюзная программа - 6.30-3.00, Вс с 8.00; II общесоюзная программа - 8.15-2.00, Сб с 8.20, Вс с 8.00; III программа - "2х2" - 7.00-18.30, 23.00-1.00, Московская областная программа 18.30-19.30, Московская городская программа - 19.30-23.00, IV (Образовательная) программа - 19.00-24.00, Сб, Вс с 9.00; Ленинградская программа - 8.00-2.30.

С 20 мая 1991 у ВГТРК появились часы вещания на II телеканале: 11.35-13.35, 17.00-19.00 и 21.45-23.45. Радиопередачи ВГТРК сконцентрировались на III канале.

После августа 1991 Российское ТВ получило на II телеканале (11 мвк) весь вечер (19.00-0.00 вместо 17.00-19.00), а с 16 сентября 1991 - весь канал. Радио России сразу же после путча забрало частоты и кнопку у 1-й программы. "Юность" также получила целый день эфира, III-я радиопрограмма просуществовала одельно от "Юности" еще несколько месяцев, вещая в первой половине дня. IV (Образовательная) телепрограмма начала выходить с 18.00, а с ноября 1991 - с 11.00.

После ликвидации СССР 25 декабря 1991 года на базе Гостелерадио создана РГТРК "Останкино", унаследовавшая I (1 метровый канал) и IV (8 метровый канал) программы.8-й мвк (с весны 1992 - "IV канал Останкино"; с 6 июля 1992 - с 9.00 до 22.00 "Российские университеты", с 22.00, а по Сб/Вс с 9.00 - "IV канал Останкино") долго делили между "Останкино" и ВГТРК, передавая туда обратно, а то и обеим компаниям сразу.

5-й (ленинградский) канал в январе 1992 был передан под федеральное управление, но продолжал вещать из Петербурга.

6-й канал в 1992 году был выигран на конкурсе телекомпанией Э. Сагалаева "МНВК".

19 января 1993 указом 101 Президент постановил считать ВГТРК общегосударственной компанией, представляющей интересы РФ в международных организациях. Четвертый канал (VIII частотный) передан в полном объеме ВГТРК, ей также предоставлено исключительное право на пользование техническим комплексом "Москва-Глобальная". Через три дня за лишенную этих привилегий компанию "Останкино" заступился Совет глав правительств СНГ.

2 апреля 1993 указом N421 "О гарантиях информационной стабилизации в деятельности Российской государственной телерадиокомпании "Останкино" этой компании придан статус телерадиокомпании международного значения. За ней закреплены имущество и техсредства, находившиеся на ее балансе по состоянию на 1 января 1993. Утверждено Положение об РГТРК "Останкино". Решение о передаче 8 канала ВГТРК отменено: вместо этого двум компаниям предложено выступить учредителями компании "Российские университеты", которой и передать 8 канал.

9 апреля 1993 указом Президента РФ N437 о создании ГТРК "Петербург - 5 канал", ей придан статус телерадиокомпании межрегионального значения.

С 10 октября 1993 несколько часов на 5 канале (сначала - 21.00-22.00) получила частная телекомпания НТВ. С 24 января 1994 по указу Президента ей было передано вечернее время (с 18.00) на 8 частотном канале, одновременно "IV канал Останкино", находившийся под управлением Д. Диброва, был упразднен с передачей его субботних и воскресных часов каналу "Российские университеты".

29 ноября 1994 указом N2133 Президент принял решение о создании АО "Общественное российское телевидение" с участием компании "Останкино" в качестве соучредителя и о передаче ОРТ с 1 февраля 1995 права вещания по 1 мвк.

7 декабря 1994 принято постановление Правительства N1359 о лицензировании телерадиовещания. Лицензии выдаются юридическим лицам на срок от 3 до 5 лет. Одно юридическое лицо может вещать на одну и ту же территорию не более чем по 2 каналам. Скрытая уступка лицензии не допускается. Лицензия может быть аннулирована выдавшим ее органом.

Указом Президента РФ N1019 от 6 октября 1995 "О совершенствовании телерадиовещания в Российской Федерации" статус "общероссийская" присвоен 6 "телерадиовещательным организациям, осуществляющим вещание на территории более чем половины субъектов РФ" - АО "ОРТ", ВГТРК, ГТРК "Петербург - 5 канал", радиостанциям "Радио-1", "Маяк" и "Юность - молодежный канал". Им предоставлены некоторые льготы. ВГТРК и "СПБ-5 каналу" предоставлен иммунитет от прерывания их передач регинальными трансляциями без договоренности с самими этими компаниями. Указ санкционировал упразднение РГТРК "Останкино" и поручал Правительству "расмотреть возможность" преобразования "Маяка", "Юности" и "СПБ-5 канала" в акционерные общества с 51-процентным госучастием, а также "решить вопрос" об образовании в рамках "СПБ-5 канала" общероссийского телерадиовещательного канала "ТВ-Регион".

21 января 1998 после предписания Антимонопольного комитета с требованием к НТВ платить за услуги связи по тарифам, предназначеным для коммерческих, а не бюджетных организаций, был спешно принят указ Президента N55 об изменении пункта 1 указа 1019. Отныне общероссийскими телерадиовещательными организациями считаются [**ВГТРК**](http://www.politika.su/media/trk.html#vgtrk), [**ОРТ**](http://www.politika.su/media/trk.html#ortv), [**НТВ**](http://www.politika.su/media/trk.html#ntv) и [**Маяк**](http://www.politika.su/media/trk.html#rkm). Из списка выпали СПБ-5 канал, лишенный всероссийского эфира, а также Юность и Радио-1, организационно присоединенные к Маяку.

Радиосеть: В соответствии с указом Президента о реорганизации государственного радиовещания, с 1 ноября 1997 вместо [Радио-1](http://www.politika.su/media/radiost.html#r1) на III канале должно быть сосредоточено региональное вещание, на I и II остаются [Радио России](http://www.politika.su/media/radiost.html#rr) и [Маяк](http://www.politika.su/media/radiost.html#mayak). Указ не в полной мере выполняется в плане задвигания всех региональных передач на III канал, поскольку значительную долю в общем "парке" составляют однопрограммные репродукторы, и местные власти не хотят лишать себя большей части аудитории.5 ноября 1997 на Совете Федерации было сообщено, что ФСТР считает правомерным сохранение региональных передач, звучащих несколько раз в день, на 1-й кнопке. В Петербурге в марте 2001 г. ТРК "Петербург", вещающая на 1 кнопке отказалась исполнить предписание Минпечати и выполнить президентский указ, ссылаясь на действующую лицензию, полученную в августе 1998 на 5 лет. В ночь на 1 апреля 2001 указ был исполнен в принудительном порядке и на 1 кнопке в Петербурге стало вещать "Радио России".

Телекабель: В последние годы вопрос о "кнопках" становится актуальным не только для радио, но и для ТВ. В Москве и области идет процесс переключения антенных проводов с коллективных антенн на крыше на кабельное телевидение. Правительство Москвы (по данным "Новой газеты" за 23 февраля 1998) уполномочило на предоставление таких услуг государственное АО "Мостелеком". В Распоряжении премьера Правительства Москвы от 22 августа 1997 перечислены 7 "обязательных" каналов: ОРТ, РТР, ТВ Центр, НТВ, ТВ СПБ (ныне - канал "Культура"), ТВ-6 Москва (затем - ТВС, ныне - Спорт), Единый городской кабельный канал (ныне - Столица). В большей части города на метровые "кнопки" коммутируются также дециметровые каналы, набор которых зависит от монополистов районного масштаба. Так, 2 февраля 1998 субподрядчик "Мостелекома" по Юго-Восточному округу ООО "Телеинформ" прекратил ретрансляцию дециметровых каналов и потребовал с каналов платы за ретрансляцию. Каналы, ссылаясь на генеральный договор с Мостелекомом, пожаловались в мэрию, но на письмо вице-мэра Шанцева с требованием вернуть все как было Телеинформ не реагировал.

По имеющимся отрывочным данным, "порядок убывания", вероятно, выглядит примерно так: [СТС-8](http://www.politika.su/media/trk.html#sts), [Рен-ТВ](http://www.politika.su/media/trk.html#ren) (часто), [Домашний](http://www.politika.su/media/trk.html#31), [ТНТ](http://www.politika.su/media/trk.html#tnt) (тоже часто, но не всегда), ТВ-3 Россия, ДТВ, 2х2 (в последнее время чаще), 7-ТВ, Звезда, Euronews (еще не везде появились), [МТВ](http://www.politika.su/media/trk.html#mtv) и [Муз-ТВ](http://www.politika.su/media/trk.html#muz) (редко). Ряд районных кабельных сетей транслируют также РБК-ТВ, Rambler-ТВ, ТДК, Ностальгию, Мир, TV1000, Кино клуб и др.

В конце 2004 года истекла неиспользуемая лицензия православной телекомпании СНТ на 10-й канал, после чего на него (с 5-го) переместилась "Столица", что кое-где пагубно скзалось на качестве ее вещания. По состоянию на конец 2005 года готовится к введению в кабель православный канал "Спас", на 5-м кабельном канале планируется создать канал "Молодежная Москва".

22 марта 2006 Мосгордума приняла в первом чтении поправки к закону 1998 года "О кабельном телевидении в городе Москве", предусматривающие согласование договоров на ретрансляцию каналов с мэрией.

Газета "КоммерсантЪ" за 23.03.2006 сообщает о планах мэрии переместить окружные студии с 10-го на 11-й канал, принадлежащий ЗАО "Столица плюс". Газета предполагает, что общегородской кабельный телеканал "Столица" будет вещать в свободное от окружных телеканалов время сразу на 2 частотах - 10-й и 11-й.

[Мэрия Москвы](http://www.mos.ru/) стремится упорядочить кабельную ретрансляцию, с этой целью разрабатывается программа прокладки оптоволоконного кабеля, который будет одновременно ретранслировать несколько десятков телеканалов, радиосеть и давать выход в Интернет. Исполнитель программы - фирма [Комкор](http://www.comcor.ru/), которой владеют [Правительство Москвы и АФК Система](http://www.politika.su/raznoe/oligarhi.html#m). В 2004 Комкор-ТВ был продан американской компании Moscow CableCom Corp, которая вскоре перешла под контроль структур В. Вексельберга (СУАЛ, ТНК, Ренова). В 2005 сеть Комкор-ТВ переименована в Акадо. Число абонентов Комкор-ТВ к 2005 - около 70 тыс. В марте 2006 Ренова купила 75% акций еще одного кабельного оператора Москвы - Телеинформ (300 тыс. абонентов, вещает преимущественно в ЮЗАО).

В Московской области кое-где коллективные анкеты просто уничтожаются, а кабельное хозяйство передается частным фирмам, которые в договорах с потребителями обязуются ретранслировать лишь ОРТ и РТР. Зато показывают несколько импортных каналов - от Eurosport до ТВ Объединенных Арабских Эмиратов.

Указа или закона, предписывающего на федеральном уровне обеспечивать трансляцию каких-либо телепрограмм, подобного указу о радиокнопках от июля 1997, не существует. Лицензия на эфирное вещание не подразумевает обязательного права канала на кабельную коммутацию на всей территории страны.

Инфотейнмент в современных российских информационно-аналитических телевизионных программах Можно предположить, что наличие развлекательного начала и характер его проявления в информационно-аналитических программах зависит от концепции конкретной телевизионной передачи, ее ориентации на определенный круг аудитории. Чтобы проверить эту гипотезу для анализа были взяты программы, заметно отличающиеся по концепции и позиционированию на телевизионном информационном рынке, - "Зеркало" ("Россия"), "Неделя" (Ren-TV), "Времена" ("Первый канал").

"Зеркало" ("Россия") "Зеркало" Николая Сванидзе выходит на телеканале "Россия" каждую субботу в 20 часов 25 минут (по московскому времени). Как отмечают составители интернет-сайта программы ([www.rtr-zerkalo.ru),](http://www.rtr-zerkalo.ru),) "это одна из программ, сформировавших лицо телеканала РТР". Достаточно сказать, что "Зеркало" выходит на РТР с 21 апреля 1996 года.

Статус еженедельной информационно-аналитической программы на государственном телеканале, представляющем интересы Правительства РФ, определяет специфику "Зеркала". Возьмем хотя бы перечень гостей программы за период нашего исследования (14 марта - 21 мая 2005 года). За этот период в студию были приглашены: Сергей Ястржембский (помощник президента РФ), Минтимер Шаймиев (президент Республики Татарстан), Александр Хлопонин (губернатор Красноярского края), Виталий Мутко (президент Российского футбольного союза), Андрей Фурсенко (министр образования и науки РФ), Роберт Кочарян (президент Армении), Аркадий Дворкович (начальник экспертного управления президента РФ), Сергей Шойгу (министр РФ по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий).

Очевидно, что задача программы - донести до населения страны позицию органов власти по тому или иному вопросу. Эта специфика в значительной степени ограничивает "Зеркало" в использовании средств выразительности. Сванидзе всего лишь помогает гостю озвучить его позицию, при необходимости уточняя эту позицию вопросами. Сомневаться, оппонировать - это в задачу ведущего "Зеркала" не входит. И даже если он в чем-то не соглашается с собеседником, то лишь для того, чтобы собеседник полнее раскрыл свою точку зрения.

Исходя из задачи ведущего "Зеркала" - без эмоций, часто и без оценок донести до телезрителей точку зрения гостя, - строится и его образ. Строгий костюм, непременный галстук, небогатая мимика. Вообще, Сванидзе не столь часто появляется в кадре, как, к примеру, тот же Познер, на лице которого внимательный зритель может прочитать согласие или протест, иронию или уважение по отношению к тому, о чем говорится в студии. Лицо ведущего "Зеркала" ничего не выражает.

Основная фигура в передаче - приглашенный гость. Это человек, который серьезно влияет на жизнь страны. И его позиция, его точка зрения, безусловно, вызывает в интерес в обществе. С этих позиций понятно, что программа не нуждается в дополнительном, искусственном привлечении интереса аудитории к обсуждаемым темам с помощью приемов инфотейнмента.

Повод к разговору не всегда является оперативным, даже случается, что он остается незамеченным другими информационно-аналитическими программами. Например, поводом к беседе с Сергеем Шойгу стала очередная его годовщина пребывания в должности министра, а программы с Виталием Мутко и Андреем Фурсенко вообще не имеют событийной привязки.

Раскрываются темы традиционно - ведущий дает краткую характеристику ситуации, ставшей поводом к разговору, затем просит гостя прокомментировать ситуацию, оценить перспективу развития того или иного явления.

Важное место занимают уточняющие вопросы ведущего, т.к гости студии, пытаясь быть предельно корректными, в своих ответах подчас настолько "сглаживают углы", что это вредит ясности восприятия.

Например:

"Роберт Кочарян: - … с учетом того, что Армения оказалась в составе Советского Союза, Турция воспринималась весьма определенно в схеме этого противостояния и такой ситуация была вплоть до окончания "холодной войны".

Николай Сванидзе: - "Весьма определенно воспринималась Турция" - что вы имеете в виду? Роберт Кочарян: - Большевиками в то время Турция рассматривалась как место для организации пролетарской революции первой на Востоке, а Западом - как некий форпост на южных рубежах Советского Союза. Было не до армянского вопроса…".

Провокационные вопросы типа "А сколько получает тренер национальной сборной России по футболу" являются редким исключением для данной программы.

Немного о лексике ведущего. Сванидзе не боится использовать малопонятные некоторым слоям населения слова типа "субвенции" и "дезавуировать". В то же время в "Зеркале" очень редко можно услышать слова разговорной лексики. Это свидетельствует о том, что программа не гонится за доступностью изложения, что, возможно, обернулось бы расширением зрительской аудитории.

"Зеркало" не претендует на роль программы для широких масс, поэтому элементы развлекательного характера здесь практически не встречаются. Мы рассмотрели "Зеркало" только для того, чтобы показать, что, во-первых, концепция программы напрямую влияет на использование приемов инфотейнмента, а во-вторых, элементы массовой культуры, ориентация на среднего зрителя встречаются не во всех программах российского телевидения, это не абсолютная тенденция.

"Неделя" (Ren-TV) "Неделя" с Марианной Максимовской выходит на Ren-TV каждую субботу в 19.00 (по московскому времени). Из всех еженедельных информационно-аналитических программ первой выходит именно "Неделя". Первым освежить в памяти зрителя самые заметные и важные события недели, привлечь внимание к выпавшим из поля зрения ежедневных информационных программ деталям - главная задача сюжетов "Недели".

Основу программы составляют репортажи. Но "Неделя" не ограничивается формулой "репортаж плюс авторский текст". В программе есть постоянные рубрики. Важное место в концепции программы занимает непременное интервью Марианны Максимовской. Во второй части программы - обязательный сюжет на семейно-бытовую тему (проблемы ранней беременности, неравных браков, транссексуалов, средства решения сексуальных расстройств и т.п.). Это позволяет считать "Неделю" "общественно-политическим телевизионным журналом" (именно так обозначает жанр программы сама Максимовская). Максимовская отнюдь не стремится всячески подчеркивать свою объективность и беспристрастность, в отличие от большинства ведущих информационных передач на российском телевидении. Поэтому в сюжетах программы активно используются разговорный стиль и вводные конструкции.

Нами были выявлены следующие особенности "Недели".

Легкость, развлекательность репортажей "Недели" достигается за счет неявных аллюзий, ссылок на продукцию массовой культуры, широко известную массовому сознанию. Это могут быть парафразы названий кинофильмов: "кремлевский гамбит" обыгрывает название популярного фильма "Турецкий гамбит", а словосочетание "страна бухих" отсылает зрителя к кинокартине Валерия Тодоровского "Страна глухих". Подобные аллюзии, с одной стороны, привлекают внимание зрителя, с другой, реализуют гедонистическую функцию журналистского продукта - зритель, узнавший первоисточник, чувствует себя "посвященным", он отгадал предложенную журналистом шараду.

Трансформации и игровому переосмыслению подвергаются также стереотипы массового сознания. Фраза "наши, как и полагается, в тельняшках" может родить у зрителя целый поток образов: тут и поговорка "нас мало, но мы в тельняшках", и знакомый многим образ русского мужчины в трико и тельняшке, не всегда трезвого. Все это делает новость более зримой, более выпуклой. Человек не просто видит в кадре незнакомого мужчину, а может вспомнить своих знакомых, носящих этот вид одежды. Таким образом, запускается механизм ассоциаций, преодолевается инерция мышления.

Другим приемом, позволяющим "оживить" сюжет, является вставка в сюжет дополнительных видеоматериалов. Это могут быть кадры из любительских фильмов (например, "Фреска борьбы" и "Националист" в сюжете о покушении на Чубайса; "Вертел" в зарисовке из бара). Особенно часто используются фрагменты художественных фильмов и музыкальных клипов. Такие вставки позволяют зрителю расслабиться, отдохнуть от надоевшей политической или идеологической риторики. Надо заметить, что существует опасность того, что рекреативная функция, традиционно свойственная журналистике, в данном случае может вытеснить все остальные. В мировой практике такие случаи нередки, что позволяет критикам инфотейнмента иронически характеризовать подобные сюжеты как "счастливые новости" (happy news) или "макулатура" (trash TV).

На наш взгляд, использование фрагментов фильмов и клипов является средством создания нужного эмоционального настроя. В этом плане пример их применения в "Неделе" является показательным. Здесь нет "картинки" ради "картинки", весь визуальный ряд работает на основную идею.

Приведем пример. В любительском фильме "Вертел" ("Неделя", 22.05.2005) показаны "подвиги" разгоряченных посетителей бара, в качестве музыкального сопровождения используется песня "Russian vodka". Кадры, безусловно, интересные, но самостоятельного значения не имеющие. После кадров "Вертела" идет проповедь священника о том, как человек "искажает истинный облик". Такое столкновение очевидно выходит за границы рекреативной функции, выполняя воспитательную функцию.

Важную роль в "Неделе" играет деталь. Жители домов, расположенных рядом со зданием суда, в котором выносили приговор Ходорковскому, ходят за хлебом с паспортом. Иначе не пропустят. Эта деталь, с одной стороны, служит для привлечения внимания зрителя, с другой, выполняет воспитательную функцию: показывает, как политика (а журналисты постоянно намекают на политический характер процесса по делу Ходорковского) вторгается в жизнь обычного человека. Не бывает такого, что политика отдельно, люди отдельно, как бы утверждает сюжет.

Удачно подмеченная деталь рождает яркие образы: "…больше всего они известны как дети-индиго. Это название придумали в Америке, где впервые обратили внимание, что у них очень необычный цвет ауры - как фирменные американские джинсы".

Журналисты при этом ограничиваются минимумом оценок - образы убедительнее, чем прямые оценки: "Дорога как запал, вставленный в сердце республики, а кольцо чеки у чеченских сепаратистов. Такая версия внешнего врага чрезвычайно удобна для дагестанского руководства".

Огромную роль играют детали при создании иронического эффекта. "9 мая. Красная площадь. "Друг Владимир" говорит приветственную речь, высокие гости читают текст перевода. Не хочет читать только американский лидер". Снова не важная, но яркая деталь, цепляющая внимание зрителя. Большую роль играет видеоряд, который говорит не меньше, чем слова. На экране зритель видит президента США, листающего текст перевода, как будто бы в поисках картинок. Ироническое отношение гарантировано.

Разновидностью деталей являются излишние, на первый взгляд, подробности. В следующем примере через этот прием зритель знакомится с культурой Израиля, расширяет свой кругозор: "Перечислить все, чем кормили Владимира Путина в Израиле во время многочисленных обедов и ужинов, невозможно. Гораздо проще сказать, чего Путину не дали. Во время… еврейской Пасхи категорически запрещено есть хлеб… Евреям нельзя есть хлеб, потому что в нем есть дрожжи. Сети быстрого питания отказались даже от кошерных биг-магов, а сэндвичи теперь делают из булок, приготовленных на муке и воде".

Избыточность малозначительных деталей, во-первых, позволяет ускорить темп речи, что уже создает эффект легкости информации, а во-вторых, создает дополнительный эффект присутствия "Мимо высокого забора, во двор, дальше к старому дому, еще дореволюционной постройке. Утро, здесь пока еще тихо. Вечером будет по-другому: гости, стол, слова за Победу". Несмотря на то, что тот же дореволюционный дом показан в кадре, упомянуть о нем в тексте далеко нелишне - домохозяйки, например, часто не смотрят телевизор, а слушают его, как радио. (Это, кстати, тоже одно из влияний массовой культуры).

Мозаичность повествования отчасти преодолевается за счет повтора однокоренных слов. "С Назралиевым - в каменный век. Время собирать камни для него давно пришло. Камни стали и его домашней коллекцией, и одной из форм психологической работы с пациентами. Здесь их заговаривают, символически вгоняя в камень свой груз проблем. Затем их торжественно относят на святую гору Таштар-Ата, где уже насыпан курган. Теми, у кого тоже был роман с камнем… Политические заговоры еще только начинаются. Кашпировский киргизской политики выходит на предвыборную тропу [показывается Назралиев, поднимающийся по лестнице], пытается сформулировать концепции развития". В данном примере объединяющим является образ камня, созданный цепочкой слов - "каменный", "собирать камни", "камни", "роман с камнем". С образом камня ассоциативно связан образ "заговора", двусмысленное толкование которого (как колдовство и политическое действие), кстати, служит для активизации ассоциативного мышления зрителя.

Освещение высокой политики через изображение жизни "обычных" людей. Работники "Недели" вслед за программой Л. Парфенова "Намедни" отказываются от деления тем на политические, экономические, социально-бытовые. Например, репортаж о визите Путина в Израиль начинается так: "В скромной квартире в отдаленном районе Тель-Авива сегодня праздник. К приезду Владимира Путина Нина Моисеевна Юдицкая обновила гардероб… Более тридцати лет назад Нина Моисеевна была классной руководительницей Владимира Владимировича…". Далее нить повествования протягивается от Нины Моисеевны к другим репатриантам из России: "Бар "Путин" появился в Иерусалиме еще в 99-ом году, когда Владимир Владимирович только стал премьер-министром. Говорят, на того поставили. Репатрианты из России здесь гуляют каждую ночь…". Захватив внимание зрителя, журналист ведет его за собой, постепенно раскручивая клубок проблем, связывая, в конце концов, отдельные детали со словами из речи Путина.

Рассмотрим один из сюжетов о политической обстановке в Белоруссии. "Предвыборный забег начался", претенденты "пробуют лыжню". Тут в кадре появляется журналист на роликовых лыжах. Мы рассматриваем этот прием как способ визуализации проблемы. Он усиливается заключительным кадром сюжета - крупно показана табличка "Финиш". Зрителя подводят к выводу, что это символический намек, например, на стагнацию в развитии белорусского общества. Таким образом, с помощью визуализации проблемы журналист вовлекает зрителя в интеллектуальную игру "домысливания", которая по своей природе напоминает загадки, т.е. опирается на бессознательный опыт человеческой культуры.

Другой пример: "В эпоху, когда официально было принято считать, что у нас секса нет, неофициальная точка зрения была иной. Настолько, что Памятник высоким достижениям в народе назвали просто "Мечта импотента" [вначале камера повернута на угол 90 градусов, потом постепенно возвращается в нормальное положение - таким образом в игровой форме изображается процесс эрекции].

Сущность языковой игры состоит в трансформации устойчивых словосочетаний, пословиц, афоризмов. Приведем примеры: "Взрывной патриотизм" (аналогия "квасной патриотизм"), "оборотни в пеленках" (ср.: "оборотни в погонах"), "виагропромышленный комплекс России" ("агропромышленный комплекс"), "врача избирали?" ("врача вызывали?"), "питие определяет сознание", "олигархом можешь ты не быть…", "Легендарный БГ - что хотел знать Кремль про рок в своем отечестве", "майские чтения" (о вынесении приговора по делу Ходорковского).

Каламбур - частный случай языковой игры: "в Ферганской долине многие не скрывают, что не любят Ислама Каримова. Здесь в почете совсем другой ислам - здесь сильные религиозные традиции", "В селе Солнечное Хасавюртовского района погода пасмурная. Осадки здесь такие: автоматные гильзы и осколки от подствольных гранат. Местные жители собирают их сотнями".

Понимая языковые уловки журналиста, зритель тоже оказывается причастным к этой игре. Этот эффект, возможно, имеет что-то родственное с переживаниями спортивного болельщика, когда зритель восторгается возможностями человеческого тела. В подобных случаях он восторгается остроумием корреспондента.

"Времена" ("Первый канал") Информационно-аналитическая программа "Времена" с Владимиром Познером выходят в эфир каждое воскресенье в 18.00 (по московскому времени) на "Первом канале". Программа построена на полилоге, обсуждении проблемы большим числом людей, что привносит в нее черты ток-шоу. Одно это уже придает программе элементы развлекательности, так как общение в прямом эфире предоставляет ведущему большие игровые возможности. Приведем пример.

"Ведущий: Подождите. Был один замечательный вопрос, это был пример экзамена вот этого: "У кого из героев романа "Война и мир" треугольный подбородок?" Кстати, вы знаете, у кого? Виктор Садовничий: Нет, я не знаю.

Ведущий: Не поступили".

Но темы, которые поднимает Познер, далеки от тех, которые обсуждаются в передачах формата ток-шоу. Готовящиеся реформы, коррупция, современные международные отношения России - все это, безусловно, важные проблемы, но они могут не затронуть умы публики в условиях огромного информационного потока, перегруженности сознания современного человека (а в России эти явления еще и усугубляются деполитизацией значительной части населения).

Сам Владимир Познер так сформулировал задачу программы: "Сегодня, когда я ехал на работу, я ехал на такси, и водитель спросил меня: вы тоже подвираете, как все, или правду говорите? Я сказал, что я стараюсь говорить правду, вообще стараюсь делать так, чтобы вы, вот зритель понимал, что происходит вокруг".

Имидж ведущего вариативен и зависит от обсуждаемой темы и статуса приглашенных гостей: в одной программе он может носить строгий костюм, в другой - джинсовую рубашку.

Познер часто задает вопросы от лица обывателя, при этом его речь со стороны выглядит подчеркнуто спонтанной, "неприглаженной". "Вот, все-таки, интересное дело. Я отслужил в армии, я ищу работу, очевидно. Мне предлагают за 3800 быть милиционером. Я себе думаю: "3800 маловато, пойду в таксисты". Это же не то, что их связывают по рукам и ногам, и вот будешь получать 3800. Это я слышу уже много лет - им слишком мало платят. А я не верю, что если платить непорядочному, нечестному, склонному к преступлению человеку больше денег, он вдруг станет хорошим. Я в это не верю совершенно".

Этот прием, с одной стороны, несколько упрощает ситуацию, сводит проблему к единичному примеру, с другой, за счет разговорности языка достигается легкость подачи информации, и как результат, человек не выключает телевизор только потому, что не сразу понимает сути явлений, о которых рассказывает ведущий.

Оживляет "Времена" и "свежая голова", играющая в программе роль неспециалиста, "человека с улицы". Введение такого человека тоже приближает проблему к конкретному зрителю. Во-первых, в качестве "свежей головы" выступают известные в обществе люди, чья позиция может быть интересна определенному кругу аудитории - например, поклонникам того или иного актера, режиссера, певца. Во-вторых, так как "свежая голова" не является специалистом в обсуждаемом предмете, то, как правило, ее позиция доступна для понимания абсолютному большинству зрительской аудитории ("свежая голова" не использует специальные термины, какие-то малоизвестные факты). Создается эффект присутствия "представителя народа" в программе.

"Временам" также свойственна интрига: в начале программы ставятся очень острые вопросы, привлекающие внимание зрителя. Если проводить аналогии с газетой, то эти вопросы выполняют в определенной степени функции газетного заголовка - так же аккумулируют содержание последующей беседы, так же выполняет экспрессивную функцию (этот прием мы отмечали и в программе "Неделя"). "Вот в связи с этими событиями возникают вопросы: а благодаря кому победил в этой войне Советский Союз? Благодаря Сталину или, образно говоря, благодаря Василию Теркину, то есть русскому солдату? Благодаря мудрому руководству коммунистической партии или благодаря неслыханному героизму народа? Знаем ли мы, спустя 60 лет правду о войне? Готово ли общество к этой правде? Вообще нужна ли нам, правда?" ("Времена" от 03.04.2005) При этом позиция Познера остается неясной для телезрителя до самого конца программы. Зритель поставлен в такие условия игры, когда ему не дают готовых ответов, у него "отбирают" даже такой ориентир, как авторитет ведущего. Эта неопределенность побуждает зрителя искать мнение ведущего за характером и содержанием вопросов.

Подобное предугадывание, безусловно, повышает активность зрительского восприятия, способствует выработке у аудитории собственной точки зрения. Таким образом, интрига не только удерживает зрителя у экрана, но и реализует воспитывающую функцию - приучает анализировать, выносить собственные суждения.

Необходимо обратить внимание на специальные сюжеты, подготовленные корреспондентами программы. В них, как правило, представлены занимательные факты из "истории вопроса", при этом информация подается сжато, энергично. Так, например, в короткий сюжет программы "Времена" от 13.03.2005 корреспондент Павел Пчелкин уместил все важные события периода перестройки: приход Горбачева к власти, курс на ускорение социально-экономического развития, заслуги Горбачева в области международных отношений, Афганистан, Чернобыль, курс на Перестройку и гласность, парад суверенитетов, августовский путч 1991 года. Комментарии журналиста чередовались с кадрами исторической хроники с выступлениями М.С. Горбачева.

"История вопроса" во "Временах" всегда подается в занимательной форме. В немалой степени этому способствует высокий темп речи корреспондента, создающий эффект "легкости" передаваемой информации. Но развлечь зрителя - не главная задача. Гораздо важнее показать значимость проблемы, обрисовать исторические перспективы ее развития. Сюжет оживляет беседу, вносит в круг обсуждения новые идеи. С другой стороны, зритель может немного расслабиться, отдохнуть от прений, что создает эффект переключения внимания, а на самом деле углубляет понимание проблемы.

Познер старается по возможности разнообразить беседу различными афоризмами, пословицами, поговорками: "Был такой американский предприимчивый человек по фамилии Барнум, который когда-то сказал: "Дураки рождаются каждый час. Этим надо пользоваться".

Важную роль в программе играет юмор, шутки ведущего. Для достижения комического эффекта Познер пользуется игрой слов - "Но вот на этой неделе депутаты принимали другой закон и показали, ну, необычайную требовательность и, можно сказать, вдумчивость по этому поводу, или может быть задумчивость, не знаю".

Встречается в его речи и обращение к стереотипам массового сознания: "А вот по потреблению всякой мерзости, по смертности, по реальному пьянству, вот тут мы впереди планеты всей. И виноваты в этом не олигархи, не евреи, не США, не масоны разные, не враги России, виноваты мы сами. И если мы стремимся к алкогольному вымиранию, рождению уродов, ну, что ж, давайте, признаемся в этом, открыто. Никакое государство не в силах с этим бороться, с этим справиться. Давайте не искать причин наших бед где-то там на стороне. ЦРУ не стоит за этим, уверяю вас, ни пятая колонна".

Эта дополнительная информация, повышая долю развлекательного начала в программе, поддерживает интерес сомневающегося зрителя, который вот-вот переключит канал. Она уравновешивает многочисленные статистические данные и выводы экспертных исследований, позволяет избежать информационной перегруженности. Эффект периодической "разрядки" позволяет Познеру включать в программу серьезные факты для анализа, при этом риск растерять к концу программы зрительскую аудиторию минимизирован.

Ежедневные выпуски новостей и инфотейнмент И в чисто информационных программах в настоящее время увеличивается роль развлекательного начала. Возьмем, к примеру, один из сюжетов программы "События: время московское" (телеканал ТВЦ) (26.04.2005), относящийся к теме международных отношений" и посвященная президенту США Джорджу Бушу. Несмотря на то, что главным действующим лицом является крупный политический деятель, сюжет совсем не касается политики, в центре внимания журналистов - личное обаяние Буша, одно это уже выглядит необычным для информационной программы. Содержательная сторона сводится к следующему: женщины 15 стран мира оценивали сексуальность Буша по 10-ти бальной шкале, и везде его рейтинг был меньше двух баллов. "Женщины предложили Джорджу Бушу критически оценить прическу и одежду и вообще сменить имидж". И выбор темы, и способ ее раскрытия позаимствованы из хроники светской жизни, вообще, надо заметить, что политика все чаще стала освещаться как некая "тусовка" сильных мира сего. Сюжет длится не больше минуты, но, тем не менее, он фигурирует в числе анонсированных в начале программы "главных" событий дня. Этот пример является ярким свидетельством того, что развлекательное начало проникает и в информационные программы.

Из всего вышесказанного можно сделать следующие выводы:

1. Социологические исследование, проводившиеся в США в конце 70-х годов XX века, констатировали усталость общества от "серьезной" информации. В эти же годы американская журналистика столкнулась с процессом падения рейтингов информационных программ. Об опасности этого явления предупреждали многие исследователи информационного общества. Мозг современного человека перегружен обилием поступающей информации, все чаще встречаются формы "плохой индивидуальной адаптации", о которых предупреждал Э. Тоффлер: "блокирование" пугающей информации, специализация, реверсионизм, "сверхупростительство". Стремление уйти от стрессов и проблем породило бегство от реальности - "эскейпизм". Журналистика не может оставаться в стороне от этих процессов, она должна искать такие формы предъявления информации, которые бы, во-первых, могли преодолеть состояние тревожности человека перед новой информацией, а во-вторых, позволяли бы реализовать традиционную для журналистики просветительскую функцию, помочь человеку разобраться в окружающем мире в новых, быстро изменяющихся условиях. Ответом на эти требования стало появление инфотейнмента.

2. Инфотейнмент базируется на традициях интеллектуальной "игры", когда с помощью специальных приемов зритель незаметно втягивается в эвристический процесс. Например, намеренное дробление новости на отдельные факты, образы, мнения, заставляет аудиторию самостоятельно выстраивать полную картину события на основе предоставленного журналистом набора отдельных деталей. Поэтому инфотейнмент представляет собой нечто большее, чем просто подача развлекательной информации. Важнейшей особенностью игры, отличающей ее от других видов человеческой деятельности, является свойство доставлять удовольствие от самого процесса действования, независимо от результата (теория функционального удовольствия К. Бюлера). При этом игра, хоть и не осознается играющими как серьезное действие, способствует развитию человека. Как показал Хейзинга, все виды человеческой культуры: поэзия, философия, музыка, танец, изобразительное искусство, правосудие, ратное дело и др. - возникли первоначально в игровых формах. Таким образом, инфотейнмент, опираясь на игру, обращается к глубинным свойствам человеческой психики.

3. Релаксирующее начало в информационно-аналитических программах проявляется как на уровне содержания, так и на уровне предъявления информации. Влияние инфотейнмента на содержание характеризуется тем, что объектом внимания журналиста часто становится не только суть явлений, событий, но яркие детали происходящего, иногда не имеющие особого значения для раскрытия темы, но обогащающие сюжеты образно и эмоционально. Другая тенденция состоит в том, что социальные и политические изменения начинают иллюстрироваться через изображение конкретного ("частного") человека. На уровне предъявления информации заметны следующие приемы: визуализация проблемы, яркая образность, преднамеренное упрощение информации, обыгрывание кадра, повышение роли репортера (иногда он сам становится частью репортажа). Важную роль в подаче материала играют лингвистические приемы - языковая игра и ирония. Также можно отметить драматизацию репортажей, когда в них вводится элемент интриги, и сравнительно быстрый темп подачи информационных сообщений в программах, использующих принципы инфотейнмента. Все вышеназванные приемы не только привлекают внимание аудитории, но через игру способствуют ее просвещению. В этом отношении показательной является программа "Времена", в которой игровые элементы (интрига, распределение ролей, соревновательный момент) гармонично сочетаются со статистическими данными и результатами экспертных исследований.

4. Использование (неиспользование) приемов инфотейнмента в значительной степени зависит от концепции телевизионной информационной программы. Этот вывод можно сделать на основании проделанного нами сравнительного анализа трех еженедельных информационно-аналитических программ: "Зеркало", "Времена", "Неделя". С другой стороны, ирония и самоирония, интертекстуальность, языковая игра, лежащие в основе эстетики постмодернизма, прочно вошли в журналистскую практику вместе с ценностями масскультуры. Поэтому даже в ежедневных новостных программах, провозглашающих объективность и отстраненность в подаче информации, сегодня все заметнее становится присутствие игрового начала.

Этический кодекс газеты Dallas Morning News. News Department Guidelines. Инструкция для отдела новостей. Перевод с английского А. Лужбин.

Беспристрастность: Все стороны спорной ситуации должны быть представлены в отчете. Все возможные усилия должны быть сделаны, чтобы получить незамедлительное и полное опровержение, если какие-либо обвинения выдвинуты против личности или компании. Одинаковое внимание должно уделяться первоначальным обвинениям и их исходам. (Например, если начало суда освещается на первой странице, то и приговор должен быть опубликован на схожем месте на первой странице). Об опровержениях должно быть написано в заголовке или подзаголовке, а также в начальных параграфах текста, безусловно, до того, как публикация переходит из открытия блока на внутренние полосы.

Поправки и пояснения: Должны быть напечатаны немедленно после обнаружения ошибки. Соответствующие авторы должны опубликовать причину ошибки. Каждый штатный автор, таким образом, должен ощущать себя чиновником, рассматривающим претензии граждан к правительственным служащим; и мы разбираемся с каждой жалобой со всей тщательностью. Каждая жалующаяся сторона должна получить ответ, независимо от того, опубликованы ли поправка или пояснение или нет. Цель этого не наказание, а уверенность в том, что мы не будем повторять ошибки. Не защищайся; просто объясни, что правильно, а что - требует пояснения.

Подарки и угощения, принципиальность, книги и записи: Не принимай подарки и угощения. Любой подарок должен быть возвращен отправителю или отдан благотворителям. С недорогими сувенирами можешь поступить, как захочешь. Не используй свое положение в газете для личной выгоды (покупка товаров и услуг со скидкой). Книги, видео - и аудиозаписи можно оставить себе только если они переданы для обзора; в ином случае их надо отправить в публичную библиотеку.

Плагиат: Не делай этого. Это основание для увольнения, и включает в себя кражу материалов из текстов как Dallas Morning News, так и других источников. Под плагиатом подразумевается кража идентичного материала, а не использование фактов чужих исследований.

Расизм и сексизм: Расовая принадлежность указывается, только если это существенно для рассказа. Расовым стереотипам и сексизму нет места в этой газете. Невежество ведет к бесчувственности и, конечно, не имеет оправдания.

Отношения с обществом: Быстро отвечай на все телефонные звонки и письма. Контакт читателя с тобой может быть его единственным контактом с этой газетой, потому учтивость - прежде всего. Газеты должны бороться с образом равнодушного наблюдателя, высокомерного и оторванного от общества. …

Непристойные ругательства: За несколькими исключениями, мы их не печатаем. Или главный, или выпускающий редактор должен предварительно утвердить публикацию каждой непристойности в этой газете, принимая во внимание источник и контекст. Непристойности неприятны многим читателям, и мы не должны шокировать людей. Английский язык дает достаточно возможностей для образованного автора.

Источники: Они должны быть полностью указаны и могут быть закрыты (оставлены анонимными) только в случае абсолютной необходимости. Избегай комментариев и сведений "не для записи". Не возлагай на эту газету обязательств опубликовать какую-либо историю к определенной дате или на определенной странице (или в блоке). … Анонимные источники должны знать, что могут быть названы в случае судебного иска. …

Политическая деятельность: Избегай любой политической деятельности, включая публичные высказывания, которые могут быть записаны и использованы в политической борьбе без твоего ведома. Не становись политическим кандидатом, не агитируй за политических кандидатов. Не высказывайся публично по любым спорам, кроме споров между профессиональными журналистскими группами. Разумеется, ты сохраняешь свое право голосовать.

Obituaries (извещения о смерти): Умей чувствовать. Советуйся с редактором отдела каждый раз, когда пишешь о самоубийстве или смерти от СПИД. Безусловно, все контакты по поводу смерти требуют от тебя участия и сочувствия.

Фотографии, графика: Иллюстрации оказывают потрясающее воздействие на читателей. Руководствуйся хорошим вкусом и добрыми чувствами. В вопросах вкуса советуйся с фото-редакторами.

Расходы на развлечения: Мы не принимаем бесплатные поездки от фирм, правительственных учреждений и местных администраций, политических партий и прочих. …

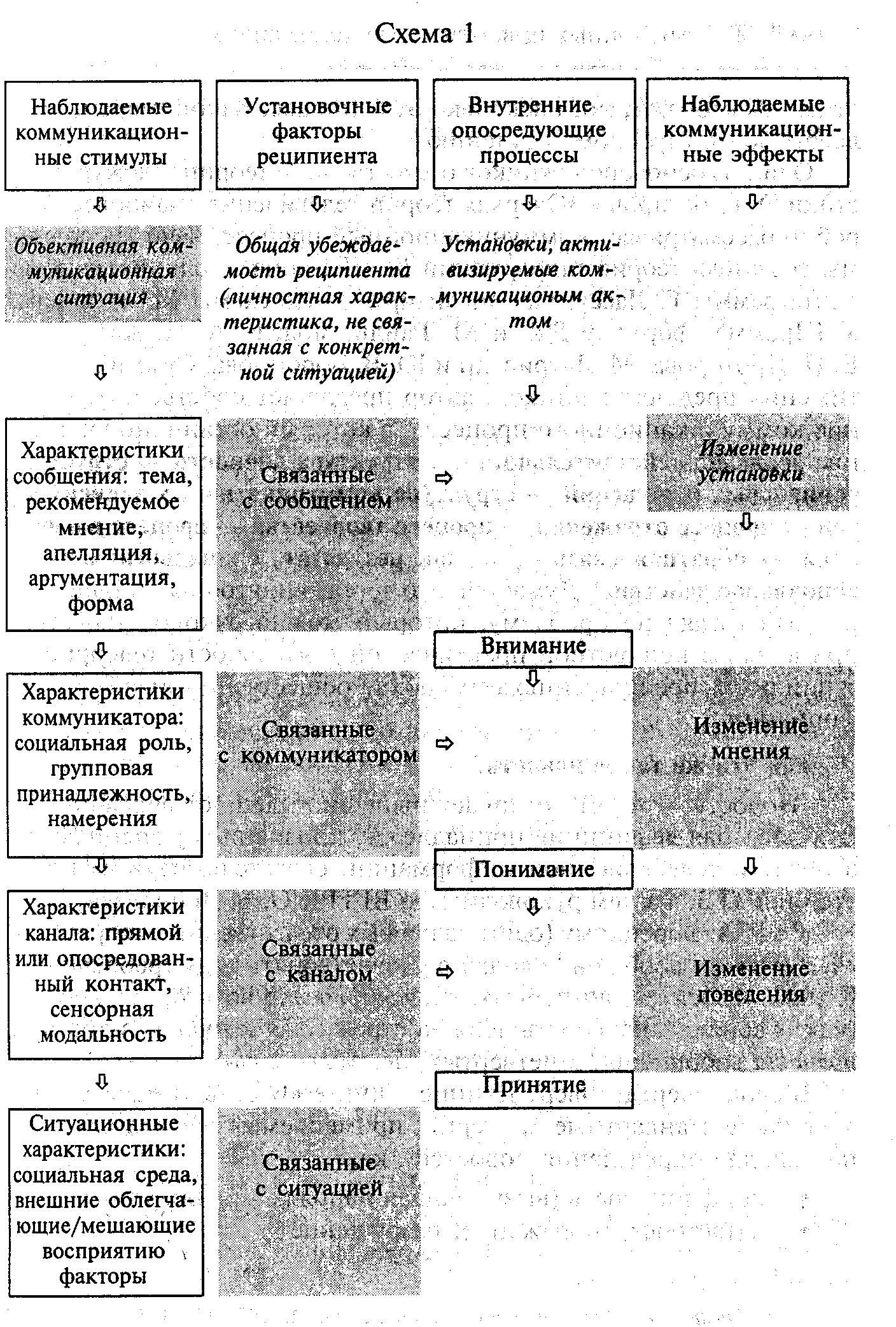
Жертвы преступлений, аресты: Жертвы изнасилований не называются. Жертвы преступлений должны быть защищены приблизительным указанием их адреса: например, квартал улицы, но не номер дома. Арестованный человек не называется, пока против него не выдвинуты обвинения. …

Обман при представлении: Ни один штатный сотрудник не может представляться иначе, чем от Dallas Morning News: репортер, редактор, фотограф, художник, коламнист - кем бы он ни был в газете. Если по соображениям безопасности или другой причине ты вынужден скрыть свою принадлежность к газете, ты должен предупредить об этом своего редактора как можно скорее. И выпускающий, и исполнительный редактор должны быть тоже уведомлены.

Отношения с полицией: Мы не подвержены какому-либо влиянию полиции и не хотим испытывать этого влияния. Мы сотрудничаем со всеми подразделениями полиции. Если ты чувствуешь, что влиятельные в обществе люди вмешиваются в твои обязанности, извести об этом своего редактора немедленно. Удостоверение редакции, выданное штатным сотрудникам, заслуживает уважительного к нему отношения.

Наше имя: Не используй название Dallas Morning News и свои служебные визитные карточки для каких-либо личных надобностей. (Например, ты не можешь представляться сотрудником News, если жалуешься на плохое обслуживание в магазине) Название газеты не должно звучать ни прямо, ни намеком в твоих личных делах.

Наконец, никакие инструкции и кодексы не могут предусмотреть всех возможных ситуаций. Отдельные случаи требуют ежедневного отдельного обсуждения. … Мы без колебаний обсуждаем жесткие, серьезные ситуации. У нас есть опыт и репутация, чтобы поддерживать нашу работу. Всегда руководствуйся справедливостью, аккуратностью и здравым смыслом.



Редакционные принципы Би-Би-Си: "Мы хотим быть самой творческой и самой надежной в мире вещательной компанией, производящей информационные, образовательные и развлекательные программы для самой разной аудитории. Наши программы существенно обогащают жизнь людей и удовлетворят их потребность в информации, которую рынок - сам по себе - никогда бы не смог предоставить. В своей деятельности мы стремимся руководствоваться интересами общества; содействовать развитию всего самого передового в Великобритании; не зависеть ни от каких групп влияния; придерживаться самых высоких этических норм".

Беспристрастность… Беспристрастность является основой всей деятельности Би-Би-Си. Все наши программы и службы должны быть честными, открытыми и правдивыми. Ни одна важная сфера интеллектуальной деятельности человека не должна остаться без внимания или быть недостаточно полно представленной в программах Би-Би-Си.

Объективность... Мы обязаны быть объективными. Ради этого мы должны быть готовы проверить и перепроверить любую информацию, получить все необходимые консультации. Везде, где возможно, мы должны стремиться получать информацию из первых рук от собственных корреспондентов. Если это невозможно, то от тех, кто имел непосредственный доступ к источникам. Безусловно, понятие объективности нередко выходит за рамки точного изложения фактов. Вся важная информация должна подвергаться анализу, целью которого должно быть установление глубинной истины, содержащейся в том или ином сообщении.

Честность… Все программы Би-Би-Си должны быть честными, открытыми и основанными на легальном бизнесе. Отношение к участникам программ должно быть честным и уважительным. Участники имеют право знать, о чем пойдет речь в той или иной программе, какая роль в этой программе им отведена, пойдет ли передача в прямом эфире или в записи, подвергнется ли мате риал редактированию.

Целостное и объективное описание людей и культур… В Великобритании и во всем мире программы и службы Би-Би-Си должны отражать и использовать разнообразие национальных культур, только тогда они могут претендовать на объективное отражение реальной жизни. Представляя новые таланты, взгляды, лица и голоса, мы делаем наши программы интереснее для зрителей и слушателей.

Объективность и независимость редакции... Наши зрители и слушатели должны верить в объективность программ Би-Би-Си. Они должны быть уверены в том, что принятие решений продиктовано только позитивными редакционными целями, но ни в коем случае не давлением со стороны политических кругов, коммерческих структур или иных групп влияния.

Уважение к частной жизни… Сотрудники Би-Би-Си обязаны уважать неприкосновенность частной жизни граждан и осознавать, что любое вторжение в эту жизнь должно иметь веские основания с точки зрения служения высоким идеалам. Подробности частной жизни, частной переписки или разговоров не должны становиться публичным достоянием, если это не отвечает интересам широкой общественности.

Уважение общественных вкусов и соблюдение приличий... Создатели программ должны осознавать и уважать различия в мнениях разных аудиторий по вопросу о том, что является и что не является оскорблением. Оставляя за собой право бросать вызов зрителям и слушателям, удивляя их новизной творческих подходов, мы обязаны оберегать свою аудиторию от ненужных оскорблений при выпуске в эфир или публикации наших материалов. Чрезвычайно важно понимать, чего именно зрители и слушатели ждут от наших программ и служб в зависимости от времени вещания. Программы телевизионных передач Би-Би-Си должны составляться с учетом того, что вещание только для взрослых начинается после девяти часов вечера.

Предотвращение имитации моделей антиобщественного или криминального поведения... Поскольку многие полагают, что люди склонны копировать модели поведения, которые им демонстрируют по телевидению или радио, мы должны заботиться о том, чтобы примеры антиобщественного или криминального поведения, показываемые в программах Би - Би-Си, не вызывали у публики желания копировать их в реальной жизни.

Обеспечение физического и психологического комфорта детей… Создатели программ Би-Би-Си обязаны заботиться о физическом и психологическом состоянии участвующих в этих программах детей. Они должны тщательно взвешивать возможные последствия, которые та или иная программа может иметь для каждого ребенка - как при ее подготовке, так и в результате выхода в эфир.

Уважительное отношение к участнику интервью... Все интервью Би-Би-Си должны являть собой образцы вежливости и корректности. Интервью может быть нацеленным на выявление истины, резким, скептическим, информативным и целенаправленным - но не пристрастным, грубым или эмоционально окрашенным в пользу однобокой аргументации. Интервью может быть острым, но не агрессивным, невежливым или откровенно грубым, несмотря на любые провокации. Приглашенные для интервью люди должны иметь реальную возможность высказать свое мнение по тому или иному вопросу.

Уважение к многообразию аудитории Би-Би-Си в Великобритании... Программы и службы Би-Би-Си должны быть рассчитаны на удовлетворение запросов самых разных групп населения на всей территории Великобритании.

Независимость от коммерческих структур… Программы Би-Би-Си никогда не должны создавать впечатление, что компания рекламирует какие-либо товары, услуги или компании или способствует их продвижению на рынок. Упоминание любых видов продукции или услуг должно быть санкционировано редактором. Никакие элементы рекламной деятельности не допускаются.

## Язык экрана

Телевидение - не только СМИ, но и вид творчества. Специфический художественный язык каждого вида творчества - это совокупность технических приемов и изобразительно-выразительных средств, с помощью которых творец воплощает свой замысел.

Телевидение и кино, будучи экранными средствами выражения, обладают общим в основе своей языком.

Известно, что язык экрана создан кинематографом.

На экране можно видеть часть пространства, выгороженную рамкой экрана. "Поле зрения" кинокамеры (как и телекамеры) - рамка с соотношением сторон примерно 3: 4.

Изображение части пространства, заключенное в рамку экрана, видимое в каждый данный момент - к а д р.

Понятие "кадр" охватывает и еще один признак - протяженность во времени, длительность пребывания изображения на экране. Кадром называют также часть фильма (или телепередачи), снятую одним взглядом" камеры, т.е. во время непрерывной работы камеры, в отрезок времени от начала до конца движения пленки в камере (или в отрезок времени от момента включения телекамеры до момента ее отключения от эфира.

Планом называют масштаб изображения, содержащегося в кадре (степень крупности изображаемой фигуры зависит от дистанции между камерой и снимаемой фигурой и фокусного расстояния объектива.

Наиболее употребительное деление планов - на три вида: общий, средний и крупный. Наиболее точное - на шесть видов:

1) дальний план (человек и окружающая его обстановка),

2) общий план (человек во весь рост),

3) средний план (человек до колен),

4) поясной план (человек до пояса),

5) крупный план (голова человека),

6) макроплан (деталь, например глаз).

(На некоторых телестудиях слово "план" употребляется как понятие, выражающее протяженность во времени, которое следовало бы выражать словом "кадр" в его втором значении (т.е. часть фильма или передачи, снятая "одним взглядом" камеры). Так, говорят о "длинном (или коротком) плане", тогда как следует говорить о длинном (или коротком) кадре. План же может быть более или менее крупным, но не может быть более или менее длинным)

Ракурс. Первоначально: всякое сокращение, укорочение фигур, изображаемых в перспективе. Возник термин в те времена, когда живопись переходила от плоскостного изображения к перспективному. Со временем ракурсом стали называть только особенно сильные сокращения, возникающие при изображении фигур и предметов с необычных точек зрения (сверху, снизу и т.п.). В первые годы кино ракурсом называли только такое положение оптической оси объектива, когда угол между ней и плоскостью предмета больше или меньше прямого. При этом часть объекта съемки сокращается, укорачивается, так как видна в перспективе. Ракурс находится в прямой зависимости от точки съемки, от положения камеры относительно объекта съемки.

Сегодня термин "ракурс" обозначает любой угол, образуемый оптической осью объектива и плоскостью предмета, в том числе и прямой, говорят об обычном и необычном ракурсе (на заре кино и телевидения ракурс предполагал только необычную точку зрения, при которой обнаруживалось перспективное искажение фигуры или предмета).

Вне этих понятий - кадр, план и ракурс - экранное изображение не существует. Всякое изображение на экране может занимать только площадь экрана, т.е. оно ограничено рамой экрана или, как говорят, кадрировано, оно обладает той или иной крупностью, и, наконец, его можно видеть в том или ином ракурсе.

Всеми этими признаками обладает и произведение живописи. Но существует одно

весьма существенное различие между картиной или рисунком и изображениями на экране: последние не постоянны, они появляются и исчезают. Кроме того, изображения на экране движутся, а движение имеет протяженность в пространстве и во времени.

Фильм или телепередача воздействует на зрителя всей совокупностью сменяющих друг друга изображений - кадров, их потоком. Непрерывный поток кадров - важнейшая особенность экрана. Значит, чрезвычайное значение имеет чередование кадров, их расположение во времени, т.е. последовательность их появления на экране.

Монтаж - расстановка кадров в определенном порядке и называется. Основы монтажа заложены в работах первых кинематографистов в самом начале ХХ в.

Каждый видевший коротенькие фильмы бр. Люмьеров "Выход рабочих с завода", "Прибытие поезда", "Политый поливальщик" и другие, знает, что они состоят из одного кадра, т.е. сняты неподвижной камерой, с одной точки, одним планом, в одном ракурсе. В первые 10-15 лет именно так и снималось огромное большинство фильмов - неподвижной камерой, одним кадром и в одной крупности. Но очень скоро обнаружилось, что кинопленку - целлулоидную ленту - можно резать и склеивать. И появляются фильмы, склеенные из нескольких кадров. Уже в 1912 г. можно было увидеть, например, фильм "День из жизни пожарного", в котором кадры чередовались в таком порядке:

1. Рука нажимает на кнопку пожарного сигнала.2. Пожарная машина выезжает из депо.3. Горящий дом.4. Пожарная машина мчится по улице.5. Горящий дом.6. Пожарная машина мчится по улице.7. Женщина в окне дома, охваченного огнем, и т.п. Во многих фильмах, снятых до 1914 г., можно обнаружить и планы различной крупности, и съемку с движения, и параллельный монтаж. Однако фильмы лишены художественной ценности, они представляют собой лишь паническую фиксацию действительности.

Основы образности кино были заложены американским режиссером и сценаристом Дэвидом Гриффитом. В фильмах "Рождение нации" (1915), Нетерпимость" (1916), "Сломанные побеги" (1919) и других Гриффит, спираясь на технические открытия своих предшественников, блестяще продемонстрировал возможности монтажа. Окончательное осмысление монтажа, превращение его в творческий процесс - заслуга отечественных кинематографистов, прежде всего великого художника и мыслителя Сергея Эйзенштейна. Существенный вклад в развитие теории и практики Миража внесли Л. Кулешов, Вс. Пудовкин, Д. Вертов, А. Довженко, Юткевич, М. Ромм - выдающиеся мастера киноискусства.

Хотя на экране зритель видит непрерывный поток кадров, в действительности при производстве фильма кадры эти снимают раздельно. Полученные в результате съемок кадры - куски киноленты - нужно соединить друг с другом, склеить. Этот процесс, чисто механический, носит название технического монтажа, а место соединения двух кадров называют склейкой. (Понятие "кадр" - в смысле временной протяженности изображения - определяют в обиходе как часть фильма - от склейки до другой)

Кадр состоит из определенного количества моментальных фотографий, каждая из них называется кадриком (фрейм). В результате того, что в кинопроекторе кадрики меняются (со скоростью 24 в секунду), на экране и возникает движущееся изображение.

Кадр, содержащий большое количество кадриков, виден на экране долго; это длинный (или медленный) кадр.

Кадр, содержащий меньшее количество кадриков, занимает на экране меньше времени; это короткий (или быстрый) кадр.

Кадры соединяются, склеиваются в непрерывную ленту. Это технический монтаж, процесс чисто механический. Но кадры должны быть соединены, смонтированы осмысленно - так, чтобы между ними существовала определенная и ясная связь. Процесс такого соединения кадров называют конструктивным монтажом. Понятно, что конструктивный монтаж включает в себя и технический. Цель конструктивного монтажа - верно воспроизвести на экране движение. Он отвечает только двум требованиям: во-первых, кадры должны чередоваться в логическом и удобопонятном порядке, и, во-вторых, каждый кадр должен быть такой длины, чтобы зритель понял его содержание.

Как видим, в процессе конструктивного монтажа нет ничего сложного, его можно уподобить грамматике. Нет ничего сложного, как нет и ничего творческого в том, чтобы говорить или писать грамматически правильно. Точно так же нет ничего особенного в том, чтобы при монтаже кадров движение было воспроизведено на экране верно и чтобы между кадрами существовала ясная логическая связь. Вот простой пример конструктивного монтажа:

1. Человек едет в автомобиле.

2. Выходит из остановившегося автомобиля.

3. Входит в дом.

4. Поднимается по лестнице.

5. Отпирает дверь квартиры.

6. Входит в квартиру.

7. Закрывает за собой дверь квартиры.

8. Снимает пальто и шляпу.

9. Вешает пальто и шляпу на крючок.

10. Входит в комнату и садится к столу.

Здесь, в этом чередовании кадров, движение воспроизведено верно и логическая связь между кадрами очевидна. Такая же по характеру связь может быть обнаружена в речи или в литературе. Это не специфическая, не кинематографическая, а описательно-повествовательная связь.

Каждый кадр имеет определенный смысл. Совершенно очевидно, что эти кадры нельзя поменять местами. Невозможен такой, например, монтаж:

l. Человек едет в автомобиле. 2. Входит в дом. 3. Выходит из остановившегося автомобиля. 4. Отпирает дверь квартиры. 5. Поднимается по лестнице.

Здесь нарушается логика, неверно воспроизводится движение. Ошибки подобного рода можно заметить на телеэкране в наспех смонтированной оперативной хронике.

Однако вполне возможен такой монтаж:

1. Человек едет в автомобиле. 2. Поднимается по лестнице. 3. Закрывает за собой дверь квартиры. 4. Входит в комнату и садится к столу.

Здесь логика не нарушена, хотя с помощью монтажа время и пространство на киноэкране "сжаты", из повествования как бы изъяты куски времени и пространства. В принципе это возможно потому, что кинокадры не дают полного и точного ощущения пространства, но лишь его иллюзию: изображение на экране в известной степени условно в том смысле, что это - двухмерное изображение пространства, а не само реальное, трехмерное пространство реальной действительности.

Однако кадры могут быть соединены между собой и таким образом, что связь между ними будет образная. Она выражается в художественном м о н т а ж е. Чтобы понять смысл этого термина, обратимся к примерам. Вот два последовательных кадра из фильма Я. Протазанова "Праздник святого Иоргена":

1. Пастух гонит по дороге стадо овец.2. По той же дороге идет толпа паломников-богомольцев.

Каждый из этих кадров, рассмотренный отдельно, содержит некую информацию, но не выражает никакой мысли. Сочетание этих же самых кадров имеет определенный смысл: их столкновение, как говорил С. Эйзенштейн, "высекает мысль". Логика связи двух кадров, последовательно увиденных, - чисто кинематографическая. Из сочетания кадра 1 и кадра 2 возникает мысль, не содержащаяся в каждом из кадров, взятых порознь. Смысл кадра 2 не в том, что толпа богомольцев идет по дороге, а в том, что эта толпа идет, как стадо баранов. Кадр 2 как бы включает в себя кадр 1, смысл кадра 2 больше, чем его видимое содержание, изображение.

Этот простой пример помогает понять формулу художественного монтажа, предложенную С. Эйзенштейном: один кадр плюс один кадр получается не два, а... нечто большее.

Другой пример художественного монтажа, более сложный, ставший классическим, - знаменитый эпизод первомайской демонстрации рабочих из фильма Вс. Пудовкина "Мать". Режиссер вмонтировал в кадры демонстрации кадры ледохода и тем создал образ революции, неудержимой, как наступление весны в природе. Это метафора, возникшая из художественного монтажа кинокадров.

Становится понятно, что конструктивный монтаж - лишь элемент, составная часть художественного монтажа. С помощью конструктивного монтажа можно преодолеть на экране пространственно-временную несовместимость, логически связно, ясно рассказать о действиях и событиях.

С помощью же художественного монтажа можно не просто воспроизвести на экране реальность, но и трактовать, объяснять ее.

Мастера кино во главе с С. Эйзенштейном и Вс. Пудовкиным в 20-х годах доказали, что кадры можно не только "сцеплять", но "сталкивать", что, пользуясь художественным монтажом, кино способно воздействовать на зрителя не только передаваемыми им понятиями, но и создаваемыми им образами.

Кино стало подлинным искусством только после того, когда были познаны возможности монтажа как выразительного средства.

Одно из важнейших кинематографических средств ведения драматургически напряженного повествования - параллельный монтаж. Показывая как бы врезанные один в другой кадры, снятые в разных местах и в разное время, можно добиться отчетливого ощущения одновременности двух различных действий и тем самым выявить их взаимозависимость, взаимосвязь.

В реальной действительности одновременно происходит бесчисленное множество действий. Цветут сады. Сидят за партами дети. Тракторы пашут землю. Кто-то стреляет. Кто-то целуется. Кто-то умирает. Художник, объясняя, трактуя действительность, должен отбирать кадры, запечатлевшие эти действия, чтобы выявить их связь. Если он смонтирует кадры, изображающие одновременные действия, таким образом, что при этом отчетливо выявится их смысл, их значение, то это будет не простая передача реальности, а ее авторская трактовка. В теленовостях этим приемом надо пользоваться осторожно, чтобы не подменить авторской трактовкой подлинное развитие событий. В публицистических и художественных фильмах, пользуясь им, можно выражать на экране сложные, отвлеченные понятия и идеи, углублять и усиливать эмоции, придавать динамизм и напряженность развитию сюжета. Примеры использования параллельного монтажа можно найти едва ли не в каждом кинофильме, хотя, конечно, сила его воздействия не одинакова, она зависит от таланта сценариста и режиссера.

В документальном фильме "Сердце Испании", рассказывающем о гражданской войне 1936-1938 гг., режиссер дает такой параллельный монтаж:

1. Бомбардировщики фашистской армии над Мадридом.2. Пилот в кабине нажимает рычаг бомбодержателя.3. Бомба, падающая на Мадрид.4. Гитлер, выступающий перед толпой в Нюрнберге.5. Бомба продолжает падать.6. Муссолини, выступающий перед толпой в Риме.7. Бомба продолжает падать.8. Бомба взрывается на улице Мадрида.

Здесь с помощью параллельного монтажа ясно выражена мысль о связи Франко с немецким и итальянским фашизмом, причем связь эта выявлена чисто кинематографическим способом, без слов.

Параллельный монтаж, используемый для выявления внутренних субъективных связей, называют ассоциативным монтажом. Вот как пишет об этом сам С. Эйзенштейн: "В нашем фильме "Октябрь" мы врезали в сцену речей меньшевиков арфы и балалайки. И арфы эти были не арфами, но образным обозначением медоточивых речей. Балалайки были не балалайками, но образом надоедливого треньканья этих пустых речей... И ставя рядом меньшевика и арфу, меньшевика и балалайку, мы раздвигали рамки параллельного монтажа в новое качество, в новую область: из сферы действия в сферу смысла".

Монтируя кадры, режиссер может создать определенный, более или яснее четко выраженный ритм их чередования на экране, может создать более или менее быстрый или медленный темп их показа. Ясно, что тот или иной темп и ритм монтажа зависят от сравнительной длины каждого монтируемого кадра, иными словами - от количества кадриков в каждом из кадров. Темп и ритм - средства, направленные не столько к рациональной сфере сознания зрителя, сколько к сфере эмоциональной.

Монтаж можно обнаружить не только в кино, монтаж существует и в других видах искусства, особенно часто - в литературе. И в прозе и в поэзии нетрудно обнаружить все монтажные элементы: кадрирование, изменение крупности, т.е. смену планов, параллельный монтаж и т.п. Однако кино пришло к монтажу своим путем, стремясь к максимально верному, а затем и к образно-поэтическому отражению реальной действительности.

Процесс познания окружающего мира человеком имеет "монтажный" характер, если можно так сказать. Отражение, воспроизведение этого процесса уже давно было во власти литературы. Оказалось, что, стремясь к той же цели, кино пользуется тем же средством. Обнаружилось это по мере совершенствования монтажа. Доказал общность некоторых законов киномонтажа и законов литературы С.М. Эйзенштейн в статьях, написанных в 1937 - 1938 гг. В силу зрительности и динамичности кино монтаж в кинематографе существует в гораздо более очевидно и легко ощущаемой форме, чем в литературе. Сказанное выше помогает понять всеобъемлющее значение монтажа как важнейшего элемента языка экрана.

Краткий обзор выразительных средств кино и телевидения был бы неполон без разговора о съемке с движения. Это средство экранной выразительности имеет особое значение для телевизионной журналистики. Для ясного понимания возможностей этого средства необходимо различать виды съемки движущейся камерой. Первый из них - панорамирвание. Этим термином называют съемку камерой, поворачивающейся вокруг своей вертикальной или горизонтальной оси. Камера остается на месте, она лишь поворачивается: вверх или вниз, вправо или влево. Панорамирование не что иное, как воспроизведение движения глаз или головы человека, стоящего на месте. Панорамную съемку мы видим часто, например, при телепередачах со стадионов, когда камера, оставаясь в одной точке, панорамирует в горизонтальной плоскости, следя за футбольным мячом.

Второй вид съемки с движения - проезд, или тревеллинг, ot англ. travelling - "путешествующий", "передвигающийся". Тревеллингом называют такое передвижение камеры, снимающей фигуру или предмет, когда угол между оптической осью объектива и плоскостью предмета остается во время съемки неизменным. Сюда относятся такие, например, съемки, как проезд камеры вдоль улицы (горизонтальный тревеллинг) или от земли до крыши дома (вертикальный тревеллинг), движение камеры рядом с движущимся автомобилем.

Особая разновидность тревеллинга - отъезд и наезд (иначе - тревелинг назад и тревеллинг вперед). При наезде и отъезде непрерывно (иногда очень быстро) меняется угол зрения объектива и зависящая от него крупность изображения. В последние десятилетия вместо реального наезда камеры используют оптический - смену угла изображения специальным объективом.

Третий вид съемки с движения - тpaекторная съемка. Так называют различные сочетания тревеллингов с панорамированием. Это очень сложный вид движения камеры, для осуществления которого применяются операторские краны с выносными стрелами, способными oдновременно подниматься, поворачиваться и передвигаться в любую сторону, и другие механизмы и приспособления. Как непревзойденный образец траекторной съемки можно напомнить первый эпизод фильма "Я - Куба" (режиссер М. Калатозов, оператор С. Урусевский), когда камера в течение добрых пяти минут снимает один кадр, двигаясь сначала к крыше небоскреба, затем спускаясь вниз, затем пробираясь между людьми, гуляющими возле плавательного бассейна, затем следуя за пловцом, уходит под воду и т.п. Съемка движущейся камерой создает эффект внутрикадрового монтажа, особенно важного для телевидения. Изменяя содержание кадра плавно, внутрикадровый монтаж дает возможность сохранить в рамках одного (длинного) кадра пространственно-временную непрерывность, что свойственно "прямой" телепередаче, в отличие от междукадрового монтажа, изменяющего содержание кадра в зависимости от точки съемки.

Существуют также элементы языка экрана, роль которых можно уподобить роли знаков препинания в синтаксисе. Приемы, в какой-то степени аналогичные пунктуации, должны быть использованы на экране таким образом, чтобы, помогая течению рассказа, вместе с тем не отвлекать внимание зрителя. Это наплыв, затемнение, вытеснение (или "шторка"), двойная экспозиция, скольжение (или "смазка"), расфокусировка. Средства эти могут покаяться чисто техническими; однако точный выбор этих средств, осмысленное использование их оператором и режиссером могут дать художественный, смысловой эффект. В последние годы набор таких приемов расширился благодаря использованию электронных "спецэффектов", хорошо знакомых каждому телезрителю.

## Термины

Язык экрана

кадр

план

ракурс

дальний план

общий план

средний план

поясной план

крупный план

макроплан

ракурс

обычный и необычный ракурс

кадр

кадрик

длинный (или медленный) кадр

короткий (или быстрый) кадр

склейка

монтаж

технический монтаж

конструктивный монтаж

художественный монтаж

параллельный монтаж

ассоциативный монтаж

внутрикадровый монтаж

междукадровый монтаж

"сцепка" кадров

"столкновение" кадров

темп и ритм монтажа

панорамирование

проезд (тревеллинг)

отъезд (треверлинг назад)

наезд (тревеллинг вперед)

тpaекторная съемка

наплыв

затемнение

вытеснение ("шторка")

двойная экспозиция

скольжение ("смазка")

расфокусировка

спецэффекты

Мельник, Галина Сергеевна. Общение в журналистике: секреты мастерства. - СПб.: Питер, 2005. - 217 с.: ил.

## Электронный собеседник

Теледебаты и телешоу: момент истины или обман?

Телерадиовещание сегодня - это составная часть индустрии развлечений, дополняющая своей продукцией соответствующий газетный и журнальный рынок и культивирующая ценности массовой культуры. В современном мире зрителю просто необходимо быть полноправным участником массового общения, он должен чувствовать свою причастность к процессу, поэтому телеэфир полон интерактивов, игровых передач, reality show, ток-шоу. Часто это открытый эфир, где активизируется роль зрителя: аудитория становится непосредственным участником программы (либо присутствует непосредственно в ней).

"Телевидение может рассчитывать на успех только в том случае, если оно опирается на диалог, прямые и обратные связи с аудиторией, на многообразие мнений и оценок, существующих в обществе" [55]. Спонтанность, импровизация обостряют эффект сопричастности, соучастия в беседе у зрителя или слушателя.

Снимая барьеры между зрителем и программой, интерактив помогает обсудить и конфликты, и историко-политическое событие, и романтическую историю. Чтобы обсуждение шло живо, выбирается острая проблема. Звоня в редакцию, респондент отмечает, что его взгляд имеет сторонников. Этот процесс расширен тем, что особо интересные мнения звучат в эфире. Достигается сразу два эффекта: эмоциональный и эстетический - удовлетворение от психологической разрядки и радость от эстетического обогащения.

Сложна роль и у шоумена, который организует зрелищный диалог каждый раз с новой аудиторией. Коллективный поиск истины требует от журналиста эрудиции и такта. Поскольку передачи не сводятся к звучащей в них вербальной информации, здесь важны мимика, жесты, паузы, выражение глаз. Артистичность, пластичность, хорошая реакция - важные компоненты ведущего ток-шоу.

Столичный класс московского ТВ репрезентирует, по мнению медиакритика А. Вартанова, передача "Культурная революция" на РТР. По жанру она представляет собой телешоу. Ее отличие от других шоу в обилии "звездных участников". Общение в теледебатах провоцируется здесь проблемной ситуацией, необычностью и остротой обсуждаемых тем: "Интернет - конец культуры" (13.01.02), "Никто не хочет знать настоящую историю" (7.02.02), "Без мата нет русского языка" (14.02.02), "Шедевр может создать только мужчина" (21.03.02), "Утечка мозгов полезна для России" (14.04.02), "Русская литература умерла" (11.04.02), "Секс - двигатель культуры" (7.08.02), "Русский фашизм страшнее немецкого" (26.09.02). В качестве игроков, например, при обсуждении темы фашизма в России были известный политик Борис Немцов и политтехнолог Глеб Павловский.

Драматургия передачи предельно проста. Приглашаются два гocтя, один из которых, согласно правилам игры, отстаивает правоту императивного заголовка, а другой, естественно, без особого труда разыгрывает явно игровую "подставку" [56]. Хотя публицистическая концовка уже готова, зрители с удовольствием погружаются в магию теледейства - интеллектуальные поединки "звезд".

Автор и ведущий Михаил Швыдкой (экс-министр культуры РФ) предлагает обсудить рискованную тему: можно ли жить в России по закону, или страна обречена жить по старинке, т.е. "по душе"? Сам Швыдкой (министр культуры этой самой страны) неожиданно отводит себе роль "вне законника" с неортодоксальной позицией и в союзники приглашает писателя Даниила Корецкого. Зато и оппонента подбирает себе неожиданного - бывшую телезвезду из "знатоков" и нынешнего юриста державного уровня Михаила Борщевского. Отточенный рационализм и блистательная компетентность последнего берут верх, на что автор, собственно говоря, и рассчитывал.

Отличная сценография, характерность типов и раскрепощенность всех участников ток-шоу, наконец, общегосударственная значимость проблемы, прекрасный ведущий - налицо все составляющие идеальной, поистине столичной телепродукции [57].

Эффективность прямого эфира давно поняли на Западе, и многие зарубежные журналисты сделали свою карьеру на всевозможных ток-шоу. Манера ведения такой передачи предполагает легкость разговора и артистизм ведущего [58], обязательное присутствие аудитории и экспертов, что создает драматургию передачи и обеспечивает театральный эффект.

Медиакритики считают, что успех передачи зависит от нескольких критериев: продолжительности передачи;

соответствия заявленной темы и результатов прямого эфира; гостей студии;

наличия аудитории;

умения принимать в течение 20 минут звонки от зрителей;

аудитории (обывателей) и специалистов (экспертов), уравновешивающих друг друга.

Хозяин студии - ведущий несет полную ответственность за порядочность и честность говорящих.

Президент Академии российского телевидения Владимир Познер - король прямого эфира, автор программ "Мы", "Мы и время", "Человек в маске", "Весьма важная персона" - свою нынешнюю передачу "Времена" делает по классическим канонам.

Динамику его телепрограмме придают вкрапленные сюжеты, элементы новостной и аналитической журналистики, обзор событий за прошедшую неделю. Профессионал поражает широтой возможностей ведущего - эрудиция, такт, проникновенность, доброжелательность в сочетании с сильной волей и ясным пониманием цели создают атмосферу напряженного диалога, коллективного искания истины. Можно утверждать, что его передачи оказывают мощное духовное воздействие на телезрителей [59].

"Времена" сочетают два вида общения - формально-ролевое и деловое. В передаче важен не только содержательный материал, являющийся предметом обсуждения (например, положение в Чечне), но и выражения лиц, позы, паузы.

К сожалению, мало таких передач, где зритель ощущает сочувственное, внимательное отношение к собеседнику. Зритель не может не видеть засилья "говорящих голов", телеведущих с низким образовательным уровнем практически на всех телеканалах. Недавний опрос зрителей показал, что на телевидении недостает профессионализма, ума, личностных начал, смысла и вкуса [60].

Рейтинговые программы на современном ТВ - это мелодрамы, своеобразный "новый жанр", предлагающий типичную схему развития действия и утешительную форму разрешения конфликта, противоборства добра и зла ("Большая стирка", "Моя семья", "Женский взгляд", "Кумиры" и др.) [61].

Зарубежные аналоги программы "За стеклом", "Слабое звено", "Фактор страха" привнесли дух соперничества, конкурентности, выживаемости любой ценой, т.е. то, что ранее очень плохо согласовывалось с российским менталитетом. Новые кальки - передачи "Окна", "Большой куш", "Девичьи слезы" - строятся на инсценировках (в телевизионном шоу играют подставные лица, которых неискушенный зритель и студийная аудитория принимает за настоящих героев). Инсценированные истории погружают зрителей в толщу кошмара обывательской физиологии. Эти передачи - своеобразное проявление коммунального комплекса [62]. Автор и ведущий здесь максимально раскован, иногда до развязности. Подчиняясь закону жанра, он часто выходит за пределы этики, выспрашивая об интимных подробностях, пытаясь показать человека в неприглядном виде. Задача - распалить страсти, развернуть битву вокруг бытовой проблемы, эпатировать публику непредсказуемостью ситуации и ее оригинальным решением.

Средством активизации зрителя являются такие формы работы с ним, как беседа, дебаты, дискуссии и полемика.

В беседе автор общается не с "живой" аудиторией, а с невидимым собеседником, реакцию аудитории можно только предполагать. Иное дело все виды дискуссий. На телевидении они проводятся с целью показать разные точки зрения на проблему, дать возможность участникам защитить свою точку зрения, опровергнуть противоположное мнение оппонента, утвердить собственную позицию.

Дискуссия, дебаты, полемика - это разные по направленности типы споров. Полемика - это подлинный спор, предполагающий утверждение мысли неоспоримыми доказательствами. Дебаты - прения или спор, у которого могут быть разные цели - выяснить истину, убедить кого-либо изменить точку зрения, проверить жизненность идеи, обоснованность решений. Дебаты возможны только между компетентными людьми. Спор ради истины приобретает особую красоту, способен доставить непередаваемое наслаждение. И даже отступление не оставляет ощущения поражения.

Иногда в споре для оппонентов важна оценка окружающих и то впечатление, какое они оставляют о себе у зрителей. Они добиваются признания аудитории, одобрения своих интеллектуальных способностей. Это спор ради спора, в котором блеснуть эрудицией - важнее, чем достичь истины.

Дискуссии в реальности имеют несколько видов. В первом случае дискуссия нацелена на поиск истины (ad red). У участников спора есть какая-то общая цель, в осуществлении которой каждый заинтересован, но не согласен со способом ее достижения. В этом случае возможен компромисс, а сам вид дискуссии продуктивен.

Во втором случае дискуссия - это спор по поводу какого-то события или факта. Факты можно принимать, но без комментариев. Трактовка у разных фактов разная (как спор в суде). Споры о справедливости бессмысленны, так как справедливость существует только та, которая определена законами социума. Это спор по факту (ad rem).

В третьем случае - это спор с целью убедить в чем-то слушателей и заставить принять определенную точку зрения (ad hominem - на толпу, на человека). Истина в таком споре не может родиться. Но доказать в таком споре можно все что угодно. Выбор оптимального решения невозможен, бесполезен и бесконечен.

Многое зависит от того, какой вид борьбы избирается в споре - цель победить, или сорвать противодействие, или не дать победить противнику, хотя и не победить самому. Большинство дискуссий на телевидении имеют игровую основу и направлены на "толпу".

Во всех видах дискуссий журналист играет роль модератора, чело - века, который предоставляет слово, следит за последовательностью, контролирует настрой участников и создает атмосферу заинтересованности.

Коммуникативно-речевые умения радио - или тележурналиста реализуется в разных ситуациях - в условиях политических теледебатов или в игровой телепрограмме, где предусмотрены споры. Исход дела, т.е. то, как будут реализованы коммуникативные намерения, зависит от тщательности подготовки (уметь видеть собеседника, анализировать особенности его личности, вырабатывать стратегии). Вряд ли можно полагаться только на экспромт. Имея природные склонности к взаимодействию с разными людьми, способность к самооценке, развитую интуицию и навыки, журналист легко "собирает в концерт" публику, которой управляет, как дирижер оркестром. В его ведении интервьюируемый, гости передачи в студии, внестудийные собеседники на территории, где ведется съемка [63]; он предоставляет открытую трибуну не только физически присутствующим участникам, но и "виртуалам" - посредством предварительно взятых видеоинтервью.

"При полифонировании телевизионных дискуссий следует избавляться от "звездности" ведущего, - считает В.Г. Ященко. - Он не должен доминировать в диалоге. Его точка зрения имеет право быть выраженной, так же как и точка зрения других участников программы. Он "ведет", формирует программу установленным стилистическим образом, не навязывая при этом своего видения проблемы. Он постоянно генерирует ситуации, акцентирует внимание участников на полифонии, на точках пересечения различных идей и идеологий. Для этого ведущий-модератор должен обладать определенным "избытком видения"". Если следовать этой рекомендации, то и героя телевизионной дискуссии нужно выбирать тщательно, чтобы он был "бескорыстным носителем идеи, идеалистом, не просто исповедующим некую идеологию, но и идущим на жертвы ради ее воплощения" [64]. Но телевидение требует ярких персонажей с оригинальным мышлением и поведением, в противном случае теряется зрелищность. Можно быть и честным, и скучным одновременно.

Модератор между тем - это "тот, кто оставил свое мнение за порогом студии, но остался живым, энергичным, интересным распорядителем дебатов" [65].

"Какой бы служебной ни казалась роль модератора, одно лишь присутствие известного журналиста может менять сам характер передачи как для собеседников, так и для зрителей" [66].

В одном из интервью Аркадий Райкин говорил о человеке, выступающем по телевидению: он должен иметь запас спокойствия. "Он должен чувствовать и понимать, что ему доверяют. Иначе это страшно сковывает. Когда до передачи перед тобой машут пальцем и говорят: ты, смотри, сукин сын, не скажи там что-нибудь лишнее... Даже не надо присутствовать в студии, а просто у себя в комнате перед телевизором чувствуешь: этот человек вышел накачанный определенным образом и никуда, ни вправо ни влево не может отвлечься и вы - сказать свою точку зрения" [67].

В телевизионных дебатах победа на публике приносит большее удовольствие, тешит самолюбие тех, кто в них участвует. Однако разные темпераменты, многоголосица мнений, которые нужно направить в определенное русло, чтобы беседа не выходила за берега и имела четкие очертания, требуют от ведущего сосредоточенности. Вот как обозреватель СМИ А.А. Андреев характеризует ситуацию, в которой робкий проигрывает по сравнению с самоуверенным.

Дмитрий Рогозин - депутат Государственной думы в дебатах атаковал своего оппонента, задавая к ряду по пять вопросов. Сергей Ковалев - правозащитник едва отвечал на один. Это напоминает не борьбу идей, а борьбу темпераментов. Ведущий этому не препятствует, тем самым создается ситуация, когда двое нападают на одного.

Обреченность одного из оппонентов, в данном случае С.А. Ковалева, становится видна уже с первых минут дебатов [68]. Принимать участие в теледебатах, очевидно, нужно только тем, кто умеет работать на камеру, владеет речью, может говорить кратко, емко, ярко. В споре журналист может выбрать роль "адепта" (С. Сванидзе, "Зеркало" на PTP) или "скептика" (С. Шустер, "Свобода слова" на НТВ).

Журналист умещает максимальное количество слов в минуту времени, осуществляет напор на аудиторию, обладает мгновенной реакцией, предлагает отшлифованные формулировки, подготавливает ответы на прогнозируемые обвинения (так, например, работала С. Сорокина в передаче "Основной инстинкт").

В нарушение правил игры журналист порой увлекается, заражается эмоционально от партнеров и неосознанно начинает выступать активным участником спора, как это обычно бывало на передачах В. Соловьева "У барьера". Атмосфера азарта и напряженности заставляла его брать сторону одного из участников спора, проявлять напористость в отношении другого. Ведущий переставал задавать вопросы и начинал упорно навязывать аудитории свое мнение (что во - все не было предусмотрено правилами передачи).

Споры стихийные и неорганизованные определяются позицией игры. Если есть потребность эпатировать публику, ведущий инициирует игровые отношения, вовлекая в процесс общения, при этом использует провокацию как средство активизации аудитории. В ситуации подобного типа всегда есть элемент активного несогласия, про - теста против "неправильного" поведения собеседника с точки зрения одного из участников общения. Это влечет за собой вербальную агрессию, провоцирующую, "вызывающую" коммуникативный конфликт [69]. Ведущий тонко подстрекает к каким-либо действиям, интригует, намекает, побуждает интерес, используя эмоционально-психологическое заражение, управляет аудиторией. Меняя смысловое поле, он формирует общий настрой. Провоцирование предполагает не просто иерархию мотивов высказывания, но имеет явные и скрытые мотивы и намерения.

Журналист свободен в выборе методов активизации аудитории, если она не предопределена этикетной ситуацией. Тактичный журналист может не заметить неловкость, обойти нескромный вопрос.

Дискуссии "обречены" на успех, если ведущий обладает такими качествами, как высокий интеллект, открытое сердце, богатая образная речь, обширные познания, тонкий юмор. Однако нужно помнить, что в подсознании человека могут быть запрятаны агрессивные желания. Ненароком можно вызвать такие чувства, как ревность, злобу, желание унизить или причинить боль.

Ирония в дебатах со стороны ведущего допустима, если это проявление оптимизма, а не цинизма. Юмор делает общение легким и непринужденным, дает начало взаимопониманию и партнерству. Полезно смеяться над собой. Объектом шутки лучше выбирать не своих собеседников, а третьих лиц, нейтральную ситуацию или внешние обстоятельства. Так легче относиться к их чудачествам и капризам. Особую тактику нужно использовать с циниками. Относится к ним с молчаливым пониманием и равнодушием.

Телеобщение - часть журналистского творчества, которому присущи креативность, творческое отношение к миру, творческая самостоятельность, раскованность, иногда доходящая, по замечанию Л.Г. Свитич "до творческого произвола" [70]. Однако этот "творческий произвол" не должен оскорблять присутствующих в студии.

Основа общения журналиста со студийной аудиторией - эмпатия, проявляющаяся в прямых обращениях: "Вы заметили, что... ", "Помните, как... ", "Давайте подумаем вместе". В своих комментариях журналист ссылается на мнения других людей, что не исключает и собственной авторской позиции.В. Познер как профессионал никогда не заслоняет явно фигуры говорящих - участников передачи, не выпячивает демонстративно свою персону на первый план. Однако и профессионалы такого уровня - не всегда идеальные ведущие.

Участники фокус-группы (студенты факультетов журналистики Санкт-Петербургского и Якутского государственных университетов), изучавшие профессиональные приемы ведения беседы с помощью стоп-кадра, отметили положительные качества в работе В. Познера:

остроумие; обаяние;

интеллигентность; хорошая дикция;

умеет слушать и услышать то, что ему нужно; тактичность;

профессионализм; увлеченность;

умение пользоваться ораторскими приемами.

Однако при пристальном внимании к работе популярного ведущего программы "Времена" (ОРТ), были замечены недостатки: частое выражение собственного "Я"; манера держаться за подбородок; неформальный стиль в одежде; во время беседы слишком пристально смотрит на собеседника; говорит с некоторой растяжкой, затянувшейся паузой; очки на кончике носа; оказывает давление на аудиторию; размеренная жестикуляция.

Сравнив аналогичную работу в студии ведущего программы "Зеркало" (РТР) Н. Сванидзе, участники фокус-группы в ряду положительных качеств назвали: обаяние;

стильную одежду; профессионализм;

стиль непринужденной беседы;

умение склонить к открытому диалогу;

доказательность утверждений и выводов.

Вместе с тем отмечали и недостатки Н. Сванидзе как ведущего телепрограммы: может перебивать гостя; слишком быстрая речь; неожиданные и неприятные для гостя вопросы; отсутствие чувства юмора; чтение с листа; чрезмерная жестикуляция; излишняя эмоциональность; неумение организовать (оживить) студию: в ней ничего кроме табличек с ФИО участников программы.

Передачи, пользующиеся успехом, клонируются на многих телеканалах. Лишь внешнее копирование "клонами" стиля ведущих этих программ обесценивает их назначение - "поучать развлекая". Скопированные телепрограммы имеют агрессивную динамику, навязывают безумный темп, предлагают мозаику клиповости и часто "исключают всякую возможность отстраненного рефлексивного взгляда, всякую критическую дистанцию" [71].

Такую ситуацию один из американских телекритиков называет "тиранией настоящего времени". В данном контексте вопрос об истине излагаемого бесполезен, у зрителя не остается времени обдумать увиденное - ведь он смотрит "документальное" кино в эфире.

Рассуждая о критериях профессионализма ведущего, специалист в области телевидения Г.В. Кузнецов говорит о новых качествах, приобретаемых ведущим. Это уже не искрометный шоумен, а гибкий модератор, умеющий вовремя предоставить слово для ответа, если гостя в чем-то обвиняют. Если гость отмалчивается - напомнить ему о вопросе и добиваться ответа [72].

"Сценарная разработка "разговорного представления" - некое русло, приготовленное для того, чтобы точно направить поток мыслей приглашенных людей, обозначить постановку проблемы и линию поведения человека, продумать возможные выводы. Чем серьезнее тема, тем труднее обеспечить легкость, эффективность да и логическое развитие действия" [73].

Есть еще и то, что скрыто от глаз телезрителей, - работа режиссера, звукооператора, оператора. Журналист должен уметь объяснить свой замысел всем участникам дискуссии.

Выводы. Журналистское мастерство во многом определяется авторитетом и влиянием телеканала. Потенциальные возможности СМИ определяются позицией и возможностями журналиста. Телевидение нуждается в профессионалах высокого класса. Мастерство связано с творческими, профессиональными и личностными возможностями журналистов, устойчивыми привычками к определенным приемам и способам работы с людьми. Творческий процесс развивается на основе единства психологического и социального, вопрос индивидуального мастерства во многом субъективен и специфичен. Методы работы определяются рядом условий, в числе которых и обстоятельства времени, и социальная среда, и психология потенциальных зрителей, и личностный настрой журналиста.

Современный слушатель и зритель требует драматургии мысли, а не только презентации образов. Задача журналиста - увлечь и завлечь. Ведущий телевизионной передачи должен уметь импровизировать и быть артистичным, обаятельным, обладающим быстрой реакцией, находчивостью; быть искренним, но в то же время уверенным в себе. Экранное действо должно быть максимально приближено к зрителю.

Поведение человека в кадре должно быть не столько внешне красиво, сколько внутренне оправдано. Предвзятое негативное отношение к партнеру является затрудняющим фактором. Громкая речь, наглое поведение, отсутствующее лицо, невключенность, излишняя настойчивость, неумение вызвать положительные мотивации у партнера вызывают неприязнь аудитории.

Проявляйте больше профессионализма, ума, личностных начал, вкуса, не забывайте о чувстве меры, наполняйте эфир новыми смыслами - и зрительские симпатии вам обеспечены.

Имидж требует целенаправленной работы. Спрос рождает предложение. Это инструмент общения с массовым сознанием. Восприятие любого общения, в том числе и в массовой коммуникации, опосредуется восприятием личности коммуникатора. Отрицательное отношение к коммуникатору может неблагоприятно отразиться на восприятии сообщения.

Манипуляция аудиторией - малопродуктивная практика. Талант неординарных личностей - ведущих телепрограмм нужно использовать для влияния на общественную ситуацию.

В теледебатах нельзя упускать инициативу в управлении аудиторией и непредсказуемыми выходками гостей. В любой ситуации - спасение в проявлении корректности. Здесь уместна заповедь журналиста "Би-Би-Си" А. Остальского: "Роль Бога, судьи для журналиста и общества очень опасна. Мы как раз и пытаемся себя оградить, помня: "моя позиция" не означает "правильная". Концепция объективизма необходима - это, наверное, все-таки меньшее зло, чем насаждение чьей-либо или своей правды" [74].

## Структурно-функциональные аспекты телевидения (О двух принципиально новых явлениях в отечественном ТВ)

Переход от "вертикали подчинения" к "горизонтали сотрудничества".

Наиболее простая форма горизонтальных связей - ассоциация.

1. Первая в России Международная ассоциация радио и телевидения (МАРТ) образовалась в 1991 г. как союз кабельного и эфирного телевидения (СКЭТ). В настоящее время МАРТ объединяет 70 региональных телестанций. Ассоциация помогает своим членам правильно оформить лицензии, приобрести необходимое оборудование и съемочную технику, предоставляет высококвалифицированные юридические консультации, бесплатно обеспечивает информацией с помощью ежемесячного бюллетеня "Март".

2. Ассоциация спутникового телевидения (АСТ) была создана в 1996 г. как открытое акционерное общество. "Телеканал 2 х 2" начал реализацию проекта АСТ в августе 1995 г. на базе существующей собственной сетки дневного вещания. Этот проект предусматривал распространение ТВ-программ из Москвы через систему спутниковой связи на всю территорию России, стран - членов СНГ, места компактного проживания русскоязычного населения (страны Балтии, Болгария, Израиль, Кипр) и привлечение местных телекомпаний для ее ретрансляции с включением собственных программных блоков. К середине 1996 г. успешно завершены несколько этапов реализации проекта, что позволило перейти на вещание 17,5 часа в сутки, к жесткому сетевому программированию, сформировать основы сети. Телеаудитория в Российской Федерации, получающая программы АСТ, составляла 25 млн. человек (214 городов и населенных пунктов, исключая московский регион) и 24 млн. человек в странах СНГ.

Партнерские отношения с региональными телекомпаниями - у основной принцип работы АСТ. Сотрудничество с открытыми телеканалами не предусматривает оплаты программ. Региональным телекомпаниям ежедневно предоставляется около 50 минут для размещения местной рекламы в программах АСТ. Также для них предусмотрены окна общим объемом не менее четырех часов прайм-тайм (по местному времени). Доход от размещения местной рекламы принадлежит региональным телекомпаниям.

На 1 января 1997 г. программу телеканала АСТ могли смотреть в 270 городах и населенных пунктах, исключая московский регион. Вот такое "наследство" получила новая телекомпания "ТВ-Центр", вещающая на третьей "кнопке" метрового диапазона (вместо МТК и "2 х 2").

3. В 1996 г. Федеральная служба телевидения и радиовещания Российской Федерации (ФСТР) создает Фонд федеральных проектов и целевых программ телевещания (ТВ-фонд), деятельность которого включает:

обеспечение региональных телекомпаний РФ отечественной телевизионной продукцией (цикловыми телепрограммами фильмами);

организацию производства и распространения телепрограмм с участием региональных телекомпаний;

организацию и проведение конкурсов, смотров, фестивалей, семинаров и других мероприятий, способствующих обмен опытом и повышению уровня регионального телевидения РФ;

осуществление телевизионных проектов и целевых программ телевещания, имеющих федеральное значение.

Договоры на регулярное получение телепродукции в 1996-1997 гг. от ТВ-фонда заключили ГТРК республик Хакасия и Марий Эл, Камчатка, Бурятия, Калмыкия, Дагестан, Удмуртия, Еврейская автономная область и еще 50 областных и краевых государственных телерадиокомпаний.

4. Типичное явление последних лет - межрегиональные телеассоциации.

А) Союз независимых телерадиокомпаний Кубани "Контраст" создан в 1996 г. с целью расширения рекламного рынка, совместной закупки телепродукции, обмена информацией и объединяет 29 ТРК Краснодара, Новороссийска, Армавира, Геленджика, Сочи, в том числе небольшие компании станиц Мостовая, Отрадная, Полтавская и др.

Б) Телеканал "Восток" объединил 24 телекомпании: "10-й канал" (Екатеринбург), "Панорама" (Асбест, Свердловская обл), "Ветта" (Пермь), "Антенна-7" (Омск), "Телемагнит" (Магнитогорск) и др. В каждой из компаний ежедневно от 17.00 до 00.00 по местному времени идет четырехчасовой блок программ телеканала "Восток", художественный фильм, сериал, мультфильм, развлекательная программа, документальный фильм.

В) Сюда же следует отнести такие общественные некоммерческие организации, как Национальная ассоциация телевещателей (НАТ) и Российская ассоциация региональных телекомпаний (РАРТ).

НАТ создана в 1995 г. Основные направления деятельности:

представительство и защита интересов телевещателей в законодательных и исполнительных органах государственной власти (Государственная дума, Совет Федерации, ФСТР России, Министерство связи РФ, Госсвязьнадзор, федеральная и региональные налоговые службы);

информационное обеспечение телекомпаний в вопросах законодательства, налогообложения, технического контроля, лицензирования и др.;

практическое содействие членам ассоциации в профессиональной подготовке кадров;

расширение деловых международных контактов на рекламном, программном и техническом рынках с предоставлением равных возможностей всем членам НАТ.

Ассоциация разрабатывает спецификацию оборудования по запросам телекомпаний и ведет переговоры с фирмами по групповым закупкам с предоставлением пакета льгот и скидок для членов НАТ.

Согласно уставу НАТ, единственным условием членства в ассоциации является наличие государственной лицензии на вещание и соблюдение правовых и этических, профессиональных норм деятельности.

Сходные задачи ставит перед собой Российская ассоциация региональных телекомпаний (РАРТ):

защита интересов телекомпаний - членов РАРТ в федеральных органах государственной власти;

представление интересов своих членов в международных неправительственных организациях;

организация и проведение консультаций и семинаров по широкому кругу вопросов правового обеспечения деятельности региональных телекомпаний;

информационные услуги по широкому спектру организационных, технологических и материально-технических проблем, связанных с развитием российской телевизионной сети;

проведение ежегодного фестиваля российских региональных телекомпаний.

Членами РАРТ являются 58 телекомпаний от Архангельска до Ярославля.

Освоение сетевого принципа распространения программ

Первой сетевой принцип распространения телепрограмм начала осваивать МНВК "ТВ-6 Москва". Таким же путем пошли владельцы Рен-ТВ, сделав своим партнером в регионах независимую вещательную систему (НВС), которая объединяет 125 региональных негосударственных телекомпаний России и стран СНГ.

Независимая вещательная система (НВС) - одна из первых телевизионных сетей, объединившая региональные негосударственные телекомпании России и СНГ. Программы НВС транслируются национальными телевизионными сетями Украины ("УНIKA"), Казахстана и Киргизии ("Сары-Арка"), Белоруссии ("ТВС"), Молдовы ("DTG"), Грузии ("TNG") и Армении ("НВС Армении").

НВС образовалась в 1993 г. из небольшой группы независимых телекомпаний и в настоящее время объединяет 62 телевизионные станции России, охватывающие своим вещанием 95 городов. Зрителям предлагается широкий набор высококлассных программ, которые транслируются станциями сети по жесткому сетевому расписанию. Однако внутри сетевого программирования предусмотрены значительные окна для местных программ, имеющих в провинции высокие рейтинги. Объединение сети НВС с одним из лучших производителей телевизионных программ - телекомпанией "Рен-ТВ" дало мощный импульс для развития сети. Лучшие программы "Рен-ТВ" уже заняли свое место в программной сетке НВС. Для реализации совместного проекта "Рен-ТВ - НВС", осуществление которого началось в январе 1997 г., было приобретено уникальное программное обеспечение. Впервые в Россию был продан пакет программ, содержащий такие мировые хиты, как "Секретные материалы", "Закон Лос-Анджелеса", мультсериал "Симпсоны", большой пакет художественных фильмов и другие программы, имеющие высокие рейтинги во всем мире. НВС - добровольное объединение телекомпаний. Для вступления в него в первую очередь необходимо желание самой телекомпании работать по принципам телесети. Вступительные или какие-либо другие взносы не требуются.

Самая молодая российская телевизионная сеть - СТС, созданная на деньги американской телекоммуникационной корпорации "Стори-Ферст", контролирующей более 40 телеорганизаций Восточной Европы, начала работу 1 декабря 1996 г. Вещание на территории России от Калининграда до Красноярска ведется со спутника "Горизонт" в цифровом стандарте с временным сдвигом 0, +2, +4, +6 часов для соответствия местному времени региональных телестанций, что обеспечивает выход программ в удобное для зрителей время.

Сеть располагает мощной инвестиционной базой для закупки и собственного производства программ. В сетке вещания СТС соблюдается строгий баланс между отечественными, европейскими и американскими передачами. Команда профессионалов, работающих в СТС, наладила тесные отношения с ведущими мировыми производителями телевизионной продукции - студиями "Уолт Дисней", "Уорнер Бразерс", "Нью-Уорлд". Событиями стали премьеры канала - сериалы "Красавица и чудовище", "Альф", "Даллас".

Департамент развития сети СТС активно заключает договоры с региональными телевизионными станциями, которые хотят присоединиться к сети СТС. К 1997 г. сетевые договоры подписали более 80 телекомпаний, которые транслируют программы в 95 городах 44 регионов России, в том числе в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Перми, Самаре, Омске, Нижнем Новгороде, Казани, Ульяновске, Саратове, Краснодаре, Ставрополе, Тамбове, Липецке, Орле, Рязани, Новгороде, Ярославле, Воронеже и др.

Впервые в практике отечественного телевещания телекомпания СТС в марте 1997 г. начала многопоясную передачу сигнала в режиме реального времени для каждого из часовых поясов. Таким образом, уходит в прошлое громоздкое и дорогостоящее вещание на каждый часовой пояс в отдельности.

Для формирования программы в студии применяется самое современное цифровое оборудование, впервые использована комбинация ленточной и дисковой технологий.

Традиционная выдача программ с видеолент осуществляется в автоматическом режиме: группа выпуска формирует в компьютере "play-лист" с порядком прохождения программ, компьютер управляет роботизированным портом, который включает в себя четыре цифровых видеомагнитофона, шкаф для хранения готовых к эфиру видеокассет и робота с "лапой"-манипулятором для смены кассет в соответствии с "рlау-листом". Перед эфиром кассеты закладываются в шкаф, каждая кассета снабжена штрих-кодом для фотосчитывателя, робот перед эфиром проверяет кассеты на соответствие утвержденной программе и производит зарядку кассет в нужной последовательности. "Сердцем" многоканальной системы является видеосервер-накопитель, обеспечивающий возможность передачи нескольких цифровых сигналов с временным сдвигом на все часовые пояса. Контроль над работой всей передающей системы осуществляют всего два человека: выпускающий и инженер.

Освоение сетевого принципа организации телевещания успешно проходит и в регионах. Негосударственная телекомпания "Ника-ТВ" (Калуга) с целью расширения зрительской аудитории объединила в сеть вещания 14 других независимых телекомпаний как равноправных партнеров, участвующих в формировании общей программной политики.

Межрегиональная телесеть "Кавказский регион" объединила независимые телекомпании Армавира, Владикавказа, Кисловодска, Лермонтова, Нальчика, Пятигорска, Ставрополя и Черкесска. В подобную телесеть "Сибирский регион" входят телекомпании Бар - наула, Бийска, Владивостока, Иркутска, Кемерова, Красноярска, Новосибирска, Омска, Томска, Улан-Удэ и Хабаровска.

По данным Госкомстата России, население России на 1 января 2000 г. составило 145 561,1 тыс. человек; в "телевизионном возрасте" - около 140 млн; 97% семей имеют один и более телевизионных приемников, 90% из них - цветного изображения (почти полное вытеснение черно-белых телевизоров - один из первых признаков "телевизионной революции" в постперестроечное время).

Исследователи телеаудитории отмечают заметное увеличение времени (до 4,5 часа в сутки), которое расходуется на просмотр телепередач. Это еще одна особенность переходного периода, во многом объясняемая кризисом большинства учреждений культуры, дороговизной прессы и другой печатной продукции, безработицей и неполной занятостью и т.д. В больших городах увеличилась аудитория дневных и особенно ночных телепрограмм, в провинции телепросмотр раньше начинают и раньше завершают.

Внедрение рыночных отношений, различных форм собственности, свободное, нерегламентируемое ничем, кроме законов, развитие вызвали к жизни принципиально новую телевизионную ситуацию в стране. Происходит тот самый количественный скачок, прорыв на отечественном фронте телевизионной многопрограммности, о котором в советские времена нельзя было даже помыслить.

В процессе бурного развития телесистемы важно осмыслить необходимость сохранения вещательной структуры, соответствующей бывшему общесоюзному телевещанию, Приведем некоторые аргументы в пользу упрочения, развития и совершенствования на новом витке исторической спирали по-своему уникального явления, называвшегося Центральным телевидением:

1. Существующая материально-техническая база бывшего общесоюзного ТВ при всех своих недостатках в ряде основополагающих компонентов не подлежит дроблению, если мы не хотим попросту уничтожить сложную коммуникационную систему. Спутники связи можно использовать для получения телесигнала на локальной территории, но этот сигнал все равно будет доступен в куда более обширном радиусе действия ИСЗ. И хотя запуск спутника стоит не так уж дорого (60 млн. рублей в масштабе цен конца 90-х гг.), дело даже не в том, что индивидуальные ИСЗ нерентабельны для небольшой территории, - куда важнее, что и пространство космоса (околоземного пространства) небеспредельно, и число вещательных частот ограничено,

2. Борьба за общее экономическое пространство на территории бывшего СССР, как считают специалисты, - залог будущего оздоровления экономики. В то же время общее единое телекоммуникационное пространство - очевидная реальность, созданная имеющейся материально-технической базой телевидения.

3. Чрезвычайно важным фактором является почти полное совпадение телекоммуникационного пространства с информационным пространством, т.е. наличие общезначимой информации и потребность в ней совпадают с возможностями ее распространения. Специфическую информацию, характерную для того или иного региона, той или иной группы общества (части аудитории), распространяют региональные, профильные телеканалы. Но существует и более общий пласт информации, представляющий интерес для совокупности аудиторий, имеющих возможность приема интегрированного (центрального) телеканала, который должен стать средством обмена телевизионной информацией, средством межнационального, межгосударственного общения. Это уже экстерриториальный, транснациональный телеканал, распространяющий интегрированные программы.

4. Общая природа изобразительных средств, видеоязыка современного телевидения очевидна. Содержание любой "картинки", появляющейся на экране телевизора, понятно каждому телезрителю. Однако главным носителем содержательной информации (идеи, мысли) является вербальный язык как составная часть аудиовизуального образа. Языковой барьер непреодолим в коммуникационном акте, в процессе обмена информацией. Но в телекоммуникационном пространстве бывшего Советского Союза данной проблемы практически не существует, ибо издавна установившееся официальное двуязычие во всех национальных образованиях, широкое распространение русского языка как средства межнационального общения делает доступной любую информацию на одной шестой части планеты и везде, где есть русскоязычное население. Таким образом, телевидение становится также инструментом обслуживания русской диаспоры во всем мире (при наличии соответствующих технических условий) (В США работает несколько русскоязычных кабельных телеканалов, но Россия к этому не имеет никакого отношения).

5. Если мы говорим о крахе политики изоляционизма, об уничтожении вместе с "железным занавесом" его информационного эквивалента, если мы строим гражданское общество, признаем приоритет общечеловеческих ценностей, значит, не только желательна, но и неизбежна наша интеграция в систему мировидения. Но для этого куда больше возможностей у первично интегрированного (межгосударственного, транснационального) ТВ, чем у различных его компонентов, какими бы развитыми сами по себе они ни были.

6. И наконец, интегрированный межгосударственный телеканал со временем будет обладать суммарным авторитетом территорий, которые окажутся в зоне его действия. Здесь рациональнее и эффективнее проводить крупные культурные и пропагандистские акции, а также сообща финансировать научные исследования, совместные программы технического развития. Кроме того, участие в интегрированном телеканале (в том числе путем купли-продажи цикловых передач или разовых программ, телесериалов и отдельных рубрик) - стимул для саморазвития региональных телеорганизаций.

Дальнейшее развитие "экономического плюрализма" ведет к подлинной многопрограммности. Когда-то считалось, что отечественному ТВ достаточно пяти каналов, а сегодня в Москве, кроме семи эфирных каналов, повсеместно принимают еще один-два кабельных, около десятка в дециметровом диапазоне. Кроме того, можно подписаться на просмотр (без установки "тарелки" - антенны спутникового телевидения) пакета программ 9 или 16 зарубежных каналов, среди которых английская Би-би-си, французская ТВ-5, германская ПР0-7, американский Суперчэнел, Евроспорт, Евроньюз, Си-эн-эн, МТВ и др.

Что же касается владельцев спутниковых антенн, то специалисты утверждают, что в Москве и ее окрестностях можно принимать более ста телеканалов. Спутники Intelsat транслируют 5 телепрограмм Италии, 4 - Норвегии, 3 - Англии. Спутники Astra позволяют принимать 9 программ телевидения Германии, Англии, США. Спутник Turksat транслирует 9 турецких телеканалов. После запуска принципиально нового спутника Hot Bird (Жар-Птица) в Москве можно принимать при помощи "тарелки" диаметром всего 90 см 16 телеканалов со всего света.

Таким образом, мировидение становится реальностью, и российская телеаудитория постепенно приобщается к общемировому информационному телеобмену.

При этом опережающими темпами развивается региональное телевещание. В Нижегородской области, кроме государственной телерадиокомпании "Нижний Новгород", вещает десяток других: "ННТВ" (учредитель - областное Законодательное собрание, арендует 4-й метровый канал у областного телецентра, вещание по понедельникам; четвергам и пятницам); коммерческие станции "Сети НН" (свой - 12-й метровый канал); "Волга" (свой 7-й метровый канал); "Стрежень" (свой 49-й дециметровый канал); "Нижегородская ярмарка" (3 часа в эфире на канале телекомпании "Волга"); "Ника-ТВ" (свой 31-й дециметровый канал, среди учредителей - американская компания GFC); "Эйкел-ТВ" (свой 44-й дециметровый канал). Кроме того, в Дзержинске работает телекомпания "Ока-ТВ" - дочернее предприятие телекомпании "Волга", в Сарове - "Канал-16", в Арзамасе - муниципальная телекомпания.

В Красноярском крае, кроме ГТРК, работает знаменитая компания "Афонтово", имеющая два своих канала - 9-й метровый и 22-й дециметровый; вещает круглосуточно, входит в независимую вещательную сеть, ретранслирует программы НТВ, Рен-ТВ, а также WTH, готовит ежедневные "Новости" (хронометраж 25 мин), ежедневный информационно-развлекательный блок "Утренний кофе с Афонтово" (2,5 часа), еженедельную аналитическую программу, детскую - "Решето чудес", "Спорт-ревю", "Ева+" и др.

В краевом центре работают коммерческие телестанции "ТВК - 6-й канал" (учредители - алюминиевый завод и "Стройкомбанк"), "Прима-ТВ", "Телесфера", "Русская студия" (во всех учредители - физические лица).

Есть ГТРК в Норильске и на Таймыре. В Норильске также работает коммерческая телекомпания "Модем", в Канске - "Канск - 5-й канал", в Ачинске - "Ачинск-ТВ", в Железногорске - "Канал-12" и "Эридан".

Дифференциация, профилирование отечественных телеканалов в процессе развития многопрограммности:

по тематическому признаку: информация; музыка; кино; культура и искусство и т.д.;

по аудиторному (адресному) признаку: для детей; для молодежи; для женщин; для пенсионеров; для пожилых людей; для домохозяек и т.д.;

no национальному признаку: республиканская программа; программа для национальных групп населения; программа для проживающих вне территорий своих национальных образований;

no территориальному признаку: общегосударственная (интеграционная - межгосударственная, зарубежная, на зарубежную аудиторию) телепрограмма, местная (региональная, вплоть до кабельной сети поселка, микрорайона) программа;

по временному признаку: круглосуточные программы; программы, вещающие определенное время (или с плавающим графиком вещания);

no источнику финансирования: государственный (бюджетный) телеканал; платный (функционирующий за счет абонементной платы телезрителей либо подписной, по аналогии с печатной периодикой); общественный (работающий за счет фондов общественных организаций, добровольных пожертвований предприятий и частных лиц); коммерческий (самоокупаемый, прежде всего за счет рекламы); арендный (политическая партия, общественное движение, государственная или кооперативная организация, частное лицо или программная телефирма арендуют время у вещательной организации).

Независимо от технической и организационной базы реализации вещательной деятельности любой действующий или вновь создаваемый телеканал будет непременно обладать одним или несколькими указанными типологическими признаками.

Однако сегодняшние функции телеэкрана не ограничиваются возможностями вещания. Телеэкран становится все более полифункциональным. По крайней мере три его функции общеизвестны: телевизор, видеотелефон и дисплей компьютера.

Собственно телевидение включает в себя следующие разновидности:

антенное (традиционное, классическое, трансляционное) телевизионное вещание;

спутниковое (непосредственное, глобальное, всемирное) телевидение (мировидение);

кабельное (абонентское) телевидение; кассетное (видеотечное) телевидение - видеодиски (лазеровидение);

титровое телевидение - видеотекс, телетекст.

Единственной средой бытования и формой существования традиционного антенного телевещания является телевизионная программа, характеризуемая прежде всего необратимым временным фактором. Спутниковому и кабельному ТВ далеко не в такой степени присущи характерные признаки программности, а система повторов отдельных передач и целых программных блоков ослабляет фактор необратимости времени трансляции. Более того, неограниченное по времени (круглосуточное, не принимающее во внимание время суток, ибо зона приема телесигнала нередко столь велика, что режим дня у различных групп телезрителей не совпадает) вещание рождает новые формы организации телепрограммы. Чаще всего тот или иной канал спутникового ТВ специализируется на одном из видов вещания: Си-эн-эн - круглосуточные новости со всех уголков планеты, Эм-ти-ви - телеканал современной музыки, действующий по принципу "нон-стоп".

На кабельном ТВ количество телевизионных каналов неизбежно ведет к новому качеству дифференциации вещания по зрительским интересам. И все же антенное, спутниковое и кабельное ТВ используют форму вещания, трактуемого как специфический способ распространения общественно значимой информации техническими (аудиовизуальными) средствами.

Для кассетного телевидения не характерны ни программность, ни вещательные характеристики, что объясняется почти полной индивидуализацией использования видеокассет зрителями, возможностями их просмотра в любое удобное для владельца видео-магнитофона время. Воспринимаемое многими как продолжение кинематографа, кассетное ТВ сейчас обретает черты самостоятельного, весьма оригинального и эффективного средства массовой информации. В качестве примера можно привести видеожурнал типа "Огонек-видео", кассеты которого не просто служат иллюстрацией, видеодополнением популярного массового издания, но обладают чертами нью-медиа с ярко выраженными информационными, пропагандистскими, социокультурными, просветительскими и рекреативными функциями.

Логически рассуждая, можно предположить, что при всемерном распространении кассетного и многоканального кабельного ТВ, имеющего значительное количество художественных программ, для антенного телевидения появится необходимость в немалой степени сократить развлекательный раздел вещания. Уместными здесь будут лишь яркие премьеры художественных произведений собственно телевизионного производства, прямые трансляции уникальных публичных выступлений художественных коллективов, хорошо сделанная культурная хроника. Все виды телепродукции от различных сериалов до классики киноискусства и золотого фонда музыкальной культуры - удел специализированных каналов кабельного ТВ, кассет и видеодисков.

Глобальный характер спутникового ТВ требует информации соответствующего характера: ее уровень, значимость, глубина осмысления и яркость формы должны совпадать с масштабами потенциальной аудитории. Разумеется, и степень интернационализации этой информации должна быть несравненно выше, чем у национальных телесетей, что не означает отказа от национального своеобразия.

Первое спутниковое телевидение на русском языке - "HTB плюс" - вещает с ноября 1996 г. Первоначально оно включало в себя четыре, потом пять основных каналов, а также (за отдельную плату) ночной канал. За два с половиной года на "НТВ плюс" подписались более 150 тыс. человек. Первое действительно частное ТВ, совершенно независимое от государства, но действующее лишь при наличии принимающей тарелки, пережило два кризиса. Первый - творческий. По большому счету зрелищными оказались только спортивный канал и "Мир кино". "Наше кино" грешило частыми повторами, что можно объяснить трудностями, переживаемыми отечественным кинематографом. Эротика, которую так ждали отдельные подписчики, не оправдала их ожиданий. Пошел вал критических писем, некоторые отказывались вносить абонентскую плату, Однако сама плата была стабильной и достаточно низкой, что дало возможность постоянно увеличивать количество "тарелок".

Но тут разразился финансовый кризис 17 августа 1998 г. "НТВ плюс" решило игнорировать крах рекламного рынка и резкое уменьшение доходности от телепродукции и пошло на новый весьма смелый проект: переход с аналогового на цифровое оборудование. На это холдинг "Медиа-Мост" затрачивает огромные средства. В подмосковном Сколкове в рекордные сроки возводится первая очередь приемно-передающего комплекса, предназначенного для, цифрового вещания и управления собственным спутником.

Спутник "Бонум-1/Мост-1" был выведен на орбиту с мыса, Канаверал в США 22 ноября 1998 г. В начале 1999 г. спутник обеспечивал трансляцию 18 телеканалов, преимущественно на русском языке. Кроме старых, выходящих на аналоговом ТВ, это еще один детский канал "Nickelodeon" западного образца, из спортивных - два новых: "Eurosport" и собственный чисто футбольный канал, популярные повсюду в мире научно-познавательные про - граммы "Animal Planet" и "Discovery". Любители боевиков получили возможность смотреть их 24 часа в сутки в режиме "non-stop". Канал "Romantica" удовлетворяет любителей латиноамериканских мыльных опер. В апреле 1999 г. спутниковых каналов стало 20: добавился хорошо раскрученный в США "Hillmark", показыва щий телевизионные фильмы и мини-сериалы, и еще один детский - "Fox Kids". Это количество программ укладывается в восемь вариантов подписки. Продажу аналогового оборудования компания прекратила, но заверила владельцев аналоговых комплектов, что будет продолжать вещание до тех пор, пока последний из них не будет заменен на цифровой.

Для наших соотечественников за рубежом в Западной Европе и Израиле русскоязычное вещание осуществляет "НТВ-Interna - tional".

В любом случае очевидно, что до тех пор, пока спутниковое телевидение не станет столь же привычным, как и антенное, opгaнизаторам этой формы вещания следует учитывать ожидания телеаудитории, ее потребности в хроникальной и культурной информации мирового значения.

Спутниковое телевидение стало престижным и модным не только в Западной Европе и Америке. В бывших социалистических странах и в бывших советских республиках сегодня наблюдается откровенный "бум" спутникового ТВ. В качестве примера можно привести сеть спутниковой связи "Ямал", созданной в 1992 г. открытым акционерным обществом "Газпром", в которое, кроме газодобывающих гигантов Тюмени, Надыма, Уренгоя и Ямбурга, шла ракетно-космическая корпорация "Энергия" им. С.П. Конева. В настоящее время система "Ямал" использует геостационарный космический аппарат "Горизонт", дающий возможность распространения от одной до четырех телевизионных программ в одном стволе спутникового ретранслятора. В системе используется игровое кодирование и уплотнение телевизионных сигналов с высокой степенью сжатия.

Масштабы развития сети спутниковой связи "Ямал" таковы: в 1997 г. охват - 10 млн. жителей Сибири и Крайнего Севера; в 1998 г. - расширение зоны охвата до 45 млн. телезрителей; в 1999 г. - охват 100% территории Российской Федерации и СНГ. В 2000 г. ожидается полномасштабная реализация системы распространения, включая территории стран Балтии, Центральной и Западной Европы Польши, Венгрии, Чехии, Австрии, Германии, Франции и др.).

Пока возможности вещания системы "Ямал" не превышают часа в сутки, после запуска ретрансляторов "Ямал-100" предусматривается увеличение времени передач до 12 часов в сутки. Спутники "Ямал-100" создаются ОАО "Газпром" совместно с ракетно-космической корпорацией "Энергия" при техническом участии американских аэрокосмических фирм. Здесь применяются самые последние достижения космической техники и технологии, электроники, двигателестроения.

Все большее распространение в мире получает так называемое компьютеровидение - своеобразный кентавр с телеэкраном вмето головы и ЭВМ вместо туловища. Сейчас трудно сказать, что более повлияет на внутренний мир нынешнего подрастающего появления - школьное образование, учебно-просветительские npoграммы ТВ (и антенного, и спутникового, и кассетного вместе взятых) или видеоигры - один из наиболее перспективных разделов компьютеровидения.

Но в электронные игры включаются не только дети. Специальные программы научат управлять автомобилем и самолетом, атомной электростанцией и транснациональной компанией, почувствовать себя в кресле президента или главнокомандующего. Симбиоз телеэкрана с ЭВМ последнего поколения позволяет синтезировать трехмерные изображения, создающие невиданные ранее возможности для "бизнес-график" - машинного проектирования, особенно промышленного дизайна. Специалисты называют эту новую функцию телеэкрана инфографией.

Компьютерная графика уже сегодня заняла заметное место в оформлении телепередач. Это реальный путь к стереотелевидению.

К телевизионным новинкам следует отнести также телетекст, видеотекс, телефаксимиле, другие системы персонального информирования потребителей. Все это так называемое титровое телевидение. Видеотекс - принятое во многих странах мира обозначение для интерактивных служб - систем передачи информации по проводам телефонной сети. Не следует путать его с термином "видеотекст", означающим способ передачи текстовой и графической информации через эфир, по каналам телевидения, параллельно с обычными вещательными программами. Этот способ во всем мире именуется "телетекстом". Получение печатной копии с телевизионного изображения называется репрографией.

Интерактивные мультимедиа - одно из наиболее перспективных направлений в развитии ТВ. Телевидение впервые применило своеобразную систему интерактивного ТВ во время Олимпийских игр в Барселоне. До начала соревнований журналисты имели возможность выбирать потенциальных победителей, а в последний момент перед финишем состязания могли получить конкретный результат прогноза, который потом легко сравнить с истинным результатом.

Испанское телевидение (RTVE), не желая останавливаться на достигнутом, совместно со специально созданным предприятием, приступило в 1993 г. к передаче экспериментальных программ в рамках интерактивной системы. Для успешного приема интерактивных передач RTVE использует особый прибор под названием TELEPICK. В его состав входят декодер, микрокомпьютер, монитор, принтер и модем. Примечательно, что такая система не влияет на нормальную работу обычной телесети. "TELEPICK" подключается к телевизору и телефонной линии. Таким образом телезритель получает, например, возможность участвовать в разгадке слов во время телеигры типа "Поле чудес".8о время передачи о кулинарном искусстве достаточно нажать клавишу автоматического запроса и через несколько секунд можно получить на принтере запись того или иного рецепта. Так же легко, путем нажатия специальной кнопки, большинство зрителей выбирают один из двух блоков передач (в каждом один художественный и один документальный фильмы или мультфильм и сериал). Используя клавиатуру приемной системы, можно получить приз за победу, вступить ~ в прямой контакт с участниками игры "по другую сторону экрана". ~ Разработаны проекты использования такой интерактивной системы для оперативного приобретения авиабилетов или билетов в. кинотеатр, не выходя из дома.

Недалек и тот день, когда можно будет "дозировать" объем цен насилия и непристойностей на экране своего телеприемника. Компания "Video Freedom" из Сан-Диего считает, что при помощи новых технологий телезритель сможет легко и просто контролировать содержание любой программы. Специальная система способна отобрать шокирующий материал по четырем категориям: секс и нудизм, насилие, ненормативная лексика. Телезрителю предоставляется возможность убрать нежелательные фрагменты в рамках этих четырех категорий.

Это последнее чудо телевизионной техники, находящееся в стадии эксперимента, сослужит хорошую службу тем, кто критически относится к отдельным телепрограммам. Современное развитие телевидения идет по пути все большей массовизации производства и индивидуализации потребления.

Несомненно, учет специфики и возможностей каждого СМК, каждого вида тележурналистики, а также потребностей аудитории, которые она идентифицирует именно с данной функцией телеэкрана, - перспективный путь организации деятельности и планирования системы информации, распространяемой аудиовизуальныыми средствами.

## Структурно-функциональные аспекты телевидения

Современное электронное телевидение имеет специфическую техническую особенность:

радиоволны (длинно - и средневолнового диапазонов) распространяются вокруг земного шара, а телесигнал, имея очень короткую длину волны, обладает свойством двигаться прямолинейно, т.е. прием его возможен лишь в зоне прямой видимости с телевышки.

Поэтому на первом этапе любая телестудия могла обслуживать строго ограниченную аудиторию, и следовательно, где бы эта студия ни находилась - в центре или на местах, в столице или в провинции, ее вещание было территориально ограниченным. Статус первой в нашей стране московской Центральной студии телевидения (ЦСТ) по сути ничего не менял: она всецело отвечала нынешнему определению "местная".

Именно во времена технической изоляции, но складывались традиции, кристаллизовалась организационная структура, отбирались, готовились, воспитывались кадры, устанавливались планы и финансирование, заказывалось необходимое оборудование.

50 - 60-е гг. отмечены не только бурным развитием местного телевещания, но и радикальными процессами его централизации. При развитии техники (сначала при помощи радиорелейных линий, затем строительства ретрансляционной сети, а впоследствии благодаря созданию спутниковых систем связи) преодолевался "островной" характер телевизионного вещания. Вещательные островки местных студий постепенно сливались в архипелаги, в итоге превратившись в телевизионный материк единой информационной системы отечественного телевидения. Эта система, получившая название Центрального телевидения (ЦТ), дала возможность распространения информации по всей территории страны и в тот период имела безусловно прогрессивный характер, поскольку отражала и достаточно полно реализовала коммуникационную природу телевещания.

В 70-е гг должна была произойти перестройка местного телевещания, которая либо не была начата, либо не дала желаемых результатов, поскольку не имела научно обоснованной концепции. В результате возобладало явно ошибочное мнение об идеологической нерентабельности регионального ТВ. По приказу свыше был закрыт ряд местных студий. Процесс централизации отечественного телевидения соответствовал тоталитарному характеру государственного устройства.

Перемены в стране, начавшиеся в 1985 г., привели к изменению политики и в этой области. Расширение и утверждение гласности, демократизация общественной жизни обусловили понимание необходимости развития всех средств массовой информации, в том числе и местного телевещания.

В 1986 г. было принято важное правительственное решение о расширении местного телевизионного вещания путем создания 67 новых программных телестудий в областных центрах и центрах национальных автономий, где их до этого не было.

Итак, в середине 80-х гг., когда в подавляющем большинстве развитых стран мира домашний экран стал инструментом для приема передач антенного, спутникового, кабельного ТВ, просмотра видеокассет с использованием дисплея персонального компьютера, в нашей стране 40% административных центров не имело собственных программных телецентров, первую программу ЦТ могли смотреть 96% населения (оставшиеся 4% - это 12 млн. человек!), два канала принимали 88% населения, три - только третья часть жителей страны. Несмотря на повсеместный переход на производство цветных телепрограмм, парк цветных телеприемников, имеющихся у населения, на две трети оставался черно-белым. /В конце 80-х гг. в Париже смотрели 15 каналов, в Брюсселе - 20, в Нью-Йорке - 30, в Бостоне - 50. По мнению специалистов, в ближайшие годы на европейский континент обрушатся 150 телепрограмм, и уже создаются телеприемники нового поколения, способные принимать 600 и более каналов/Страна оказалась на обочине информационной революции.

Рынок телевизионных программ отсутствовал даже в зачаточном состоянии, хотя для его возникновения существовали необходимые предпосылки: кроме ЦТ, телевизионные программы производили многочисленные региональные (республиканские и областные) телеорганизации. Вслед за ними эфирную продукцию начали создавать видеоредакции Агентства информации Новости (РИА-ИАН), ИТАР-ТАСС, журнала "Огонек", еженедельника "Совершенно секретно", ЦКТ (Центр коммерческого телевидения), "Рен-ТВ Лтд" и др.

Разделение функций программных и вещательных организаций (одни создают телевизионную продукцию, другие ее транслируют) - безусловно продуктивный путь развития.

Без рынка кадров невозможен рынок программ и утрачивает смысл рынок техники. Для его создания и успешного функционирования нужна взвешенная, дальновидная государственная политика. Здесь нельзя скупиться, хотя отдача будет не мгновенной и не подлежащей точным подсчетам. Речь идет о подготовке и системе повышения квалификации кадров современного телевидения, даже о появлении определенного избытка этих кадров.

Полноценное становление трех названных рынков в свою очередь позволит насытить рынок зрительских интересов, т.е. даст возможность удовлетворить запросы и потребности многочисленных демографических групп, в совокупности составляющих потенциальную телеаудиторию.

Как же выглядит сегодня отечественное телевидение? Когда резко упали тиражи газет, а центральные издания часто не доходят до провинции, когда литературно-художественные журналы растеряли своих подписчиков, а большинство кинотеатров пустует, когда многие книгоиздатели в погоне за коммерческим успехом оказывают предпочтение бульварному чтиву в ущерб настоящей литературе телевидение остается не только главным, но и единственным для значительной части российской аудитории средством удовлетворения информационных и культурных потребностей, приобретения знаний организации досуга.

За последние годы телевизионный пейзаж неузнаваемо изменился: ассортимент программ в столице и во многих провинциях если и не достиг разнообразия магазинных витрин, то все же значительно превзошел самые смелые мечты недавнего прошлого. Экономические стимулы, внедрение рыночных отношений в телевизионное производство, изменение форм собственности - вот что стало золотым ключиком, широко распахнувшим двери в сегодняшнее телеизобилие.

Однако рост числа каналов не всегда увеличивает возможности телевыбора.

Вслед за распадом СССР автоматически рухнула система Гостелерадио СССР и Центрального телевидения, которое трансформировалось в государственную телерадиокомпанию "Останкино". При этом попытки превратить ТВ "Останкино" в межгосударственный телеканал СНГ завершились безрезультатно.

За короткий срок, именуемый "переходным периодом", отечественная система телевидения проделала гигантский путь преобразований: перестала быть партийно-государственной монополией, произошло разделение телекомпаний на программопроизводителей (продюсерские компании) и вешателей (появились и посредники между первыми и вторыми - дистрибьюторы). В результате возник рынок программ.

Если все "разнообразие" советского телевидения сводилось к делению на центральное и местное вещание, то середина 90-х гг. характеризуется более сложной классификацией:

1. По способу трансляции:

а) эфирное (все вещательные организации, использующие традиционный способ распространения телесигнала от телевышки до телесистемы потребителя);

б) спутниковое (например, "Космос-ТВ" - совместное российско-американское предприятие, предлагающее российскому потребителю спутниковые телепрограммы западных компаний; в России эру непосредственного спутникового телевещания в конце 1996 г. открыли четыре телеканала "HTB плюс");

в) кабельное (компания "КТВ-1", кабельные сети в городах России) /Такое деление закреплено в Законе Российской Федерации "О средствах массовой информации" (ст.31). См.: Законодательство и практика средств масс вой информации. 1995. # 9. С.6. /

2. По типу деятельности:

а) вещательные (осуществляющие телетрансляцию программ, в большинстве своем это универсальные телеорганизации, имеющие и собственное телепроизводство, и доступ к эфиру);

б) программопроизводящие (продюсерские фирмы);

в) дистрибьюторы (своеобразная инфраструктура телевещания).

3. По принципу образования:

а) из старых структур (ВИД, АТВ и т.п.);

б) новообразованные ("TB-6 Москва", "Русская тройка видео" и др.).

4. По охвату аудитории:

а) общероссийское (РТР) - аналог Центрального телевидения (в еще большей мере это относится к следующему пункту);

б) межгосударственные (с некоторой натяжкой сюда можно отнести ОРТ);

в) региональные ("Юг России");

г) местные (от областных телестудий до кабельных сетей микрорайона).

5. По способу распространения телесигнала:

а) общенациональные (ОРТ, РТР); б) сетевые ("ТВ-6 Москва"); в) местные.

6. По специализации программ: а) общие (ВИД и т.п.);

б) специализированные (Воен ТВ).

7. По форме собственности:

а) государственные;

б) негосударственные, среди которых имеются все разнообразные дозволенные законом формы собственности:

частные (Рен-ТВ, Гимини фильм Интернешнл);

акционерные общества:

открытого типа (Центр коммерческого телевидения),

закрытого типа ("2 х 2 Телемаркет"); общества с ограниченной ответственностью (Агентство Пaрадиз);

товарищества с ограниченной ответственностью (Екатеринбург Арт Ноmе Video).

Здесь можно встретить и другие названия:

корпорация (Видеофильм);

киноассоциация (Dixi - создатель знаменитой программы "Куклы" на НТВ, пострадавшая сторона в истории с программой "Национальный интерес");

продюсерский центр ("Московский стиль" - производство программ "Момент истины", "Маски-шоу"; "Джентльмен-шоу");

концерн ("Красная площадь" - основатель, продюсер и директор Валерий Комиссаров, программы "Мужские и женские истории", "Моя семья");

независимая телестудия (ИМИ-ТВ, Уралфильм);

в) смешанные компании с участием зарубежных инвесторов (АОЗТ Российско-Британская творческая ассоциация "Ист-Вест").

Однако сколь бы коренными ни были изменения, они базируются на созданном за прошедшие десятилетия фундаменте:

В СССР существовала гигантская по своим масштабам, практически не имеющая аналогов в мировой практике унифицированная техническая система распространения телевизионных программ по всей необъятной территории страны, имеющей сдвиг по времени в шесть часовых поясов.

Имеющаяся материально-техническая база распространения телепрограмм (спутниковая связь, ретрансляционная сеть, тысячи километров радиорелейных линий), бывшая основой общесоюзного вещания, по-прежнему может служить могущественным средством консолидации общества в многоликом и разноязычном человеческом сообществе.

Сочетание центрального и местного, регионального вещания создавало предпосылки, с одной стороны, для удовлетворения различных потребностей зрительской аудитории, а с другой - для осуществления опосредованных управленческих функций на различном уровне. В нынешних условиях нетрудно представить себе выполнение этих функций как на региональном, так и на межгосударственном уровне.

## Многонациональный характер телевидения

Отработанные формы централизованного руководства телевизионной системой предполагали возможность определенного преодоления стихийности в процессе развития, сбалансированности центробежных и центростремительных тенденций, аккумуляции и быстрого распространения опыта во всех областях: техники и технологии, организации производства и творческого процесса, совершенствования форм вещания и управления.

Однако партийно-государственный монополизм в любой социальной сфере, в том числе и в сфере телевидения, становился тормозом в развитии, доводил до абсурда даже самые положительные явления.

Следует различать, с одной стороны, диалектические противоречия, неизбежные при тоталитарном режиме, когда всякий плюс неизменно превращается в минус, и, с другой стороны, неиспользованные, нереализованные возможности (тормозные функции монополизма):

Уровень научно-технического прогресса в области телевизионной техники у нас значительно ниже, чем в развитых странах Запада. Это прежде всего касается технических средств создания и воспроизведения телепрограмм, а также их распространения и приема.

Ставка на общегосударственную централизацию телевизионного вещания со временем стала тормозом в естественном развитии телевизионной системы, а в идеологическом плане привела к интеллектуальной и культурной унификации - "лучшему средству" манипулирования общественным сознанием в угоду партийно-номенклатурной доктрине казарменного социализма и как следствие к утрате телевизионным вещанием диалогических свойств (речь идет не о жанровых особенностях, а о природном качестве ТВ, являющемся основой его изначального демократизма).

Жесткое регламентирование деятельности регионального ТВ из центра, диктат местного партийного руководства вели к вышеуказанным негативным явлениям, вдобавок еще более снижая авторитет местных телеорганизаций (иногда этот "авторитет" становился величиной отрицательной. Однако справедливости ради надо сказать, что в отдельных случаях местные тележурналисты вопреки всему создавали популярные телепрограммы, в творческом от - ношении опережая окостеневшее ЦТ).

Коммунистические идеологии недавнего прошлого проводили весьма зыбкую грань между национальным и национализмом, а последний, трактуемый лишь с позиции "революционного правосознания", влек за собой жесткие репрессии, поэтому национальное на ТВ по преимуществу выражалось лишь в языке вещания. Наконец, телевизионное вещание в СССР осуществлялось на 45 языках, а проживали на его территории больше ста наций и народностей.

Бюрократическая система централизованного управления считает свою деятельность самоценной и самодостаточной, стремится к выработанным ею же абстрактным унифицированным показателям, омертвляя любое живое дело, препятствуя любым форм прогресса в любой области, не укладывающимся в рамки план вой системы и устоявшихся традиций.

Именно поэтому первые признаки крушения тоталитарно, режима, признания принципов парламентаризма, многопартийности и плюрализма мнений со всей очевидностью продемонстрировали, что система Гостелерадио изжила себя и требует так же радикальных преобразований, как и многие другие социально-политические институты в стране.

Движение к гражданскому обществу, строительство общественно-правового телевидения требуют совершенствования законодательной базы деятельности ТВ. Закон о средствах массовой информации снял некоторые проблемы во взаимоотношениях властных структур и журналистских коллективов, обеспечил определенную правовую базу деятельности СМИ, но не решил огромного числа специфических телевизионных проблем.

Дальнейшему совершенствованию отечественной системы телевещания способствовало бы достижение основных целей, сформулированных авторитетной международной Комиссией по политике в области радио и телевидения ("комиссия Картера - Сагалаева"):

1) внедрение неизменной, предсказуемой, рациональной независимой от политических соображений системы лицензирования;

2) диверсификация (разнообразие, специализация, многоотраслевые комплексы, ассортимент) владельцев средств распространения радио- и телесигналов;

3) поощрение перехода от связанного с государством к негосударственному общественному вещанию и создание надлежащих источников финансирования общественного телевидения;

4) использование преимуществ новейшей телекоммуникационной технологии для расширения разнообразия источников и формации и снижение расходов на содержание телепрограмм.

Сюда же следует отнести два принципиально новых явления, получивших развитие на отечественном ТВ в самое последнее время:

1) переход от жесткой вертикали (вершина пирамиды - Гостелерадио, которому подчиняются республиканские, краевые, областные и городские телерадиокомитеты) к горизонтальным cвязям между различными телеорганизациями;

2) освоение хорошо знакомого на Западе, но принципиально нового для отечественной телесистемы сетевого принципа распространения телепрограмм.

Оба эти явления взаимосвязаны.

Наиболее простая форма горизонтальных связей - ассоциация. Первая в России Международная ассоциация радио и телевидения (МАРТ) образовалась в 1991 г. как союз кабельного и эфирного телевидения (СКЭТ). В настоящее время МАРТ объединяет 70 региональных телестанций. Ассоциация помогает своим членам правильно оформить лицензии, приобрести необходимое оборудование и съемочную технику, предоставляет высококвалифицированные юридические консультации, бесплатно обеспечивает информацией с помощью ежемесячного бюллетеня "Март".

Ассоциация спутникового телевидения (АСТ) была создана в 1996 г. как открытое акционерное общество. "Телеканал 2 х 2" начал реализацию проекта АСТ в августе 1995 г. на базе существующей собственной сетки дневного вещания. Этот проект предусматривал распространение ТВ-программ из Москвы через систему спутниковой связи на всю территорию России, стран - членов СНГ, места компактного проживания русскоязычного населения (страны Балтии, Болгария, Израиль, Кипр) и привлечение местных телекомпаний для ее ретрансляции с включением собственных программных блоков.

К середине 1996 г. успешно завершены несколько этапов реализации проекта, что позволило перейти на вещание 17,5 часа в сутки, к жесткому сетевому программированию, сформировать основы сети. Телеаудитория в Российской Федерации, получающая программы АСТ, составляла 25 млн человек (214 городов и населенных пунктов, исключая московский регион) и 24 млн человек в странах СНГ.

Партнерские отношения с региональными телекомпаниями - основной принцип работы АСТ. Сотрудничество с открытыми телеканалами не предусматривает оплаты программ. Региональным телекомпаниям ежедневно предоставляется около 50 минут для размещения местной рекламы в программах АСТ. Также для них предусмотрены окна общим объемом не менее четырех часов прайм-тайм (по местному времени). Доход от размещения местной рекламы принадлежит региональным телекомпаниям.

На 1 января 1997 г. программу телеканала АСТ могли смотреть в 270 городах и населенных пунктах, исключая московский регион. Вот такое "наследство" получила новая телекомпания "ТВ-Центр", вещающая на третьей "кнопке" метрового диапазона (вместо МТК и "2 х 2").

В 1996 г. Федеральная служба телевидения и радиовещания Российской Федерации (ФСТР) создает Фонд федеральных проектов и целевых программ телевещания (ТВ-фонд), деятельность которого включает:

обеспечение региональных телекомпаний РФ отечественной телевизионной продукцией (цикловыми телепрограммами фильмами);

организацию производства и распространения телепрограмм с участием региональных телекомпаний;

организацию и проведение конкурсов, смотров, фестивалей, семинаров и других мероприятий, способствующих обмен опытом и повышению уровня регионального телевидения РФ;

осуществление телевизионных проектов и целевых программ телевещания, имеющих федеральное значение.

Договоры на регулярное получение телепродукции в 1996 - 1997 гг. от ТВ-фонда заключили ГТРК республик Хакасия и Марий Эл, Камчатка, Бурятия, Калмыкия, Дагестан, Удмуртия, Еврейская автономная область и еще 50 областных и краевых государственных телерадиокомпаний.

Типичное явление последних лет - межрегиональные телеассоциации. Союз независимых телерадиокомпаний Кубани "Контраст" создан в 1996 г. с целью расширения рекламного рынка, совместной закупки телепродукции, обмена информацией и объединяет 29 ТРК Краснодара, Новороссийска, Армавира, Геленджика, Сочи, в том числе небольшие компании станиц Мостовая, Отрадная, Полтавская и др.

Телеканал "Восток" объединил 24 телекомпании: "10-й канал" (Екатеринбург), "Панорама" (Асбест, Свердловская обл), "Ветта" (Пермь), "Антенна-7" (Омск), "Телемагнит" (Магнитогорск) и др. В каждой из компаний ежедневно от 17.00 до 00.00 по местному времени идет четырехчасовой блок программ телеканала "Восток". художественный фильм, сериал, мультфильм, развлекательная программа, документальный фильм.

Сюда же следует отнести такие общественные некоммерческие организации, как Национальная ассоциация телевещателей (НАТ) и Российская ассоциация региональных телекомпаний (РАРТ).

НАТ создана в 1995 г. Основные направления деятельности:

представительство и защита интересов телевещателей в законодательных и исполнительных органах государственной власти (Государственная дума, Совет Федерации, ФСТР России, Министерство связи РФ, Госсвязьнадзор, федеральная и региональные налоговые службы);

информационное обеспечение телекомпаний в вопросах законодательства, налогообложения, технического контроля, лицензирования и др.;

практическое содействие членам ассоциации в профессиональной подготовке кадров;

расширение деловых международных контактов на рекламном, программном и техническом рынках с предоставлением равных возможностей всем членам НАТ.

Ассоциация разрабатывает спецификацию оборудования по запросам телекомпаний и ведет переговоры с фирмами по групповым закупкам с предоставлением пакета льгот и скидок для членов НАТ.

Согласно уставу НАТ, единственным условием членства в ассоциации является наличие государственной лицензии на вещание и соблюдение правовых и этических профессиональных норм деятельности. Сходные задачи ставит перед собой Российская ассоциация региональных телекомпаний:

защита интересов телекомпаний - членов РАРТ в федеральных органах государственной власти;

представление интересов своих членов в международных неправительственных организациях;

организация и проведение консультаций и семинаров по широкому кругу вопросов правового обеспечения деятельности региональных телекомпаний;

информационные услуги по широкому спектру организационных, технологических и материально-технических проблем, связанных с развитием российской телевизионной сети;

проведение ежегодного фестиваля российских региональных телекомпаний.

Членами РАРТ являются 58 телекомпаний от Архангельска до Ярославля.

## Система средств массовой информации России

Уч. пособие под ред. д. филол. н. проф. Я.Н. Засурского

М., Аспект-пресс, 2003.260 с.

Системные характеристики СМИ

СМИ как сложно организованный объект должны отвечать требованиям системного подхода:

сохранять целостный характер, несмотря на существование разнообразных СМИ, формируя единое информационное пространство для всех членов общества, постоянное информационное взаимодействие в общественной системе;

располагать совокупностью компонентов, каждый из которых активно взаимодействует со своей средой и друг с другом на основе присущих СМИ закономерностей;

иметь необходимый набор функций и так их реализовать, чтобы удовлетворить информационные потребности личности, различных групп населения, общества в целом;

структура СМИ должна располагать такой совокупностью печатных, телерадио СМИ, которые могут способствовать выполнению этих функций;

СМИ должны быть организованной системой, т.е. действовать в соответствии с условиями развития общества, иметь необходимые организационные отношения между участниками массовой информационной деятельности (отношения координации, дисциплины, ответственности и пр), для чего должны существовать административно-управленческие структуры в составе редакций, издательств и др.

Техническая база СМИ

Печатные средства:

Свыше 40% мощностей крупных и около 70% местных типографий - устаревшая высокая печать. Износ оборудования - 80%

Серьезные проблемы с доставкой: альтернативные Роспечати службы развиваются крайне медленно.

ТВ и радиовещание:

Возможность принимать телевизионную информацию имеют 98,8% населения России.

Данные опроса по состоянию на 1997 год.

Центральный регион России (Брянск, Владимир, Иваново, Калуга, Кострома, Орел, Рязань, Смоленск, Тверь, Тула, Ярославль):

кабельное телевидение - 8%;

спутниковое телевидение - 0,8%;

видеотехника - 35,9%;

Москва:

кабельное телевидение - 36,6%;

спутниковое телевидение - 11,4%;

видеотехника - 59,8%.

По количеству телеприемников мы занимаем 20-е место в мире: 379 на 1000 жителей.

Интернет

35-е место в мире - 0,13% жителей подключены к интернету

Для сравнения: США - 21,82%, Великобритания - 8,3%, Германия - 5,85%

Многие СМИ России имеют электронные версии, однако не имеют массовой аудитории.

## Экономика

В 90-е годы изменились отношения собственности: СМИ владеют государство, общественные организации, частные лица - с различным организационно-правовым статусом (ЗАО, ОАО, ООО, совместные предприятия и пр).

Уменьшилась доля бюджетного финансирования.

Сохраняются убыточные СМИ, финансируемые заинтересованными в них организациями и лицами.

Ограничение подписки в связи с низкой платежеспособностью населения, что привело к сокращению разовых тиражей:

журналов - в 5 раз,

газет - в 1,5 раза.

(В 1998 году разовый тираж общероссийских газет - 32 млн. экз., Московских журналов - 33 млн. экз. Население России в 1999 - 146,3 млн. чел. Москва - 8 млн.538,2 тысячи. Одна газета на каждого пятого в день!)

Сокращение объема информации - годовой тираж общероссийских газе упал в 11 раз, журналов - в 8 раз.

Развлекательные программы занимают более 60% эфирного времени, т.к именно в них сосредоточены рекламные блоки.

Группы СМИ

Государственное бюджетное финансирование:

ВГТРК с 99 региональными телерадиоорганизациями

ИТАР-ТАСС

РИА "Вести"

"Российская газета"

многие местные издания

ОРТ - 51% акций

Правительство Москвы финансирует:

ТВ-Центр

городской кабельный канал ТВ-Центр-Столица

газеты "Тверская, 13", "Вечерняя Москва", "Деловая Москва сегодня", "Москвичка" и др.

Мост-медиа включает:

НТВ

региональная телевизионная сеть ТНТ

радио "Эхо Москвы"

газеты "Семь дней", "Сегодня"

журнал "Итоги" и др.

Проф-медиа контролирует:

газеты "Известия", "Комсомольская правда"

журналы "Закон", "Эксперт"

радио "Европа-плюс"

информационное агентство "Прайм" и др.

В сфере влияния группы Березовского находятся:

ОРТ

ТВС

Газеты "КоммерсантЪ", "Независимая газета", "Новые известия"

журнал "Огонек" и др.

Американская инвестиционная компания "Story First Communication"

Радио "Максимум" - 25% + большое количество различных акционеров

СТС - 75% (в 1998 г. - 100%)

"Аргументы и факты"

еженедельник

ряд специализированных изданий

"Московский комсомолец"

газета, региональные приложения, "МК-бульвар" и др.

Аудитория

Выросло влияние аудиторного фактора на информационную сферу СМИ.

Увеличилось число общероссийских ТВ и радио-передач.

В 6 раз выросло число общероссийских газет.

Выросли разовые тиражи региональных газет: с 54,7 до 80 млн. экз.

В регионах выходит более 300 газет с разовым тиражом более 5 млн. экз.

Появилось 1200 новых наименований журнальной переодики.

В 1997 году насчитывалось около 1000 региональных телеканалов.

Расширилось функциональное многообразие СМИ.

Газеты и журналы издаются на 37 языках народов России, однако в 8 национальных округах и 1 нац. районе все еще нет издания на языке коренной национальности (данные на 1998г)

Многие печатные СМИ перестали иметь представительный по отношению ко всему населению страны характер:

ежедневные общероссийские газеты (17 наименований) имеют разовый тираж всего 5 млн. экз.

580 массовых журналов - 19,5 млн. экз. разового тиража.

Однако сохраняется общероссийская аудитория телевидения и радио (опрос по областным городам центра России):

телевизор смотрят 99,7% опрошенных

в домашнем хозяйстве один телевизор имеют 58,9%

два - 32,9%

более двух - 7,6%

радио слушают 89% опрошенных

в будни - 2 часа 42 минуты

в выходные - 2 часа 30 мин.

дома радио слушают 92,4%

в автомашине - 13,8%

на даче - 8%

в других местах - 7,1%

в домашнем хозяйстве один радиоприемник имеют 58,8%

два - 28,1%

три и более - 12,2%

## Творческие профессии на телевидении

В шестидесятые годы любого журналиста, работающего в кадре, называли "комментатор". С течением времени более точно определились основные "амплуа", в которых журналист предстает перед телезрителями. С течением времени более точно определились основные "амплуа", в которых журналист предстает перед телезрителями. Каждому из видов экранной деятельности присущи особая методика работы, особые правила, соответствующие его специализации; смешивать их было бы непрофессионально.

Телерепортер (корреспондент).

Комментатор.

Обозреватель.

Интервьюер (мастер больших интервью, аналитик или "портретист").

Ведущий (дискуссии или иной диалогической передачи; за рубежом именуется модератор).

Ведущий ток-шоу.

Ведущий информационной программы (в США бытует термин "анкормэн", что означает "человек-якорь", или словосочетание "ньюз презентер" - "представляющий новости"; иногда используют образное выражение "человек, делающий погоду", но всегда решительно отделяют данного специалиста от комментатора, репортера и т.п.).

Практика отечественного телеэкрана не всегда дает возможность увидеть какое-либо из перечисленных "амплуа" в идеальном, чистом виде. Иногда сама форма сложной, комбинированной передачи требует от журналиста "переключения" на ту или иную роль: скажем, некоторые ведущие московского городского телеканала выполняют обязанности интервьюера, комментатора, порой модератора, не говоря об их непременном редакторском участии в отборе и компоновке материала. Важно лишь, чтобы в каждый из моментов передачи выдерживались законы жанра, например интервьюирование не смешивалось бы с комментированием (а такой недостаток присущ в том же московском канале нескольким ведущим на протяжении многих лет. Да и в других программах случается, что интервьюер говорит значительно больше, чем его собеседник, считает себя обязанным высказаться по каждому поводу, заявить о себе и своих мыслях).

Молодой журналист рано или поздно определяет для себя некие рамки профессиональных возможностей, т.е. старается делать то, что лучше удается. С возрастом амплуа журналиста может измениться, но пределы изменений все же существуют: это психофизиологические особенности организма, которые не следует игнорировать. Один из блестящих мастеров обдуманного до последней фразы комментария на международные темы вдруг оказывается беспомощным, взявшись вести телемост, где требуются молниеносная реакция и способность к остроумной импровизации. И наоборот, хорошо работающий в уличных репортажах, в общении с собеседниками на поле или на стадионе репортер часто не выдерживает студийного монолога, крупный план угнетает его, за столом, в кресле он выглядит неестественно, неорганично.

Даже в театре понятие амплуа связано не только с внешними данными и психофизиологическими особенностями актера. Теоретики театра подчеркивают, что важен синтез физических, моральных, интеллектуальных и социальных черт. Не учитывать этого нельзя и в журналистике. Бывает, что интервьюер-портретист, снискавший славу светскими беседами с деятелями искусства, терпит провал, взявшись за интервью с политиком, а отличный ведущий-информатор оказывается смешон в роли комментатора-аналитика или неловок в ток-шоу. Таких примеров, к сожалению" достаточно: никто не помогает журналистам "найти себя", свое амплуа, свой осознанно формируемый экранный имидж. Сказывается нехватка режиссеров, которые были бы заинтересованы в такой работе с экранными персонажами - журналистами.

Знаменитый Уолтер Кронкайт, чья внешность вселяла успокоение и чувство надежности в американскую телеаудиторию 60-70-х годов, был допущен к пульту ведущего информационной программы Си-би-эс лишь после многолетней работы в качестве корреспондента. Ставка на молодых ведущих в США не оправдала себя: американцы склонны больше доверять в политическом анализе и отборе новостей мужчинам среднего возраста. Размышляя о своих преемниках, Кронкайт с некоторой горечью писал: "Много молодых людей из тех, что раньше шли на сцену или снимались в кино, теперь приходят на телевидение. Это красивые люди, которые хотят быть "звездами", но они мало заинтересованы в журналистике. Их гораздо больше интересуют деньги, слава, популярность. Они проходят обучение в "коммюникейшн скулз", которое не приносит особой пользы, так как никто не учит там молодых людей, как надо писать. А без этого невозможно стать хорошим журналистом". Среди студентов в России тоже распространено мнение: на телевидении необязательно уметь писать. Глубочайшее заблуждение! Обилие мало что умеющих людей на телевидении России в начале 90-х годов было связано со сменой политических структур и с уходом профессиональных, но политически неуместных в новой обстановке журналистов и режиссеров.

В романе Артура Хейли "Вечерние новости" упоминается, что молодым людям с дипломом журналиста на американских телестанциях предлагается поначалу черновая работа, вроде просмотра местной прессы и сбора материала для штатных репортеров. О самостоятельных репортажах они только мечтают, такая работа достается не всем и не сразу. Эго объясняется высокими профессиональными стандартами, выработавшимися в условиях конкуренции телестанций и сетей. Рядовой американский телекорреспондент в конце 80-х годов зарабатывал около 100 тысяч долларов в год (в 7-8 раз больше среднестатистического американца), ведущие общенациональных сетей - до трех миллионов долларов в год.

Восхождение будущей телезвезды начинается, как правило, на не - большой провинциальной телестанции, затем следует переезд в более крупный город, и уже потом замеченный талант получает приглашение на общенациональную сеть. Вообще американское общество более мо - бильно хотя бы из-за отсутствия системы прописки и "квартирного во - проса", это обеспечивает приток лучших сил из провинции, чего так не хватает российским центральным учреждениям. Путь из американской глубинки к вершинам популярности прошли Питер Дженнингс, Дэн Ра - зер, Том Брокау, Фил Донахью. В США репортер, интервьюер, комментатор так и именуется - "талант", без всякой иронии, поскольку талант является непременным профессиональным качеством человека, претендующего на регулярное присутствие в миллионах домов. На "таланта" работают остальные участники сбора новостей, так как от него зависят рейтинг программы и доход станции. Способность работать в коллективе - необходимое качество тележурналиста, оно неизменно присутствует в списке обязательных профессиональных качеств во всех пособиях по тележурналистике. Приведем один из таких списков полностью:

"Кроме физических данных - хорошей внешности, приятного голоса и правильного произношения - диктору-журналисту нужны: широкое образование, знание жизни и людей; ум и находчивость; чувство юмора; терпение; воображение; энтузиазм; скромность, основанная на вере в себя; способность работать в коллективе". Авторы пособий единодушны в том, что большинство этих качеств - суть самой личности: либо они есть, либо их нет. Однако и то, что дано природой, необходимо развивать в течение всей профессиональной журналистской жизни.

## Редактор (продюсер) - организатор творческого процесса

В коллективном телевизионном творчестве очень важно, чтобы все его участники разделяли основные принципы общего дела. И главная роль в достижении такого понимания принадлежит продюсерам и редакторам. Эти люди, как правило, не работают в кадре. Разделение труда между занимающими эти должности специалистами в России только складывается, и потому мы ограничимся следующим напоминанием: продюсер, в отличие от редактора, отвечает и за финансовую сторону подготовки программ. В остальном их функции близки. Встречающиеся в титрах "креативный продюсер" означает творческий, "исполнительный продюсер" - организатор съемок, монтажа.

Мастерству литературного редактора посвящен на факультетах журналистики особый курс. Редактирование на телевидении начинается с составления планов рубрики (а иногда и ее концепции), с подбора авторов - исполнителей замысла редактора, а заканчивается корректировкой сценария прямой передачи или отснятого и смонтированного видеоматериала в соответствии с творческими задачами рубрики. Редактирование выпуска новостей радикальным образом отличается от работы редактора в передаче "журнального" типа, выходящей, например, раз в месяц; редактор телефильма работает совсем не так, как его коллега, отвечающий за организацию ток-шоу. Но в любом случае литературный работник телевидения имеет дело не только со словом, но и с экраном, а потому в первую очередь заботится о драматургии телевизионного зрелища, каким является любая передача. Об этой стороне дела не всегда задумываются приходящие на ТВ журналисты-газетчики, а потому их передачи зачастую скучны, не вызывают эмоциональной реакции зрителей, хотя газетчик часто лучше разбирается в рассматриваемой на экране проблеме, чем его коллега с телевидения. Поэтому в практике наиболее удачным получается содружество двух людей: один знает проблему, другой - специфику телевидения. Эти двое - автор и режиссер (например, А. Стреляный и М. Колдовская в упоминавшемся здесь фильме "Архангельский мужик") или автор и редактор.

Деликатные проблемы, не имеющие аналогов в печатной журналистике, возникают перед редактором телевидения при подборе и приглашении участников передачи. Если для газетчика при выборе собеседника для интервью решающее значение имеет лишь компетентность данного человека, специалиста в той или иной сфере деятельности или очевидца исторических событий, то для участия в телепередаче этого недостаточно. В передаче участвует сам человек, а не только информация, которой он владеет. Значит, надо редактору иметь представление о внешности предполагаемого собеседника (в ней всегда отражается его духовный облик); надо быть уверенным, что не возникнут препятствия для эффективного изложения мыслей, связанные с физическими недостатками собеседника (заикание, потеря голоса от волнения и т.п.). Опасно поэтому договариваться с будущим собеседником по телефону - явившись прямо к часу эфира в студию, он может невольно преподнести редактору такие сюрпризы, которые поставят под вопрос само проведение передачи. Лучше всего провести предварительную встречу - для того чтобы условиться о содержании эфирной беседы, а заодно посмотреть на человека и тактично дать некоторые советы в отношении его одежды, для дам - косметики и украшений. Можно, например, напомнить, что замысловатая брошь или тяжелые серьги отвлекут внимание зрителей от содержания беседы, голубое платье в эфире может "пропасть" (если в студии используется техника "блюбокс" - замещение голубого фона каким-либо изображением). Разумеется, если предполагается приглашение нескольких десятков людей, то предварительная встреча с каждым (или общая встреча заранее) проблематична - и тут остается положиться на волю обстоятельств; среди массы людей почти всегда найдется несколько интересных персонажей. Впрочем, опытный редактор может и "внедрить" в толпу несколько заведомо надежных, способных к оригинальным суждениям и живой реакции знакомых людей, и это будут не фальшивые "подсадные утки", а инициаторы раскованного, неформального, содержательного общения в студии.

Редакторы-исследователи, старшие и младшие продюсеры составляют непременную "свиту" всякой более или менее заметной западной "телезвезды". Их подготовительная работа обеспечивает успех передачи, которая всегда готовится слаженной "командой", На просторах наших независимых государств еще предстоит овладеть таким стилем работы. Для отечественных журналистов подчас предпочтительнее демонстрация личной независимости от чего бы то ни было, в том числе и от коллег, а порой и от здравого смысла. В результате "звезды" выходят в эфир неподготовленными и порой буквально "тонут" на глазах зрителя. В качестве примера приведем реплику ведущей программы "Добрый вечер, Москва!" (май 1992 г) в беседе о последних днях царской семьи. Услышав от приглашенной в студию итальянской писательницы фамилию цареубийцы (Юровский), журналистка оживилась: "А, Юровский! Да, знаю, говорят, он преподает в университете и даже появляется у нас на телевидении".

Готовя передачу о расстреле семьи Николая II, продюсер или редактор мог бы снабдить "звезду" соответствующим досье - ведь опубликовано достаточно материалов о судьбе всех причастных к этой трагедии лиц. Интервьюеры встречались, в частности, с вице-адмиралом в отставке А.Я. Юровским в его квартире на Охте (один из районов Санкт-Петербурга), и он рассказывал о своем отце, давно отправившемся вслед за убитым им царем. Разумеется, будь ведущая посообразительней, она бы и сама поняла, что нельзя стрелять в 1918-м и преподавать в 1992-м.

В результате недостаточной культуры подготовки и редактирования телепередачи в эфир идет не всегда достоверная информация, что подрывает авторитет телевидения.

Редактор (продюсер) высокого уровня, занимающий руководящую должность в телевизионной иерархии, продумывает стратегию вещания; обеспечивает сбалансированность позиции телевидения, занимаемой по важнейшим и достаточно спорным общественным вопросам. От редактора такого уровня зависит и организация сбора информации, работы многочисленных репортеров, которые должны чувствовать постоянную поддержку своей телекомпании, работая подчас во фронтовых условиях, иногда в самом прямом смысле этих слов. И здесь вполне уместно привести фрагмент статьи из газеты "Известия". "Увы, эсэнгешные репортеры в зоне боевых действий по сравнению со своими коллегами, работающими на западные компании и агентства, представляют собой довольно жалкое зрелище. Зажатые тисками скудного командировочного бюджета, с примитивной техникой, а то и вовсе без нее, они проигрывают своим благополучным собратьям по всем статьям. Как это ни печально, о том, что творится в близком нам Нагорном Карабахе, за рубежом знают гораздо лучше нас. Пока отечественное телевидение передает мнения посольств Азербайджана и Армении в Москве, да не слишком свежие репортажи, полученные от бакинских и ереванских журналистов, человек, включивший телевизор в США или в любой европейской стране, видит события, произошедшие в нашей "горячей точке" всего несколько часов тому назад. Постоянные бригады зарубежных редакций действуют по обе стороны фронта. Их сотрудники, как правило в бронежилетах, застрахованные на крупные суммы, совершенно не стесненные в средствах, при помощи спутниковых антенн по нескольку раз в день перегоняют заказчикам самые свежие новости. Они всегда готовы щедро платить за любые сведения, за помощь. Как хвастались представители одной телекомпании, им за порядочную сумму ради эффектных кадров удалось даже "купить" залп установок "Град".

Итак, телевизионный редактор - это не только литературный работник, но прежде всего организатор "добычи" и оформления экранной "картинки" - визуальной информации во всем ее разнообразии. И если сообщения ИТАР - ТАСС в "Вестях" на протяжении месяца сопровождаются одними и теми же кадрами (например, схватка на крыше автобуса в Тбилиси была до тонкости изучена за месяц всеми телезрителями), это свидетельствует о слабости именно редакторской службы на телевидении, об ориентированности вчерашних газетчиков на слово, а не на изображение. Если новости подкрепляются заведомо старыми кадрами, значит, телесообщение "раздокументируется". Совершенно недопустимо, чтобы сводки новостей (в "видеообзорах") походили на монтаж старой кинохроники. Редактор, подменяющий факт не имеющим даты образом, просто "подходящей картинкой", не понимает истинной специфики телевизионной журналистики.

Редактор новостей наделен большими правами по отношению к репортерам. Он может потребовать от репортера сократить материал или изменить его компоновку; редактор, наконец, может и вовсе не выпустить репортерскую работу в эфир.

## Телерепортер

Обзор журналистских экранных профессий мы начинаем с профессии репортера, как самой массовой, самой многогранной, наиболее органичной для раскрытия способностей молодого журналиста. Профессия репортера (корреспондента) имеет множество разновидностей: репортер может специализироваться как "по горизонтали" - в определенной сфере человеческой деятельности (новости науки или медицины, уголовная хроника, политика, экология и пр.), так и "по вертикали" (все новости одного региона). Есть репортеры-универсалы, чья работа соответствует престижной газетной должности "специальный корреспондент" (в США таких называют "генералист"). Некоторые небогатые телекомпании предпочитают их узким специалистам. Такой репортер должен уметь применять наиболее общие принципы беспристрастного исследования к любому предмету. Генералист, который знает об этом предмете ненамного больше, чем аудитория, может сделать репортаж более простым и доступным, чем эксперт. Кроме того, всегда есть опасения, что репортер-специалист будет пристрастен в невольном отстаивании того, что ему кажется истиной. К тому же генералистов можно использовать гораздо интенсивнее, чем специалиста, не имеющего своей ежедневной рубрики в новостях. Большинство репортеров во всем мире работают в службах оперативной телеинформации, но есть и такие, что заняты тщательными и довольно длительными телерасследованиями. Некоторые связали свою судьбу с определенной рубрикой культурно-просветительного толка, с тележурналом. Можно привести в качестве примера российские программы "До и после полуночи", "Под знаком пи" и другие, где известный ведущий опирается на группу профессионалов-репортеров, которые, собственно, и делают всю внестудийную часть передачи, придавая ей своеобразие каждый своим личным стилем.

Репортерская работа - это проникновение телевидения в реальную жизнь. Без репортерства тележурналистика свелась бы к показу "говорящих голов" в студии. Репортер - беспристрастный и точный посредник между зрителем и реальностью. Суть профессионального мастерства репортера сводится к трем компонентам:

1) оказаться вместе со съемочной техникой там и тогда, где и когда происходит нечто общеинтересное, общезначимое;

2) вместе с оператором выбрать, зафиксировать, выстроить ряд кадров, который бы дал яркое представление о происходящем, и, наконец,

3) сопроводить кадры лаконичным рассказом, вскрывающим суть видимых событий.

Выполнение первой части задачи зависит и от самого репортера, и от сложившейся в данной телеорганизации системы работы. Система основана, как правило, на тщательном планировании событий, о которых что-либо можно узнать заранее (тогда репортерская группа прибывает на место заблаговременно), и оперативном реагировании на внезапно возникающие обстоятельства. Так или иначе события можно планировать: метеосводка, к примеру, подскажет, в каком направлении движется ураган или где ожидать лесных пожаров; спецсвязь, установленная в репортерской машине или вертолете и настроенная на волну милиции, скорой помощи и пожарных, позволит не пропустить городские происшествия и т.д.

Оперативность репортера зависит и от его находчивости, и от имеющейся в его распоряжении техники, и от слаженности работы группы. "Однажды зимним днем съемочная группа сент-луисской телестанции, возвращаясь с задания, застревает в дорожной пробке на заснеженной скользкой дороге. Она везет два видеосюжета для шестичасового выпуска новостей, а уже 15.30. Ясно, что добраться до телецентра в срок не успеть. Съемочная группа быстро выходит из положения: ПТС съезжает на обочину, видеоинженер поднимает на крыше антенну, а репортер связывается с редакцией по системе мобильной связи. За несколько минут видеосюжеты переданы на станцию, несмотря на сильный буран. Одновременно репортер по радиосвязи передает указания относительно монтажа. Редактор быстро приводит материал в надлежащий вид. На все уходит 20 минут. Более того, застрявшая съемочная группа решает использовать свое положение на благо информации: в конце концов пурга - тоже важное событие дня. Прямой репортаж из дорожной пробки идеально ложится в раздел о погоде и состоянии дорожного движения". Это эпизоды из книги И. Фэнга (США, 1985).

Помимо общередакционного планирования новостей каждый репортер имеет свои источники "опережающей" информации: о готовящихся событиях, о том, что интересного происходит в различных сферах жизни. Просмотр больших и малых газет, прослушивание радио также позволяют журналисту постоянно быть в курсе происходящего и в случае необходимости быстро оказаться на месте события.

Следует учесть, что по крайней мере половина всех новостных сюжетов любой телестанции мира не относится к сверхоперативным новостям (так, сюжет о новой научной разработке или об уличных ресторанчиках в экзотическом уголке планеты может быть снят и выдан в эфир без лишней спешки). Часто используется формальный "событийный повод". Пример: "Сегодня пермская фабрика Гознака печатает почтовые конверты с новой символикой" - хотя она их печатает, может быть, уже в течение месяца.

Выезжая на съемку, репортер в мыслях уже видит в общих чертах будущий экранный материал, поскольку съемка и монтаж всегда подчинены определенным закономерностям, оставляющим, впрочем, достаточный простор для репортерской изобретательности и операторского творчества. Закономерности связаны с ограничениями по времени: если планируется 20-секундный сюжет, то придется ограничиться самым общим представлением о событии; в наиболее распространенном, 60-75-секундном, уже надо заботиться о композиции и элементах драматургии. "Каждый информационный сюжет должен иметь четкую структуру и конфликт, проблему и ее разрешение, развитие и свертывание действия, т.е. начало, середину и конец", - пишет продюсер вечерних новостей Эн-би-си Ройвен Франк, практически следуя правилам Аристотеля, которые считаются архаичными для театрального авангарда, но оказались вполне уместными в теледокументалистике. Авторы и российских и зарубежных пособий по тележурналистике с редким единодушием советуют репортерам (если речь не идет о съемках пожара) провести на объекте предварительную разведку, познакомиться заранее с участниками предполагаемого события, наметить план съемок и кандидатуры собеседников для интервью, продумать вопросы к ним, общий сценарный "ход" репортажа, все "повороты" и "изюминки". Репортеры отечественного телевидения почти столь же единодушно считают это "выдумкой теоретиков" и являются на съемку сразу с группой. Результат - шаблонно снятый материал, но не это самое огорчительное. Таким методом работы репортер ставит преграду на пути развития собственной личности. Он уже не станет исследователем, автором фильмов, не имея навыка искать суть за внешними проявлениями.

Один из сотрудников Си-би-эс учит молодых коллег так: "Самая главная ошибка начинающего журналиста состоит в том, что в его манере подачи информации не чувствуется срочности сообщения. Новостям должны быть присущи срочность и волнение. Но в изложении многих из нас новости выглядят какими-то обычными, заурядными... Надо найти способ передать свое собственное волнение и интерес к материалу. Если это удастся, то на экране у вас будут живые глаза и бодрый вид, а это весьма привлекательно".

Репортерство - наиболее универсальная работа на экране, включающая в себя умение произнести краткий монолог, сценарно выстроить сюжет, взять краткое информационное интервью, не нарушающее этой выстроенности. Прежде, когда информационная программа "Время" должна была выглядеть как "трибуна трудящихся", интервью было непременным компонентом каждого репортажа. Доклады, свидетельствующие о верности партии и перевыполнении плана, нельзя было, конечно, считать полноценными интервью, ибо вопрос журналиста предполагал вполне однозначный ответ. Теперь всякий раз репортер должен решать для себя: действительно ли интервью необходимо, может ли собеседник дополнить сообщаемое репортером? Это может быть, к примеру, рассказ очевидца, т.е. нечто субъективное: такие интервьюируемые нередко дополняют друг друга. Их высказывания необходимы, если репортаж ведется по следам события, а сам репортер его не видел. О сути научного открытия также уместнее поведать ученому, а не репортеру, который лишь помогает сделать сюжет интересным, но ручаться за достоверность научных данных ему едва ли следует. Это может быть и суждение о текущих событиях как эксперта, так и "человека с улицы", но в таких случаях нельзя забывать об одном правиле - все имеет своих сторонников и противников. "Выслушайте аргументы обеих сторон, - советует И. Фэнг, - и изложите их соперникам - желательно перед камерой". В отечественной практике это правило соблюдается не всегда - нередко роль носителя истины берет на себя репортер, что по мировым стандартам недопустимо. Зритель видит в репортере подобного себе человека, имеющего свое суждение обо всем на свете, но, как считает И. Фэнг, "это вовсе не означает, что у репортера есть лицензия на комментарий и выпячивание своего "я". Проявление этого "я" бесспорно лишь в следовании общечеловеческим ценностям: сочувствии родственникам пострадавших в катастрофе, детям-сиротам и т.п.

Но количество ситуаций, где добро и зло так четко разграничены и явны, вовсе не велико. В случае межнациональных конфликтов репортеру не следует высказывать какие-либо суждения, лучше ограничиться фактами. Однако в наших информационных программах, к сожалению, подчас суждений бывает больше, чем фактов: к мнению репортера добавляет свое ведущий, а зритель вынужден искать крупицы истины непосредственно на экране.

Организационная суета на съемках не оставляет репортеру времени для особых раздумий, но все же, по мнению И. Фэнга, "большинство даже опытных репортеров готовят и заучивают запутанные и важные факты, а также цифры, прежде чем встать перед камерой... Для получения удовлетворительного результата требуются два-три дубля с разными формулировками и акцентами. Оператор помогает определить, какой дубль наиболее удачен, а в каком голос репортера звучит напряженно или вяло, в каком он выглядит излишне серьезным или безразличным и т.п." Репортер выступает как посредник в освещении новостей. И только. Он представляет на событии интересы в сей аудитории, а не отдельных ее частей, и уже поэтому не может становиться на какую-либо сторону в социальном конфликте. Но вот корреспондент "Панорамы Подмосковья", вернувшийся из южных районов Московской области, рассуждает о вине областной администрации в плохом урожае ячменя и снижении надоев, сокращении поголовья скота. Он опирается на суждения сельских специалистов (естественно, не признающих свою вину и кивающих на начальство). Если бы в студию были приглашены "обвиняемые", если бы правило баланса мнений было соблюдено, телевидение было бы не в чем упрекнуть. Позиция "народного заступника", "борца с бюрократами" должна сочетаться с безупречной объективностью - только тогда репортер может не опасаться опровержений.

Обвинения в предвзятости и подтасовке ответов нередко звучат после уличных опросов населения по какому-либо политическому поводу. Конечно, репортерский опрос далек от научно обоснованного, социологического. Говорить о репрезентативности не приходится. Порой редактор, давая задание, говорит: "Привезешь три положительных ответа и один отрицательный". Однако честный репортаж может нарушить такие замыслы. Так,19 августа 1991 г. на фоне "всенародного одобрения" чрезвычайного положения потрясшим страну сообщением о сопротивлении стал репортаж С. Медведева; всем запомнились железные прутья в танковых гусеницах и живое кольцо москвичей у Белого дома.

Но все же основные вопросы репортера: где? кто? каким образом? когда? И лишь в случае необходимости уточняющее: почему? - и по возможности реже: что вы думаете по этому поводу?

Репортаж по следам события близок журналистскому расследованию, тут уже следует упомянуть о целом направлении теледокументалистики, именуемом "репортерский фильм", где в непринужденном общении журналиста с собеседниками, в показе сегодняшней жизни переплетаются прошлое и настоящее. Репортер переходит от драматургии эпизода к драматургии протяженного во времени, разнообразного по приемам, но единого по стилю экранного произведения, где сам он, репортер, выступает как связующее звено; как человек, добывающий интересные свидетельства и факты, но не слишком претендующий на их обобщение. Так, известный московский телерепортер Олег Бобин прошел по местам, связанным с деятельностью основателя российской автомобильной промышленности Рябушинского, затронув и сегодняшние заботы основанного российским предпринимателем завода "АМО - ЗИЛ".

Репортер, ежедневный добытчик новостей, как правило, динамичный и достаточно молодой человек. Однако иногда к репортажу обращаются и маститые обозреватели, и "звезды" - ведущие новостей. Конечно, седовласому международнику вряд ли уместно скатиться с водяной горки в японском аквапарке, в отличие от молодого коллеги, однако само присутствие мастера придает вес любой теме. Ведущая информационной программы Татьяна Миткова вела репортаж с вертолета, пролетавшего над Чернобыльской АЭС в годовщину катастрофы, а Светлана Сорокина произносила свой текст на морском побережье, на фоне горящих нефтескважин Кувейта. Такие приемы поднимают престиж и "звезды" и телекомпании в целом.

## Комментатор и обозреватель

Мы переходим к рассмотрению профессии комментатора, подразумевая совершенно особую часть новостных передач, идущую за запятой в сакраментальной фразе: "факт священен, комментарий волен" (это основной закон журналистики на Западе). Слушатели "Голоса Америки" привыкли к замечанию о том, что "данный комментарий отражает точку зрения правительства Соединенных Штатов". Таким образом, комментарий - это точка зрения на факты, но не сами факты. В роли комментатора выступает опытный журналист, владеющий историей вопроса, специализирующийся на данной теме, имеющий моральное право выступать с прогнозами и оценками. Но и он стремится упомянуть о существовании других точек зрения, возможно, подвергнув их сомнению или критике. Итак, комментатор появляется в новостной программе (или после нее), когда необходимо разъяснить какую-либо сложную политическую проблему, поставить только что сообщенный в новостях факт в определенный историко-политический контекст.

Не все телевизионные организации могут позволить себе дорогое удовольствие содержать собственных комментаторов. Многие телестанции предпочитают приглашать для комментирования событий видных публицистов, политологов или иных специалистов, не работающих непосредственно на телевидении. По тому же пути шла и отечественная информационно-аналитическая телепрограмма "Итоги" (1992 - 1993). Считается, что комментарий должен облегчить слушателю формирование собственного мнения. И поскольку в аналитических передачах должны найти отражение все основные политические направления страны (кроме экстремистов, желающих не совершенствовать, а свергнуть существующую власть, поменять общественный строй), задача редакции состоит в том, чтобы "предоставить слово комментаторам, придерживающимся различных точек зрения". Аудиторию убеждает логика, темперамент, некоторая дистанция по отношению к материалу (невовлеченность в конфликт), за исключением общедемократических ценностей, связи политики с моралью. Безусловно, комментарий должен апеллировать к рассудку и благоразумию, а не разжигать эмоции.

Что касается актерских данных, комментатору они нужны не в меньшей, а, пожалуй, в большей степени, чем репортеру: ведь личность комментатора, весь его облик на протяжении всего выступления (3 - 5 минут и больше) служат важнейшим элементом аудиовизуального сообщения и могут либо усилить впечатление от произносимых слов, либо, наоборот, перечеркнуть весь эффект. Как считают авторы германского пособия, "журналист, сознающий, что ему надо выступать перед миллионной аудиторией и испытывающий при этом трепет, безусловно, произведет лучшее впечатление, чем тот, кто выступает с ощущением, что все только его и ждали. Тот журналист, который начинает переоценивать себя, делает первый шаг к профессиональной деградации".

Впрочем, некоторые телекомментаторы в противовес этой рекомендации предпочитают думать в момент выступления не о "миллионной аудитории", а об одном человеке, сидящем у телевизора, о таком, чьим мнением комментатор дорожит, на кого рассчитывает свое выступление. Умение видеть вместо телекамеры живого реального человека и обращаться к нему, а не в пустоту - один из признаков профессионализма на телевидении.

Комментатор обычно полностью пишет для себя текст предстоящего выступления, придерживаясь стиля устной речи. Об этом тексте зритель не должен догадываться: выступление выглядит как импровизация (опять-таки лишь в том случае, если перед нами телевизионный профессионал). Еще древние греки полагали, что искусство оратора состоит из трех частей: написание речи, разучивание ее и произнесение. В наше время предприняты серьезные попытки опровергнуть древних. Так, большой мастер экрана Ираклий Луарсабович Андроников утверждал, что всякая заранее написанная бумажка вредна для телевыступающего, что, вспоминая ее, он словно заглядывает к себе за лобную кость. Вместо текста Андроников предлагал проговаривать тему будущего выступления про себя или вслух. Сам он "обкатывал на слушателях" свои великолепные устные рассказы. Но следует учесть: метод Андроникова, как, впрочем, и древних греков, не универсален; все зависит от конкретной задачи, решаемой журналистом, от уровня его мастерства. Вероятно, текст не нужен, если есть уверенность, что в строго заданное время комментатор уложит все, что хотел сказать, не мучаясь над поиском формулировки, пользуясь яркими словесными образами, что найдется отточенная, захватывающая внимание первая фраза, будет обеспечена логика и четкость мысли и, наконец, эффектная запоминающаяся концовка.

Задача комментатора облегчается, если он имеет возможность пользоваться телесуфлером, т.е. читать свой текст в непринужденной манере, глядя словно бы в глаза зрителю и не скользя взглядом по пробегающим буквам. Впрочем, для этого тоже нужен определенный навык. И совсем облегчили свою жизнь журналисты, предпочитающие вовсе не показываться на экране, а просто читать комментарий под "картинку" из архива. Так, если речь идет о Карабахе - на экране Карабах, снятый, быть может, два года назад; упоминается, к примеру, какой-либо политик - и тут же на экране его портрет. Этот "жанр", возникший на отечественном телеэкране в начале 90-х годов, кажется информационно насыщенным и сугубо экранным, только едва ли он может заменить "живое" выступление авторитетного и известного народу публициста. Ведь комментарий - это помимо прочего влияние на умы и сердца, это форма политической деятельности. Платон утверждал, что красноречие есть искусство управлять душами. Вряд ли можно сказать это про чтение под "картинку".

Обозреватель - это специалист в какой-либо области, который ведет персональную телепередачу, высказывая личные суждения, вскрывая смысл показываемых видеофрагментов, беседуя с гостями студии. Как правило, это человек с богатым жизненным опытом: путешественник, объехавший весь земной шар, или космонавт, заслуженный врач или выдающаяся балерина. Разумеется, они должны прекрасно говорить о деле своей жизни, это непременный признак интеллигентного человека. Нужно еще "чувство камеры" - умение общаться с невидимой аудиторией, "талант популяризатора" - способность просто рассказать о сложном. По традиции журналист выполняет функции обозревателя чаще всего в тех случаях, когда речь идет о событиях в политической жизни страны и мира. Телевидение нередко приглашает на эту роль кого-либо из видных газетных публицистов, таких, как Генрих Боровик, Александр Бовин, Станислав Кондрашов.

Во-первых, обозреватель отличается от комментатора умением создавать сценарии сложной передачи "журнального" типа и вести общение в студии (иногда название передачи включает в себя имя обозревателя: "Вечер с Борисом Ноткиным"). Во-вторых, обозреватель старается быть выше политических пристрастий в отличие от политически ангажированного комментатора. Он скорее энциклопедист, чем пропагандист и агитатор. Но работа обозревателя и комментатора имеет и много общего: тот и другой существуют на экране ради их взглядов, суждений, эрудиции. Их личность знакома и интересна зрителю. Тот и другой, как правило, люди зрелого возраста, имеющие солидный жизненный опыт как основу для обобщений, сравнений, выводов. И обозреватель и комментатор блестяще владеют словом и способны артистично произносить публицистические монологи.

## Интервьюер, шоумен, модератор

Это три разные специализации телевизионного журналиста. Вдумчивый и пытливый интервьюер, динамичный и остроумный шоумен, спокойный до кажущегося равнодушия модератор. Выбор одного из трех амплуа может быть продиктован природным темпераментом журналиста, особенностями его характера. Но в основе всех трех разновидностей экранной работы лежит общение с людьми. Есть еще одна принципиально важная общая черта. Интервьюер, шоумен и модератор воздерживаются от высказывания собственных суждений. В этом противоположность их роли описанным выше комментатору и обозревателю. Если обозреватель, принимая гостя в студии, может пуститься в пространные рассуждения (особенно это было свойственно ведущим "Кинопанорамы" - от А. Каплера до Э. Рязанова), то интервьюер и шоумен проявляют свою индивидуальность лишь в продуманной постановке вопроса - такого, до которого не додумался бы обыкновенный телезритель, но направленного на по - лучение интересной для всех информации. А модератор может многого добиться лишь настойчивостью и последовательностью, если кто-то из собеседников пытается увернуться от невыгодной для него темы.

Но начнем по порядку. Интервьюер - самостоятельная журналистская специализация, хотя нет журналиста, который не занимался бы интервьюированием. Любой репортер обязательно задает вопросы. Однако большое портретное или проблемное интервью качественно отличается от репортерского, информационного. Об этом было уже упомянуто в разделе о жанре интервью. Здесь же, говоря о журналистских амплуа на экране, напомним: репортера интересует факт или мнение; если он вдруг заинтересуется чем-то иным (а кстати, расскажите о. .) - это будет вовсе некстати. Информационное интервью бывает кратким и "по делу": психологические характеристики собеседника играют лишь второстепенную, вспомогательную роль. В портретном интервью именно психология выходит на первый план. А в проблемном собеседник подчас ставится в сложное положение, интервьюер тогда может напоминать следователя прокуратуры. Понятно, что уровень подготовки к интервью и методика его проведения (а интервью-портрет может длиться и 30 и 60 минут), принципиально отличаются от репортерской работы.

О том, что с одним собеседником можно говорить целый час и даже больше, отечественная аудитория узнала из работ Урмаса Отта. Этот эстонский диктор использовал опыт мирового телевидения (в Эстонии финское телевидение давно играло роль "окна в Европу"). Книга Урмаса Отта дает представление о методах его работы, но едва ли кому-либо удастся повторить этот опыт: Отт с его акцентом всегда воспринимался как иностранец, с которым говорят не совсем так, как с соотечественником. Расцвет Отта пришелся на период так называемой перестройки и гласности, когда многое говорилось с экрана впервые и воспринималось как откровение. Более глубокими оказались портретные интервью Андрея Караулова, сначала освоившего этот жанр в печатной публицистике (сборник интервью "Вокруг Кремля" он выпустил еще до своего прихода на телевидение). И хотя Караулов в одной из телепередач уверял, что не готовится к интервью, сам его жизненный опыт уже солидная подготовка. Вопросы Караулова выдают знание биографии собеседника и всего того, что последнему хотелось бы скрыть от широкой аудитории, - такого без подготовки достичь невозможно. В американских учебниках тележурналистики подготовка к большому интервью сравнивается с разработкой плана сражения. Если в информационном интервью репортер и его собеседник выступают как сотрудники, которым надо решить общую задачу, т.е. в доходчивой форме поведать что-то аудитории, и такое интервью может быть отрепетировано, то проблемное и портретное интервью всегда содержат "ловушки", нечто неожиданное для партнера. В этом драматургия подлинного интервью. В этом секрет популярности жанра. В этом, наконец, объяснение, почему хороших интервьюеров так мало, а тем, которые достигают успеха, обеспечены высокие гонорары и известность. Чтобы добиться откровенности и эмоционального накала интервью, журналист пускает в ход все психологические и актерские ресурсы своей личности; он должен передать своим обликом и взглядом величайшую заинтересованность, иногда сочувствие, в нужном месте - сомнение; иногда полезно притвориться непонимающим, чтобы собеседник яснее выразил свою позицию. Молодые журналисты боятся этого и механически кивают, даже если от волнения плохо слышат собеседника.

Как и во всякой телевизионной деятельности, хорошее интервью - плод длительного планирования и мгновенного реагирования. Интервьюер должен быть настолько "в теме", чтобы позволить своему собеседнику любые отклонения, но в конце концов мягко и неотвратимо подчинить его своему стратегическому плану, использовать как материал для создания волнующего зрелища. Тон и атмосфера интервью не менее важны, чем содержание: ваш собеседник должен ощущать постоянный контакт с вашими глазами, а не с телевизионной камерой. Опытные интервьюеры говорят о "флюидах", которые исходят из глаз, об интуиции и необъяснимой связи людей в настоящем диалоге. Вот что пишет об этом автор известного пособия по искусству речи П. Сопер: "Понаблюдайте внимательно двух-трех интеллигентных людей, занятых обсуждением интересной темы. Здесь нет и следа застенчивости; здесь полная серьезность и прямолинейность; один смотрит другому прямо в глаза, фигуры склоняются друг к другу; вспыхивающий взор, мимика, движения головы, рук, кистей подчеркивают их замечания. Чувство общения, связывая собеседников подобно электрическому току, поддерживает их взаимное внимание". Именно так должно выглядеть и телевизионное интервью, несмотря на всю искусственность его обстановки (камеры, студия, осветительные приборы, технический персонал и т.п.). Преодолеть эту искусственность, забыть о ней собеседнику помогает поведение интервьюера, словно не замечающего окружающей суеты и целиком сконцентрированного на процессе общения. А если контакта глаз нет - значит, нет и интервью, есть лишь серия более или менее связных высказываний.

Позиция интервьюера высшего класса по отношению к собеседнику может быть разной - от глубокого сочувствия до шутливого "пикирования", но в любом случае с первых фраз должна устанавливаться некая база для общения: если не киплинговское "мы одной крови - ты и я" (наилучший вариант для психологического портретирования), то российское "я тебя уважаю". Этой закономерностью пренебрег Урмас Отт в интервью с Евгением Евстигнеевым - и провалил все дело, задав бестактный вопрос на первой же минуте: "А вы согласны с тем, что актеры очень во многом обязаны журналистам своей популярностью, что во многих случаях именно пресса "делает" знаменитых актеров?" Сам Отт характеризует этот вопрос, всего лишь как "неосторожный". Но на экране было видно, что великолепный актер Евстигнеев тут же утратил всякий интерес к важничающему гостю. Человеческого контакта не получилось. Этот интервьюер привык, что деятели искусства "выкладывались" перед ним и перед телекамерой независимо от качества вопросов - всем было лестно в годы наступившей гласности поведать миру о себе. Западные телестанции также практикуют несколько пренебрежительное обращение с людьми, жаждущими рекламы. Модный беллетрист, модный парикмахер, попав, скажем, в парижскую телестудию, может "нарваться" на мрачного интервьюера, который, буркнув что-то, отвернется от них; но гость уже ловит миг удачи, он в эфире, он блещет заготовленными остротами и старается создать о себе наилучшее впечатление. И все же высший класс интервьюирования, как подчеркивают подлинные мастера, основан на тончайшей взаимосвязи интеллектов. Брайен Мейджи сравнивает мастерство интервьюера с искусством дирижера, который не просто так размахивает своей палочкой: "Искусство дирижирования в конечном счете покоится на какой-то таинственной, необъяснимой форме связи между дирижером и членами оркестра, не ограничивающейся только словами и жестами. Я думаю, именно это мы имеем в виду, говоря о "глубине" интервью. Меня часто просили написать, чем достигается такая связь, но я всегда отказывался, потому что я действительно не знаю этого. Могу сказать только, что на протяжении всего интервью я чувствую, как мои симпатии окутывают собеседника. Он в моих руках, и я почти ощущаю волны увещевания, идущие от меня. Время от времени мой собеседник относится ко мне, как ребенок к родителям, к доктору или священнику, но с существенной и весьма важной разницей: я избегаю осуждения, наказания и не причиняю ему боли. Он может сказать абсолютно все, что думает или чувствует..."

Юрий Черниченко также полагает, что в процессе интервью всем своим видом журналист выражает (или талантливо играет) величайшее внимание и понимание собеседника: "Что делает журналист во время интервью? Толково слушает. Испускает флюиды. Нужно иметь этакие флюиды журналистского привлечения и подчинения своей воле". Следует добавить, что в такое особое состояние опытный журналист приводит себя даже в случае выполнения самой простой работы в диалогических формах, например, в "уличном" интервью-анкете, которое понадобилось для телефильма. Вот как работал на вокзальном перроне известный эстонский репортер Валдо Пант: "Он подавал знак оператору, звуковику и шел навстречу молодому человеку. Неожиданно менялось выражение его лица, менялась осанка, лицо превращалось из заурядного в незаурядное, вместо вялости и равнодушия - покоряющая, спокойная властность, вместо тусклого, бесцветного взгляда - тот интерес и то предвосхищающее ответ одобрение, которое не может не расположить того, к кому оно обращено, - и останавливаемый останавливался, отвечал охотно и непринужденно..." (из воспоминаний редактора телефильма Т. Эльманович).

Природные данные плюс актерский талант вывели в число заметных интервьюеров Матвея Ганапольского с рубрикой "Бомонд" (Останкино, 1993 год). "Мне важен процесс игры, а не результат, - говорил Ганапольский в одном из газетных интервью, - я не выясняю истину, а делаю красивый, живой портрет человека. Почти все мои гости утверждали, что я с ними разговариваю не так и не о том, как и о чем говорят все остальные... Это полузнание, полуинтуиция, полубожий дар - и большой опыт из прошлой жизни..."

На Западе в последнее время профессией телеинтервьюера - традиционно мужской, требующей "железной" логики и волевых качеств, не без успеха овладевают женщины. Самая известная из них - Барбара Уолтере (Эн-би-си), "наждачная личность", по словам газетчиков, которые поначалу не принимали ее всерьез и считали "обычной домохозяйкой". Уолтерс доказала, что женщине в интервью собеседники могут позволить и простить куда больше, чем мужчине. Автомобильный король Генри Форд, 18 лет отказывавшийся давать телевизионные интервью, согласился встретиться с Уолтере с условием говорить только о проекте перестройки центра Детройта. Она же ухитрилась между делом и под конец разговора задать вопросы и о качестве автомобилей, и о его личной жизни - и получить ответы. Ее правило: если какие-то вопросы могут разозлить человека, лучше оставить их в заключение, так как если настроение испорчено в начале интервью, восстановить его невозможно (тут напрашивается сравнение с диалогом Отт - Евстигнеев, испорченном именно в начале). Еще один любимый прием Барбары Уолтере, применяемый и другими интервьюерами: задавать атакующие вопросы не от своего имени, а ссылаясь на чье-то мнение. Вопрос ее шаху Ирана выглядел так: "Ваше величество, есть люди, которые говорят, что вы диктатор - возможно, благожелательный, но все равно диктатор. Я думаю, вы слышали эти критические заявления. У вас есть возможность ответить на них".

Ведение крупных интервью - дело настолько личностное, что категоричные рекомендации тут едва ли уместны: что "к лицу" одному интервьюеру, то вызовет раздражение в адрес другого. Ларри Кинг, этот "обыватель на экране", исповедует правило: никогда не задавать вопросов, на которые он заранее знает ответ. Другие интервьюеры, наоборот, сознательно "наводят" собеседника на интересный ответ, содержание которого им в общих чертах известно. Например, Юрий Черниченко вспоминает: "Что бы я ни спрашивал в передаче о картошке - я знал больше, чем получу в ответ". Чтобы услышать то или иное признание - о картошке или об интимных моментах - из уст собеседника, приходится идти на некоторые ухищрения в формулировке вопросов. "Чего вы боитесь больше всего, думая о сыне?" - спросил Брайен Мейджи своего собеседника в эфире, зная ответ наверняка. "Что он на всю жизнь останется преступником", - откликнулся собеседник, и это вовсе не выглядело как "подсказка" или "наводящий вопрос", хотя другой интервьюер, пожалуй, мог проделать то же самое с меньшей проникновенностью (вспомним: "волны увещевания, идущие от меня... ") и быть обвиненным в жестокости.

Разработка оригинальных вопросов - важнейший этап в работе каждого журналиста, даже если он сохраняет имидж "неподготовленного" интервьюера. "Когда представитель Ирака давал интервью в вечернем выпуске новостей, ведущий Тед Коппел засыпал его вопросами о политике ООН и о военной авиации. Но когда на той же неделе представитель Ирака появился в передаче Си-эн-эн, Кинг спросил, каково ему жить в стране, находящейся в состоянии войны с Соединенными Штатами: "Я хочу сказать, в личном плане - трудно?" Беседуя с бывшим начальником оперативного отдела Комитета начальников штабов генерал-лейтенантом Томасом Келли, Кинг не стал задавать технических вопросов о войне в Персидском заливе. "В каком возрасте вы поняли, что хотите стать генералом?" - спросил он. У Ричарда Никсона он поинтересовался, не бывает ли тому не по себе, когда он проезжает мимо гостиницы "Уотергейт", а у Рональда Рейгана - не приходит ли тот в отчаяние, когда не может что-то вспомнить. Такие вопросы едва ли могут явиться прямо в эфире как некое озарение свыше, не зря Кинга зовут "королем беседы", и сравнение с ним явно не в пользу большинства отечественных, и в самом деле неподготовленных интервьюеров. Критик журнала "ТВ - ревю" Ю. Богомолов справедливо сетовал, что ему не доводилось слышать с экрана таких вопросов, какие он не мог бы придумать и сам: "Мне неинтересно смотреть на штангиста, толкающего вес, который могу поднять сам. Хочется видеть рекорды. И профессионалов... Грешен: люблю красивые вопросы. Пока они столь же редки, как красивые голы в отечественном футболе, страдающем той же болезнью - хроническим любительством". Главная заповедь интервьюера формулируется так: "Хотите получить интересный ответ - поломайте голову над интересным вопросом". И наконец, еще одно замечание (по Б. Льюису): "Интервьюер должен быть умным человеком, хорошо понимающим людей... Первоклассные интервьюеры исключительно редки".

Не менее редкий талант - шоумен, ведущий "ток-шоу", или, по нашей старой терминологии, "массовой передачи". Слово "шоу" напоминает о том, что из словесной ткани искусно плетется нечто цельное, разговор становится зрелищем. В "ток-шоу" может быть превращено обсуждение подготовки крупного города к зиме или конкурс архитектурных проектов. "Шоу Фила Донахью" - программа, появившаяся на одной из провинциальных телестудий США, стала впоследствии известной во многих странах мира. Телезрители нашей страны познакомились с самой эффектной, но отнюдь не самой распространенной формой этого шоу - имя Донахью связано у нас с телемостами, соединившими в прямом эфире простых граждан из американских и российских городов. Эти передачи остаются уникальными в тележурналистике. Между тем Донахью со своей группой выпускает по пять "рядовых" шоу в неделю, зачастую записывая их в разных точках планеты.

Когда московские школьники пришли в студию Останкина для участия в шоу Донахью, они были разочарованы, не увидев больших экранов. Они рассчитывали на прямой разговор со сверстниками в США (телемост), их совсем не интересовал седой человек, быстро перемещавшийся с микрофоном по студии. В рекламных материалах, распространявшихся тут же, отмечалось, что Донахью вел свои передачи из тюрьмы штата Огайо и из луна-парка Уолта Диснея, с парохода "Миссисипи Квин" и из пятитысячной аудитории, обсуждающей проблему равенства прав мужчин и женщин. "Гостями ведущего являются, как правило, выдающиеся специалисты, герои дня и знаменитости, а непосредственными участниками полемики становятся зрители - как в телестудии, так и у домашних экранов. Зрители прямо с мест (или по телефону) задают свои вопросы гостям, комментируют их мнения, выступают с собственными и подчас спорят друг с другом, что придает программе спонтанный характер и делает ее разнообразной". В рекламных проспектах отмечалось, что "в выступлениях Донахью видится нечто и от психологической драмы, и от уличного театра, и от сеанса коллективной терапии". Во всяком случае, Национальная академия искусств и наук США восемь раз присуждала ему премию "Эмми" как выдающемуся ведущему в серии развлекательно-воспитательных программ. Вероятно передачи из Москвы оказались самыми трудными для Донахью из-за непривычной реакции аудитории. Вслед за подростками его встретила почти так же, без всякого энтузиазма, аудитория, состоящая из евреев - выдающихся ученых, деятелей антисионистского комитета и т.п. На расспросы Донахью о препятствиях, чинимых властями по отношению к тем евреям, которые хотят выехать на Запад, собравшиеся отвечали: мы-то не хотим уезжать, у нас никаких препятствий нет...

Терпели неудачу в жанре ток-шоу и некоторые российские журналисты, привыкшие вести интервью с одним-двумя собеседниками и почувствовавшие неуверенность, оказавшись перед двумя сотнями незнакомых людей. "Держать" такую большую группу, формируя из людских характеров, темпераментов, пристрастий единое зрелище, - особая профессия. Это, так сказать, "массовик-затейник" высшего класса. Возможно, эта работа требует больше актерских, нежели журналистских, навыков: ведущая знаменитых когда-то передач "От всей души" народная артистка СССР Валентина Леонтьева прекрасно работала с аудиторией на документальном материале, подготовленном группой журналистов-исследователей.

Владимир Познер стал известен телезрителям как партнер Фила Донахью по телемостам (с советской стороны); после этих памятных передач 1986 г., ставших прорывом к правде и искренности, к взаимопониманию рядовых граждан Америки и России, Познер провел еще десятки различных ток-шоу с участием сотен людей разных национальностей, профессий и возраста. Всякий раз передачи поражали широтой возможностей ведущего: его эрудиция, такт, доброжелательность в сочетании с сильной волей и ясным пониманием цели приводили к тому, что напряженное коллективное искание истины через диалоги Познера с собравшимися в студии людьми оказывало огромное духовное воздействие на телезрителей. Эти передачи не сводятся к звучащей в них вербальной (словесной) информации, здесь все важно: выражения лиц, сомнения, паузы - и скрепляющая все печально-оптимистическая улыбка ведущего. Надо было иметь немалую смелость, чтобы в разгар межнациональных конфликтов, осенью 1992 г., собрать в студии подростков из всех "горячих точек" бывшего СССР. В результате разговоров с ведущим школьники пришли к великой и простой истине: выше всех национальностей то, что все мы люди; надо видеть в другом прежде всего человека. Можно только догадываться, сколь тщательно готовился журналист к этой передаче, как просчитывал возможные варианты ответов на свои вопросы и линию своего поведения в спонтанно возникающих противоречивых диалогах.

Внешняя легкость перемещений Познера по студии с микрофоном в руке обманчива: всякий раз, подходя стремительно к поднявшему руку человеку, журналист становится так, чтобы не заслонить его и других участников передачи от объектива телекамеры, не выпячивать свою персону на первый план (как любят это делать некоторые другие ведущие). Познер выступает не перед своей аудиторией, он работает внутри нее. Это - "высший пилотаж", доступный лишь немногим.

Рассмотрим теперь так называемые "круглые столы", за которыми собираются сторонники противоположных мнений. Эти передачи бывают довольно острыми, если ведущий заранее продумал свою тактику, изучил опубликованные высказывания будущих собеседников и возможное развитие событий в их споре. Глубокое - по возможности - знание сути проблемы есть важнейшее условие работы в такой передаче. Ведущий (в некоторых странах его называют модератор) следит за справедливым распределением времени высказываний (но не обязательно делать это с секундомером в руках, превращаясь из журналиста в хронометриста). Его задача - не "потерять тему", не давать участникам уходить от предмета спора, который может быть очерчен и в предварительной беседе, до эфира. Всегда есть и другая опасность - потерять горячность и спонтанность, т.е. как раз то, что является особенностью передачи. Важнейший принцип: ведущий дискуссии не является ее участником, не становится на сторону кого-либо из собеседников. Безусловно, он имеет право выражать сомнение или ставить под вопрос чье-то мнение - все это необходимый арсенал ведения передачи. Часто судят о личности ведущего по тому, как он держится с высокопоставленными гостями. Отрицательную реакцию аудитории вызывает как невоспитанность и грубость, так и льстивое заискивание. В интервью и ток-шоу любого вида первостепенное значение имеет быстрота реакции ведущего, остроумие, дружелюбие, контактность.

В последнее время у нас появилась важная разновидность дискуссии - предвыборные теледебаты, где мировая практика предписывает помимо заявлений претендентов их словесную "дуэль": один отвечает на нелицеприятные вопросы другого, затем роли меняются. Ведущий (модератор) при этом обязательно сохраняет нейтральность. Если он станет "подыгрывать" какой-либо стороне (как это делали московские партийные журналисты в 1989 и 1990 гг.) - это станет концом его журналистской карьеры.

Журналиста - организатора общения в студии иногда сравнивают с катализатором химического процесса. Как известно, это вещество само не участвует в реакции, но без него реакция не идет. Сравнение достаточно точное. Какой бы служебной ни казалась роль модератора, но одно лишь присутствие того или иного из известных журналистов в корне меняет сам характер телевизионной передачи. Для молодого журналиста амплуа модератора едва ли уместно: любое замечание из его уст (даже о необходимости соблюдать время и заканчивать высказывание) выглядит как нарушение этических норм по отношению к старшим.

## Ведущий новостей

Телевизионный журналист, начинавший репортером в информационной программе, может со временем занять высшую в иерархии престижности должность ведущего такой программы. Престиж обеспечивается ежедневным появлением на экране с самыми важными новостями дня. Студенты-первокурсники отделения тележурналистики МГУ мечтают именно об амплуа ведущего новостей, но лишь нескольким из них на протяжении десятилетий удалось осуществить эту мечту.

В книге К.С. Станиславского "Работа актера над собой", весьма полезной каждому, чья деятельность связана с публичным самопоказом, есть эпизод с простым, казалось бы, заданием: спокойно посидеть на сцене перед зрительным залом. Лишь немногие из студентов театральных училищ достойно справляются с этим упражнением. Вступает в действие то, что прежде называлось "магнетизм личности" и чему современная наука не подобрала названия. На одно лицо можно смотреть долго, стремясь разгадать приятную и внушающую спокойствие личность. Другое же необъяснимо раздражает, и этот эффект усугубляется, если "лицо" заговорит. Один из проницательных театральных критиков А. Свободин справедливо заметил: "Чтобы стать телевизионным ведущим, не то чтобы нужны какие-то особые черты личности, скорее необходимо отсутствие некоторых черт, которые телеэкран неизменно обнажает".

Ведущий новостей заменил в этой роли диктора вовсе не для того, чтобы изрекать собственное мнение и поучать зрителей. По сути, журналист делает то же, что и диктор: читает строчки, бегущие по телесуфлеру. Но зрителю передается чувство, что этот человек понимает то, что читает. В пору демократической эйфории 1992-1993 гг. некоторые ведшие новостей с помощью коллег из прессы пытались отстаивать свое право на импровизацию. Но ничем, кроме конфуза, такая импровизация не кончалась. Например, вместо "использование военного самолета для служебных командировок" было сказано "пользование военным самолетом в личных целях" - и, поскольку речь шла о спикере парламента, для ведущей последовали неприятности.

Строгая научная терминология неприменима к феномену ведущего, поэтому обратимся опять к выражению К.С. Станиславского. Он писал об "излучении", идущем от хорошего актера в зал. По-видимому, именно способность "излучать" отличает хорошего ведущего от простого чтеца. Ведущий новостей, как правило, не красавец, но непременно внушает симпатию. Он свободно держится, но не развязен. Демократичен, но не вульгарен. Не принадлежит к "высоколобым" интеллектуалам, однако излучает понимание и сочувствие. Все понимают, что не сам ведущий добывал новости, но его обязанность - умело и тактично подать их. Он - сама уверенность, но не самоуверенность. У него четкая дикция и выразительные интонации. Неуловимым образом он заботится о том, чтобы зрители почувствовали себя единым сообществом. Однако ведущий не претендует на то, что он выше и умнее всех: просто он поставлен у источника новостей и старается приобщить к нему всех. Именно всех, что зачастую вызывает недовольство интеллектуалов.

Виднейший писатель Америки Норман Мейлер величает тележурналистов "благовонщики и лакировщики" - по американским стандартам ведущий всегда олицетворение спокойствия и стабильности. С точки зрения нашего соотечественника эти качества также сомнительны. "Высочайший профессионализм Кронкайта, его телевизионный талант, его интеллигентность и эрудиция позволяли ему не только "сохранять лицо" в любых событийных политических ситуациях, сколь бы сложны и двусмысленны они ни были, но и давать зрителям уверенность в том, что они получают самую объективную, самую правдивую, самую свежую, самую необходимую информацию". Так писал в годы идеологического противостояния видный советский журналист Г. Оганов о ведущем новостей компании Си-би-эс. Разумеется, ему нравилось далеко не все в американских новостях: "Эти наглядные, впечатляющие картины отнюдь не способствуют ни организации масс на борьбу за свои права, за социальную справедливость, ни даже закономерному возбуждению общественного мнения. Скорее, наоборот. Они "беспристрастны", это "честные свидетельства". Мы не имеем права выражать свое мнение, свои чувства по поводу того, что мы показываем, обозреваем, - говорили нам в отделах новостей телевизионных компаний, иначе это будет вмешательство, это нарушит объективность картины!"

В это же время дикторам советской программы "Время" не возбранялось выражать почтительный восторг по поводу очередных решений мудрого Политбюро. Однако "организация масс на борьбу" не входила в задачу теленовостей ни в США, ни в Советском Союзе. Теленовости не должны быть оружием в политической борьбе, и журналисту с борцовским темпераментом лучше вести специальные телерасследования, чем новостную программу.

Одно время телекомпании США пытались сделать ставку на молодых ведущих, но потом пришлось вернуться к мужчинам и женщинам средних лет: оказалось, в них аудитория видит более надежный "якорь". Напомним упомянутое в начале главы жаргонное название амплуа ведущего: "человек-якорь", anchor man (woman). Тот, на кого можно положиться. Кто "зацепляет" зрителя и притягивает к экрану.

Основы телевизионной журналистики. Доц.В. В. Васильева. 2005/2006 уч. г. I семестр.

## Тележурналист в службе новостей

Корреспондент - основная профессия в информационном телевидении.

Телевидение - коллективное творчество. И все-таки новости делают репортеры, корреспонденты: именно они осуществляют поиск и обработку (то, что называется процесс создания) информации. Их глазами зритель видит события, их интерпретация фактов со временем превращается в общественное мнение, в убеждения (подчас - заблуждения) массовой аудитории.

В тех случаях, когда журналисту доверяют подготовку собственных материалов, первой ступенькой творческой карьеры становится должность корреспондента (от лат. correspondeo - осведомляю). Специализирующийся на подготовке новостей называется репортер (от лат. reporto - передавать). Действительно, во многих газетах, особенно на Западе, репортеры - люди "безымянные". Как пчелы носят в улей свои "взятки", так газетные репортеры передают в редакции то, что удалось узнать, а уже другие - литературные сотрудники - обрабатывают сообщения, группируют их по рубрикам, так или иначе готовят к публикации (либо отвергают, на газетном жаргоне - "отправляют в корзину", что, впрочем, имеет и вполне прямое значение).

В отечественной прессе значительно меньше используют такой конвейерный способ сбора и публикации новостей. У нас эта работа более индивидуализирована. Хотя, надо сказать, повсюду высоко ценятся хорошая новость, сенсация - и в этом случае незазорно поставить свое имя даже под пятистрочной заметкой...

Еще сложнее работа телевизионного репортера, ибо ему нужно зафиксировать само событие, а стало быть, вовремя оказаться в нужной точке, успеть развернуть аппаратуру, обеспечить качественные изображение и звук. А затем смонтировать пленку предельно лаконично, точно, убедительно.

Для успешной работы репортер должен обладать особыми свойствами характера и навыками. Среди них называют оперативность, мобильность, адаптивность, стрессоустойчивость, смелость, быстроту реакции, находчивость, особый "репортерский нюх", то есть чувствительность на интересную информацию, сенсацию, а еще выносливость, широкую информированность и любознательность. В этом ряду есть качества, требующие уточнений: скажем, оперативность не синоним мобильности и относится скорее к результатам труда репортера, нежели к нему самому. Можно также уточнить порядок перечисления, но уже количество профессиональных требований говорит здесь само за себя.

В идеале репортеру требуется высшее специальное образование - как базис и ориентир в его многоаспектной деятельности. Это понятие обычно включает хорошее знание языка, литературы, истории, а также политических наук, экономики, социологии, психологии. Не случайно из 33 штатных репортеров НТВ (до его распада), чей высокий профессиональный уровень постоянно отмечают телекритики и что, может быть, важнее - телезрители, 22 человека имеют высшее журналистское образование. Из них 17 - выпускники факультета журналистики МГУ.

Как правило, телевизионный репортер работает в составе бригады, как минимум из трех человек (кроме журналиста, оператор и водитель, при необходимости выполняющий обязанности осветителя). Но в "горячих точках" нередко репортеры предпочитают работать самостоятельно, совмещая в одном лице все должности и профессии, необходимые для подготовки оперативной новости. Чаще всего такой репортер находится вне штата, живет за счет гонораров, которые повышаются по мере важности новостей и опасности их подготовки. В этом случае его чаще называют стрингером.

Важными разновидностями профессии корреспондента являются собственный и специальный корреспонденты (собкор и спецкор). Первый живет и работает в той или иной местности, удаленной от редакции, и, соответственно, готовит все материалы из данного региона. Тут в основу профессиональной деятельности положен территориальный признак. Собкоры бывают зарубежные и работающие внутри страны. И в том, и в другом случае эта должность требует высокой квалификации, жанрово-тематического универсализма, а кроме того, строгой самодисциплины, организованности, ибо собкор трудится вдалеке от редакционного коллектива, от руководства редакции, он сам отвечает за режим работы и ее результативность.

Для журналиста-международника, работающего в зарубежном корпункте, важно в совершенстве владеть языком страны пребывания, знать ее специфику - от истории, национальной культуры, традиций до нюансов современной жизни. Так же и собкор внутри страны должен хорошо знать особенности, что называется, "подноготную" того региона, за который он отвечает.

И наконец, высший уровень корреспондентской квалификации - работа специального корреспондента. Это не просто журналист, специализирующийся на той или иной тематике. Пожалуй, в этом случае уместно говорить о проблематике, ибо любой материал, подготовленный спецкором и соответствующий жанру специального репортажа, должен быть отмечен глубоким проникновением в суть актуальной проблемы. Типично тяготение спецкоров к инвестигейтивной журналистике: журналистские расследования - их постоянное занятие.

## Журналист и новость

Журналист, работающий в новостной программе, просто не имеет права навязывать аудитории свое восприятие, свое понимание освещаемого события. На первый взгляд кажется, что здесь нет места для творческой индивидуальности. Однако журналистское мастерство проявляется в достоверности, которая складывается как раз из человеческих отношений с информацией: тонкая грань между невозможностью исказить факты (обсуждалось то-то и то-то, выступили те-то и те-то, решили так-то и так-то) и выразить свое отношение к происходящему - не в вербальной форме, не оценочными эпитетами (и уж тем более не высказанными от журналистского лица оценками), не ироническими интонациями или репортерскими эмоциями во время stand-up'а, но правом журналистского выбора - последовательности изложения, фрагментов действительности, выбора собеседника, деталей (крупных планов - своеобразных логических ударений). Факт, безусловно, подается предельно точно, но его интерпретация - не явная, не нарочитая, не фальсифицирующая суть дела, однако рождающая у аудитории то или иное восприятие этого факта, - краеугольный вопрос репортерского мастерства и одна из проблем формирования общественного мнения средствами информационного телевещания.

Слишком долго отечественная журналистика подменяла информацию пропагандой, много лет и десятилетий программа "Время" показывала жизнь не такой, какова она есть, а какой ее хотели видеть власть предержащие. Поэтому пафос адептов принципа беспристрастности информации, яростная борьба сторонников западного (как они его понимают) информационного стиля, требование дать зрителю возможность самому разобраться и сделать собственные выводы понятны и справедливы. Но истина никогда не бывает одноцветной. Абсолютная объективность - миф. Корреспондент не может быть робототизированным бесстрастным трансформатором событий и фактов - у человека всегда есть собственное отношение к чему бы то ни было. Поэтому достоверной оказывается "очеловеченная" информация.

Американский исследователь журналистики М. Новак делится следующими наблюдениями: "Фактов не существует, существуют люди, наблюдающие за ними, а люди, наблюдающие за фактами и пытающиеся при этом быть нейтральными, становятся еще более субъективными... И репортеры, и ведущие новостей знают, что когда они пытаются добиться объективности при передаче "фактов" без редактирования, они рискуют передать нонсенс или просто ложь. То, что происходит в реальности, не может быть зафиксировано некой нейтральной машиной или даже камерой. События не становятся событиями, пока человек не даст им своей интерпретации". (Цит. по: Дэннис Э., Мэррилл Д. Беседы о масс-медиа. С.182)

Сейчас практически на всех телеканалах разработаны некие рекомендации по работе корреспондентов для информационных программ. Желание унифицировать процесс сбора и обработки информации имеет право на существование, хотя подчас точное следование этим рекомендациям нивелирует творческие индивидуальности репортеров. Приведем выдержки из инструкции, вручаемой каждому корреспонденту Дирекции информационных программ телеканала "Россия".

## Основные правила для корреспондентов

Всегда помните: "Нет такой новости, которую нельзя было бы изложить за 30 сек. Нет такой темы, которую нельзя было бы раскрыть за 75 сек.

... Появление в эфире некачественного видеоряда допускается только в случае исключительности зафиксированного события.

... Если вам запрещают снимать или кто-то отказывается дать интервью, никогда не прекращайте попыток добиться того, что вам необходимо, после первого "нет". Исключения составляют случаи, когда существует реальная опасность того, что вас могут удалить с места происшествия или повредить камеру.

Для любого актуального репортажа необходимо иметь как минимум три снятых интервью.

Подбор кадров должен быть продиктован двумя принципами: иллюстрация того, что сказано в тексте, и изобразительный ряд более общего характера. Вы должны использовать планы общего характера и точные планы на альтернативной основе. Не пытайтесь проиллюстрировать все сказанное в тексте досконально - это невозможно.

Сюжет, как правило, должен заканчиваться представлением съемочной группы на общем плане (но к этому творческому приему на РТР перешли позже, чем на других центральных каналах).

Вместе с этой краткой инструкцией каждому корреспонденту РТР вручается два манускрипта - "Новости на экране (Руководство для тележурналистов. Изложение книги Charles Coates "Ргоfessional`s TV News Handbook"" и краткое изложение книги Пола Чандлера и Сима Харриса "Радиожурналистика" (перевод Аналитического отдела Дирекции информации и корреспондентской сети ВГТРК), содержащие немало полезных практических советов.

Имена нужно приводить в полной форме; имена и фамилии следует упоминать дважды, если это важная деталь.

Должности или профессиональная принадлежность персонажей приводятся в краткой (но принятой) форме; иногда в интересах краткости и ясности пространные наименования официальных должностей подлежат сокращению.

Числительные округляются в тех случаях, когда точные данные не требуются. Добавим к этому полезный совет отечественного исследователя журналистики: "Цифры часто "обыгрывают", чтобы было понятнее и воспринималось легче. Тут возможны такие варианты: пересчет (всего семь процентов занимает золото в золотовалютном запасе страны); сопоставление (вдвое больше, чем в прошлом году); образная расшифровка (за такое время можно дважды облететь Землю); пояснение (при таком количестве незарегистрированных "стволов" их хватит на все население города, то есть на каждого старика, женщину, ребенка).

Не ставьте в начало текста незнакомой аудитории фамилии.

("Новости на экране")

Пишите проще. Реже пользуйтесь прилагательными. Употребляйте простые слова ("начал", "сказал", "кончил"), а не претенциозные ("приступил", "провозгласил", "завершил"). Не злоупотребляйте эмоциональными и драматическими словами ("поразительный", "уму непостижимый", "великолепный").

Старайтесь избегать профессионального жаргона. Избегайте также журналистских клише, на которые падки печатные СМИ.

Никогда не начинайте свое сообщение со спорных утверждений без ссылки на источник.

("Радиожурналистика")

Основы телевизионной журналистики. Доц.В. В. Васильева. 2004/2005 уч. г.

Проблемы подготовки и выдачи в эфир информационных материалов

1. Информативная перегруженность программы

1.1 Информационная насыщенность программы. Информационные приоритеты: подлежащие освещению события совпадают с теми, которые находятся в центре внимания других СМИ. Однако информационная насыщенность программы - не всегда ее достоинство. Об этом свидетельствуют рейтинги. Так, в выпуске "Вестей" 5 октября 1999 г. было освещено 23 вопроса, 6-го - около 30, 7-го - 25. Вероятно, здесь кроется причина того, что некоторые сообщения и подводки к ним, тексты репортажей зачастую подаются в темпе presto (особенно это касалось ведущего вечерних выпусков М. Пономарева), делающим нормальное, осмысленное восприятие многих новостей весьма затруднительным.

Для сравнения: количество тем в вечерних выпусках ОРТ и НТВ в эти дни меньше ровно на треть. Кроме того, неспешная речь М. Осокина, который вел на той же неделе "Сегодня", его очень краткие, но точные подводки, текстовые "связки" между репортажами делали восприятие новостей НТВ не только более глубоко усваиваемыми, но и комфортными для зрителя.

1.2 Тексты анонсов, предваряющих выпуск, остаются камнем преткновения для многих информационных программ. В "Вестях" они особенно страдают многословием. Типичные примеры можно обнаружить в том же выпуске 5 октября:

"Двоих россиян обвиняют в покушении на кандидата в президенты Украины Н. Витренко. МВД (чье - Украины или Российской Федерации?) заявляет, что они действовали по заданию доверенного лица соперника Витренко А. Мороза. Версию о следе российских спецслужб в покушении следствие отвергает". Есть ли смысл смотреть сюжет после столь подробного пересказа?

"Судьба троих летчиков СУ-24 и СУ-25, упавших на территории Чечни, пока неизвестна. Информация о том, что один из них спасен, не подтверждается". Если не подтверждается, то о чем видеосюжет? Как представляется, это один из примеров легкомысленного отношения к слову, ведущего к неизбежному снижению зрительского интереса.

В следующем примере авторы акцентируют внимание зрителей на эксклюзивности предлагаемого материала, но какие лексические средства при этом используются?

"Российские власти проверяют боеготовность ядерных комплектов "Тополь". "Вести" - единственная телекомпания, располагающая съемками этой инспекции". Очевидно, что слово "инспекция" имеет выраженную канцелярскую окраску. Этот "стилистический сигнализатор", несомненно, снижает зрительский интерес к главному - к самому экранному материалу.

1.3 Подводки к видеосюжетам. Анализ трех выпусков (случайная выборка) убедительно демонстрирует типичную проблему "Вестей": подводки к видеосюжетам часто дословно повторяют анонсы, кроме того, "выкачивают" ключевую информацию из репортажей; внутри репортажей содержание интервью нередко дублируется закадровым текстом корреспондента. Так создается цепная реакция повторов, которые пронизывают выпуск, приумножая ощущение информативной перегруженности. В результате количество переходит в качество со знаком "минус": выпуски "Вестей" действительно отличаются высокой информационной насыщенностью, но адекватно воспринять предлагаемый объем сообщений зритель нередко просто не в состоянии.

2. Взаимоотношение слова и изображения.

В условиях информационного изобилия, когда разные каналы формируют сходную информационную картину дня, различаясь лишь отдельными деталями, оценками, способами подачи, зрительский успех определяет не столько то, что показывают, сколько то, как показывают. В числе важнейших компонентов, формирующих это "как", - взаимоотношения слова и изображения, их взаимодействие, в немалой степени определяющие эффект воздействия телеинформации.

2.1 Вербальный компонент - жертва визуального. Общеизвестно, что текст и изображение могут поддерживать, усиливать друг друга, а могут и ослаблять, а то и уничтожать, причем чаще жертвой оказывается вербальный компонент. Таковы законы восприятия и человеческой памяти - визуальный ряд воздействует сильнее, запоминается легче и прочнее.

Проблема эта возникла еще в 30-е гг., во времена перехода от немого кино к звуковому. Один из великих творцов отечественного и мирового экранного искусства А.П. Довженко писал: "... Ратуя за всемерное развитие культуры слова в фильме, я хочу еще раз напомнить о существовании единственного в своем роде арсенала могучих изобразительных средств несловесного происхождения, средств полузабытых, часто игнорируемых и подчас и вовсе выпавших из нашего обихода" (Довженко А.П. Собр. соч.: В4т.М., 1969. Т.4. С.256 - 257). Сказанное в 1953 г. и сегодня звучит вполне актуально: "Куда исчезло молчание? Почему так надолго затянулась наша радость по поводу приобретенного дара слова и почему мы от первого до последнего кадра не закрываем рта?" И далее: "Может быть тишина патетическая или лирическая, тишина покоя. И есть тишина созерцания и полная самой благородной поэзии тишина мышления, тишина творчества и тишина результата, развязки, тишина глубокого переживания".

2.2 В каких случаях нарушается необходимый баланс текста и видеоряда?

Опытные телевизионные редакторы эмпирически вывели правило, по которому на 100% изображения должно быть 60 - 70% текста. В противном случае первое полностью "забивается" вторым, лишая сюжеты необходимых для восприятия пауз, мягких монтажных переходов, того самого "воздуха", без которого зритель перестает воспринимать и текст, и изображение, а значит цель информационного сообщения не будет достигнута. Когда изображение полностью "закрывается" текстом, в случае яркого видеоряда в памяти задерживается "картинка", какие-то ее фрагменты, а текст опускается до уровня интершумов. Если изображение посредственно, не впечатляет, то текст и видеоряд напоминают две параллельные прямые, "вспахивающие" тему каждая в своей колее.

2.3 Типичные ситуации, провоцирующие характерное расхождение изображения и текста.

(Примеры из Аналитического обзора выпусков программы "Вести" с 8 по 13 ноября 1999 г. // Текущий архив Управления координации информации ДИП ВГГРК).

2.3.1 Видеоряд локальный, текст глобальный

Этим часто страдают "чеченские" репортажи, когда на кадрах палаток рассказывается о дислокации и перемещениях российских войск; на крупных планах затворов и стреляющих орудий - о масштабных наступательных операциях и т.д.

2.3.2 Текст локальный, видеоряд глобальный (или имеющий к рассказу корреспондента отношение весьма отдаленное)

В этом случае чаще всего применяется "унифицированная" картинка, иллюстрирующая события чисто формально (скажем, в материале Р. Карякина 12 ноября 1999 г. вопрос, помогает ли Грузия чеченским боевикам, был "реализован" на кадрах горных пейзажей, грузинской архитектуры и т.д.).

Пример несоответствия "картинки" тексту в сообщении М. Зелинского о вынужденных переселенцах 9 ноября в 13.00. На экране - палаточный лагерь и КПП, к камере приближается чеченская женщина, которая что-то беззвучно кричит, обращаясь к нам, зрителям, молит о помощи, показывает на КПП. В кадре явная человеческая трагедия, а закадровый текст бесстрастно сообщает: "3a минувшие сутки гуманитарным коридором воспользовалось около двух тысяч человек"...

2.3.3 Видеоряд и текст конкретны и ярки, но стилистика у них не совпадает.

Убедительный пример - репортаж Р. Бабаяна, показанный 8 ноября, о визите российской делегации в Индию. Мастерская съемка оператора Б. Агапова воспела далекую страну, а корреспондент, не обращая внимания на экзотику, деловито рассказывал "об участии нашей "оборонки" в усовершенствовании индийских систем ПВО". На экране: по улице ведут священную корову, женские сари переливаются всеми цветами радуги, зеленеют прекрасные сады в фортах и дворцах, но корреспондента непросто сбить с темы, он уверенно вещает о "лицензионных самолетах многоцелевого использования и дизельных подводных лодках".

2.3.4 Противоречия между изображением и текстом

Даже небольшое несоответствие, логические погрешности сбивают зрителя с толку, а промедление в информации, как известно, подобно смерти - сюжета в восприятии зрителя. В репортаже Л. Варебруса 8 ноября были допущены ошибки в субтитрах (сына назвали именем отца, а у дочери, носящей другую фамилию, не обозначили степень родства с героем репортажа).

В тот же день в репортаже В. Мостового о годовщине падения берлинской стены была упомянута цифра - 235 погибших, что неизбежно наводило на мысль о жертвах одного этого дня. Каково же было изумление зрителей, когда при отъезде камеры они видят даты смерти жертв - с 1963 по 1980 г. ! Пока зритель разбирается, в чем дело, половины сюжета как не бывало...

2.3.5 Интервью как антитеза или, наоборот, тавтология содержания сюжета

Первый вариант часто встречается в "чеченских" материалах, где пафос авторов направлен в сторону официальной гуманной доктрины чеченской войны, а интервью и заявления военачальников порой сводят на нет усилия корреспондентов, обнажая профессиональный цинизм "защитников". Например, интервью командующего ВДВ на Северном Кавказе 10 ноября: "Человек 50 (боевиков) набили", "15 трупов набрали и столько же единиц оружия". Как будто это грибы в лесу! Говоря о своих погибших товарищах, военные руководители тоже порой не выбирают выражений. Генерал В. Шаманов: "5 трупов боевиков обменяли на раненого сержанта и труп полковника Федеральной группировки наших войск" (уместнее было бы сказать "тело погибшего полковника").

К проявлениям низкого уровня профессионализма следует отнести и то, что интервью нередко воспримется авторами не как первоисточник информации, а некое подтверждение рассказа корреспондента. В репортаже Е. Пискунова из Нью-Йорка 9 ноября одна и та же информация повторена трижды: в подводке ведущего выпуска, преамбуле корреспондента и в пересказе заявления официального представителя правительства США.

3. Тривиальность съемочных приемов

Простота съемки, незамысловатость ракурсов во многих случаях являются вынужденными экстремальными условиями работы репортеров хроники. Но ведь stand-ир' (Профессиональный термин, означающий появление репортера в кадре, обычно в начале, середине или в конце информационного видеосюжета, с кратким монологом, как правило, объясняющим то, что по тем или иным причинам не может быть показано на экране) обычно снимается в достаточно спокойной обстановке. И тем не менее приходится констатировать однообразие в этой части материалов разных корреспондентов, снятых разными операторами.

4. Сниженный уровень качества изображения

Подобное допустимо только в экстремальных условиях съемки. Во всех других случаях нельзя использовать кадры, недостаточно освещенные, нелогично сфокусированные, чрезмерно статичные и проч.

5. Проблемы монтажа (видеоряд как иллюстрация)

В большинстве информационных материалов программы "Вести" видеоряд в качестве самодостаточного источника информации не существует: это лишь средство проиллюстрировать текст. В результате наблюдается явное нарушение здравого смысла, например, в репортаже Э. Арзуманян 10 ноября в 21.00 об аресте депутата национального собрания Армении Мовсеяна. В соответствии с логикой текста сначала депутат в наручниках был выведен из зала, затем возникла необходимость показать прокурора, который просит собрание только о лишении Мовсеяна депутатской неприкосновенности, а потом сам депутат оказывается на той же трибуне и держит речь.

6. Звуковые погрешности

Традиционные перепады уровня звука закадрового комментария и голоса в кадре. То завышен, то занижен и уровень интершумов (в первом случае трудно воспринимать основной информационный текст, во втором снижается "эффект присутствия").

7. Языково-стилистические недостатки

В целом при создании текстов в анализируемых выпусках "Вестей" авторы пользуются литературным языком, не допускают грубых стилистических ошибок. Но мелкие речевые погрешности все же нередки. Среди них:

Тавтология

"Берлин вступил в права полноправной столицы Германии" (В. Мостовой: 8 ноября);

"В центре Белграда сконцентрированы крупные полицейские силы" (9 ноября);

"При почти единогласном согласии" (Э. Арзуманян: 10 ноября); У Н. Кандиашвили 8 ноября одна из фраз репортажа четыре раза содержит слово "православный" и один раз - "право".

Плеоназмы, лексическая избыточность

"Оба фронта соединятся с двух сторон" (А. Кондрашов: прямое включение в 13.00 13 ноября);

"Сегодня Иоанн Павел П и Илия 11 после часовой встречи между собой..." (Н. Кандиашвили: 8 ноября).

Ошибки в управлении

"... С командующими Восточной группировки" (А. Самолетов дважды: 8 и 9 ноября);

"Просьбы от жителей Синегорье" (Г. Овчинников: 9 ноября);

"На удивление присутствующих" (Н. Кандиашвили: 3 ноября).

Орфоэпические и стилистические погрешности

"Черезвычайный" (М. Зеленский);

"ПРИбывшие паломники", "мэсса" (Н. Кандиашвили); "ХодаТАйство" (3. Арзуманян);

"Дожидать поезда" (О. Журман).

Не обращать внимания на подобный языково-стилистический брак нельзя: ведь телевидение в значительной мере задает тон, формирует язык массовой аудитории.

## Телевизионные новости

Традиции информвещания формировались на протяжении всей истории отечественной журналистики.

Информация (от лат. informatio - осведомление, изложение) - "совокупность сведений, которыми располагает и оперирует журналист при создании своих произведений; которые получает аудитория из разных источников; а также совокупность кратких не комментированных сообщений об актуальных фактах, новых сведений из разных областей жизни общества" (Власть, зеркало или служанка? Энциклопедия жизни современной российской журналистики: В 2 т.М., 1998. Т.1.С. 195).

Расширительное толкование слова "информация" имеет общенаучный характер. Применительно к прессе можно говорить, что любое произведение СМИ обладает большим или меньшим объемом информации. Скажем, на телевидении информационно насыщенными "можно считать и трансляцию театрального спектакля, и сам факт работы телевизионного передатчика" (Телевизионная журналистика / Под ред. Г.В. Кузнецова, В.Л. Цвика, А.Я. Юровского. М., 1994. С.38)

В контексте проблемы новостей более емким по содержанию и более точным в терминологическом отношении является понятие "новостная информация", тем более что слово "новость" толковые словари объясняют весьма лаконично: "Недавно (а еще лучше - только что, сейчас, в данную минуту) полученное известие" (Ожегов С.И. Словарь русского языка.17-е изд.М., 1985. С.358)

Человек, как известно, - существо социальное, следовательно, он не может существовать без минимального (а лучше - оптимального) объема социально значимой информации, которая позволяет ему ориентироваться в общественных отношениях, конструировать собственную картину мира. Основным источником информации для людей всегда служили межличностные отношения. С появлением СМИ именно они взяли на себя эту обязанность: информировать общество о событиях в стране и мире, о политике, экономике, науке, культуре, внешней среде и внутренней жизни человека, обо всем неисчерпаемом многообразии реальной действительности.

Печатная пресса со времени своего возникновения рассказывала о том, что было (иногда о том, что будет). Радиовещание в отдельных случаях говорило о событии и уже в момент его свершения. А телевидение превратило потребителя информации в очевидца, иногда даже словно бы участника происходящего.

Таким образом, электронная журналистика заявляет о себе как о наиболее эффективном средстве массовой коммуникации, то есть одновременной взаимосвязи и взаимодействии миллионов людей. Достаточно сказать, что средний американец проводит у телеэкрана 12 лет своей жизни, англичанин - 11, француз и итальянец - по 9. В России почти 90% населения узнают о событиях в стране именно из выпусков телевизионных новостей (См.: Дзялошинский И.М. Российский журналист в посгготалитарную эпоху. М., 1996. С.147)

Каким же критериям, по мнению исследователей, должен отвечать информационный телевизионный выпуск, чтобы соответствовать возлагаемым на него ожиданиям аудитории? Обычно здесь выделяют следующие функциональные характеристики:

информативность (качественно-количественная характеристика взаимодействия журналист - текст - аудитория, выявляющая степень восприятия аудиторией тех сведений, которые содержатся в журналистских произведениях);

информационная насыщенность, критериями которой выступают релевантность произведения, то есть его соответствие интересам и потребностям аудитории, а также декодируемость, или возможность их адекватного понимания аудиторией, и оригинальность - наличие в них сведений, актуальных для телеаудитории;

представление (создание) из мозаики сообщений, всей совокупности информационных материалов политической, культурной, в широком смысле информационной картины мира.

Проблема взаимодействия информационного канала и его аудитории описывается хрестоматийно известной формулой Г. Лассуэлла, определяющей структуру массовой коммуникации. Совокупность элементов этой структуры выглядит следующим образом: "Кто сообщил - что - по какому каналу - кому - с каким эффектом".

В элементе кто сообщил важны по крайней мере два фактора, характеризующие источник информации: его "солидность", авторитет, кредит доверия у аудитории; тип личности журналиста, особенности его представления о себе и собственной роли в деятельности данного средства информации, а также о значении СМИ в судьбах общества, страны. Скажем, если "Независимая газета" в течение долгого времени включала в рейтинг "100 наиболее влиятельных политиков России" ведущих программы "Итоги" Евгения Киселева или программы "Сегодня" Татьяну Миткову, это свидетельствовало и об авторитете НТВ, и о собственном их влиянии на общественное мнение. Впрочем, к элементу кто сообщил нынче следует добавить еще один фактор - зависимость (или отсутствие таковой) сообщающего от "хозяина" СМИ...

Элемент что сообщил подразумевает содержание информационного сообщения, подачу информации, ее изложение, интерпретацию в рамках тех категорий мышления, которые привычны для данной аудитории СМИ.

Когда речь идет об элементе по какому каналу, следует иметь в виду прежде всего специфику конкретного СМИ, систему его изобразительно-выразительных средств (а у печати, радио и ТВ они существенно различаются). Не менее важно и то, что каждое СМИ имеет достаточно определенную и в целом устойчивую аудиторию.

При анализе элемента кому сообщил известной пентады следует иметь в виду, что информационное воздействие будет тем эффективнее, чем в большей степени учитываются коммуникатором объективные знания о потребителях информации, настроениях, доминирующих в основной массе зрителей, о системе ценностей, мотивов, установок той части населения, которая составляет аудиторию данного СМИ. В частности, социология массовой коммуникации выделяет три вида ориентации потребителей информации на ее источник. (См.: Социология массовой коммуникации / Под ред.Ф.И. Минюшева, В.Н. Иванцова. М., 1995.С. l)

Духовно-личностная: люди, принадлежащие к этому типу, активны в духовной жизни, знакомы с литературой, искусством, проявляют повышенный интерес к происходящим в стране и мире событиям; они не испытывают трудностей в понимании предлагаемой им информации, предъявляют высокие требования к художественной и эмоциональной форме ее подачи, стремятся найти какие-то личностные мотивы и смысл во всем, что предлагают им СМИ.

Профессионально-функциональная: относящиеся к этой группе люди характеризуются подчеркнутым вниманием к общественно-политической информации, новостям и комментариям к ним, проявляют устойчивый интерес к аналитическим материалам.

Потребительская ориентация: для этой группы людей СМИ главным образом выступают как источники, обеспечивающие досуг и развлечения; они чаще обращаются к развлекательным и спортивным программам и реже - к передачам событийного характера; в своих оценках более конформны и менее информированы по сравнению с двумя предыдущими группами.

Элемент с каким эффектом предполагает следующее. Чем шире кругозор потребителя информации и выше уровень образованности, степень включенности человека в систему общественных отношений, тем сложнее воздействовать на него посредством СМИ. Данный элемент по сути - это требование необходимых сведений о результате информационного действия, выявление обратных связей в информационном процессе.

Приведенная схема Лассуэлла, принятая в теории массовой коммуникации, удобна при анализе основных факторов, включенных в процесс воздействия на телеаудиторию. Но она не дает полного представления о динамических процессах, складывающихся между ее элементами.

Имеется более сложная, двухмерная матрица убеждающей коммуникации К. Ховленда и И. Джаниса. (См.: Ульяновский А.В. Мифодизайн рекламы. СПб., 1995. С.97) СМ. ФАЙЛ НОВОСТИСХЕМА

Первый столбец матрицы образуют коммуникативные стимулы: сообщение, коммуникатор, канал, ситуация. Четвертый - коммуникативные эффекты: изменения мнения, поведения потребителя информации. Наблюдаемые стимулы и эффекты образуют две крайние точки процесса воздействия. Они связаны между собой функциональной зависимостью, где коммуникативные стимулы - независимые переменные, а коммуникативные эффекты - зависимые переменные. Второй столбец - установочные факторы реципиента: общая убежденность, установки, связанные с сообщением, коммуникатором, каналом, ситуацией. Третий - внутренние опосредующие процессы.

Процесс влияния объективной коммуникационной ситуации на изменение мнений и поведения аудитории зависит от системы взаимовлияющих, взаимодействующих факторов. Однако и эта схема не дает полного представления о влиянии телеинформации на индивидуальное сознание и общественное мнение в целом, ибо трудно при всех поправочных коэффициентах предположить прямую и непосредственную зависимость между деятельностью журналистов и поведением аудитории.

Один из основоположников отечественной теории тележурналистики Э.Г. Багиров в "Очерках теории телевидения" наиболее подробно рассматривает коммуникационный процесс, начиная со схемы создателя теории информации К. Шеннона, столь популярной пентаграммы Г. Лассуэлла, анализируя далее схемы М. де Флера, У. Шрамма, формулу Дж. и М. Райли, модели А.Н. Алексеева, Е.П. Прохорова, М. Лауристин и Ю.В. Воронцова. Суммируя достижения предшественников, автор предлагает собственное видение коммуникационного процесса, в который органично включены: реальная действительность → структура личности → структура социальных отношений → структура коммуникативных зависимостей → процесс отражения → процесс творчества → процесс восприятия → обратная связь → и, как результат, социальный опыт и социальное действие (См.: Багиров Э.Г. Очерки теории телевидения. М., 1978. С.53 - 67).

Что такое новость? "Новость - то, что отличает нынешний день от вчерашнего". Эта образная дефиниция принадлежит признанному специалисту в области телевизионной информации, создателю службы новостей на НТВ, а затем руководителю ВГТРК О.Б. Добродееву. По Р.А. Борецкому (один из первых отечественных теоретиков ТВ), "каждое сообщение должно удовлетворять ряду требований. К ним относятся, во-первых, достоверность; во-вторых, новость (как говорят, банальность должна стремиться к нулю); в-третьих, полнота сообщения; в-четвертых, актуальность" (Борецкий Р.А. Телевизионная программа. М., 1967. С.22).

В свою очередь Эверт Дэннис в книге "Беседы о масс-медиа" дает такие стандартные критерии, применяемые в западных компаниях для определения новостей, как:

конфликтность (вызывающая напряжение или удивление)

катастрофа (поражение, разрушение);

развитие какого-то важного события (триумф; достижение);

последствие какого-то события (степень его воздействия на общество);

знаменитость (вызывающие всеобщий интерес события в жизни какого-то лица);

новизна (что-то необычное, даже чрезвычайное);

сильный человеческий интерес (яркий эмоциональный фон);

территориальная близость (местная проблематика).

(См.: Дэннис Э., Мэррил Д. Беседы о масс-медиа. М., 1997.С. 205)

Чтобы событие нашло отражение в выпусках теленовостей, оно должно удовлетворять требованию хотя бы одного из определяющих его ценность критериев (См.: Воскобойников В.С., Юрьев В. E. Журналист и информация.М., 1993. С.54-55).

БЛИЗОСТЬ темы новости к потребителю информации: либо в пространстве (непосредственное соседство или не слишком большая отдаленность - местная проблематика, которую зарубежный автор абзацем ранее указывает в последнюю очередь, а отечественный, вполне справедливо, по нашему мнению, выносит на первое место), либо во времени (недавнее прошлое или недалекое будущее); что-то хорошо знакомое или близкое по каким-то причинам; вообще все то, что может заинтересовать по ассоциации с личными впечатлениями - иной раз это может привлечь, даже если речь идет о чем-то далеком и по времени, и по месту. ИЗВЕСТНОСТЬ кого-либо или чего-либо: все то, что по тем или иным причинам может получить признание, и популярность либо на местном уровне, либо в более широких масштабах. Успехи или неудачи государственных, политических, деловых, общественных, иных организаций, их представителей, которые "делают новости" (так называемые "ньюсмейкеры"); показ знаменитостей разных калибров, причем как в положительном, так и в отрицательном смысле; рассказ о сенсационных открытиях, изобретениях или достижениях в различных областях. СВОЕВРЕМЕННОСТЬ: здесь работники новостных служб должны ответить на следующие вопросы. Насколько актуальна новость? Уместно ли давать те или иные сведения в контексте сегодняшнего дня? Не принесет ли их опубликование "незапланированный" вред по каким-либо "деликатным" причинам? Достаточно ли они созвучны духу времени по стилю изложения и аргументации?

ВОЗДЕЙСТВИЕ новости по ее возможным последствиям - крайне важный фактор, также содержащий немало вопросов. Возбудит ли новость интерес аудитории ко всем другим элементам информации? Привлечет ли их внимание ее тема? Окажет ли содержание новости влияние на формирование каких-то суждений и эмоций? Соответствует ли она интересам отдельного человека, его семьи, всего общества?

МАСШТАБНОСТЬ новости по степени ее важности, весомости и общественной значимости - главный фактор ранжирования материалов информационного выпуска (подробно об этом далее).

КОНФЛИКТ в самом широком толковании этого понятия - от семейных коллизий до межнациональных или межрелигиозных столкновений; от пикантных интриг до сенсационных скандалов; от разоблачения мафиозных группировок до раскрытия крупномасштабных политических заговоров; от противоречий между интересами различных общественных сил внутри страны до конфронтации на международной арене.

НЕОБЫЧНОСТЬ в плане непредсказуемого или аномального развития событий и проблем. Неожиданные или необычные ситуации разного рода; нестандартные факты из обычной жизни, эксцентричные или экстравагантные поступки, странности и курьезы (по преимуществу, маргинальные новости). Все то, что так или иначе выходит за привычные рамки повседневной рутины и потому дает повод для малых и больших сенсаций.

ПЕРСОНИФИКАЦИЯ в данном случае - не специфически телевизионный термин, а общежурналистское определение такого явления, которое дает возможность акцентировать внимание аудитории на интересных подробностях с помощью ссылок на конкретных людей, объяснить событие или проблему "через человека".

Как видим, диапазон факторов и условий, делающих журналистскую информацию новостью, весьма широк. Причем все перечисленные критерии справедливы для любого средства массовой информации. Однако следует отметить, что у телевидения есть главная особенность: оно - показывает. Поэтому в перечень критериев для отбора информации необходимо добавить еще один - наличие видеоизображения. Конечно, если произошло важное событие, но "картинки" нет вообще или еще нет, то сообщение все равно прозвучит в эфире. А бывает, что речь идет о чем-то малозначительном, но есть интересный эксклюзивный видеоряд, и тогда этот материал может занять достойное место в информационной программе.

Помимо перечисленных критериев при подготовке любых новостей по-прежнему остается в силе знаменитая формула: кто - что - когда - где - как - почему, сформулированная римским оратором Марком Квинтилианом. Правда, в отечественных учебниках по тележурналистике, говоря об информационной публицистике, ее сокращают до вопроса "Что, где, когда произошло?", оставляя для аналитических программ выяснение того, почему и с какими последствиями это произошло. Однако и на теоретическом уровне, и в повседневной практике информационных служб здесь все представляется достаточно ясным и определенным.

Таким образом, понятие журналистской новости обладает вполне конкретными признаками, которые в достаточной мере изучены отечественными и зарубежными теоретиками СМИ. Всегда ли приведенные критерии, оформленные в стройную систему, становятся основополагающими для репортеров и редакторов информационных служб - вопрос, на который отвечает практика отечественного телевидения.

## История тележурналистики в России

Технические предпосылки.

Подобно тому как воплощенная в мифе об Икаре мысль о полете человека возникла за тысячи лет до появления аэроплана, идея о видении на расстоянии возникла на заре человечества. Об этом свидетельствуют сказки Шахерезады или сказка о спящей царевне и семи богатырях, а позднее - сочинения Ж. Верна, Д. Лондона или А. Куприна, где, глядя в волшебное зеркало или на волшебный камень, видят здесь то, что происходит там, причем сейчас. Но прошли века и века, прежде чем прогресс науки, техники и культуры создал возможности для воплощения в реальность древней как мир мечты - видеть на расстоянии.

Два технических достижения: "великий немой", как называли кино, и "великий невидимка" - радио - должны были соединиться, чтобы возникло телевидение. Путь к нему был долгим и сложным. Современная аппаратура, с помощью которой осуществляется видение на расстоянии, - это плод ума и рук многих и многих ученых, изобретателей, плод работы целых научных коллективов. Одни порождали идеи, другие воплощали эти идеи в приборы, третьи использовали эти приборы для тех или иных целей - в результате появилось телевидение.

Английский физик Д. Максвелл предположил существование в природе электромагнитных колебаний и вывел свое знаменитое уравнение, фигурирующее ныне во всех учебниках физики. Однако стройная теория электричества, магнетизма и света, содержащаяся в формуле Максвелла, оставалась неподтвержденной, пока немецкий физик Г. Герц экспериментально не доказал существование предсказанных Максвеллом электромагнитных колебаний. Герц по праву вошел в число ученых, чье имя стало научным термином и пишется теперь с маленькой буквы, подобно именам Вольта, Ампера, Гаусса и других великих.

Преподаватель минного офицерского класса в Кронштадте А.С. Попов и одновременно с ним итальянский изобретатель Г. Маркони заставили служить человечеству электромагнитные колебания, открытые Герцем: они независимо друг от друга изобрели радио.

История изобретения и развития техники кино широко известна. Скажем только, что авторы этого изобретения - французы Луи и Огюст Люмьеры и что датируется оно 1895 г., как и изобретение радио.

Но еще до того, как были изобретены радио и кино, в разных странах, в том числе и в России, предпринимались попытки передать изображение на расстояние по проводам. Попытки эти не привели к реальным результатам, но идея была высказана. В 1880 г.П.И. Бахметьев предложил схему, теоретически вполне реальную: для передачи на расстояние изображения его следует предварительно разложить на отдельные элементы, передать их, а затем снова собрать эти элементы в цельное изображение.

П. Нипков предложил осуществить разложение ("развертку") изображения с помощью вращающегося диска, имеющего ряд отверстий, расположенных по спирали. Запатентованный в 1884 г. диск Нипкова долго не находил практического применения; сам Нипков впервые увидел свой прибор в действии лишь в 20-х годах XX в., успев к тому времени позабыть о своем изобретении, сделанном сорок лет назад.

В 1888-1889 гг. профессор А.Г. Столетов, изучив так называемый "внешний фотоэффект" - способность некоторых металлов под воздействием света испускать электроны, создал фотоэлемент. Достижение Столетова открыло принципиальную возможность непосредственного преобразования световой энергии в электрическую.

Опираясь на это открытие, преподаватель Петербургского технологического института Б.Л. Розинг в 1907 г. предложил (и запатентовал в России и за границей) принцип, который сохранен в действующих и сейчас телевизорах: для преобразования электрических сигналов в светящееся изображение используется катодная электронно-лучевая трубка (созданная англичанином В. Круксом и усовершенствованная немцем Ф. Брауном). Телеэкран сегодня - это не что иное, как дно катодной трубки.

Б.Л. Розинг по справедливости считается во всем мире основоположником электронного телевидения, именно от его работ ведет телевидение свою родословную. Он погиб в ссылке в 1933 г. Говоря о дальнейшей истории телевидения, следует прежде всего назвать ташкентского изобретателя Б.П. Грабовского, в 1925 г. заявившего патент на "аппарат для электрической телескопии", а также С.И. Катаева, П.В. Шмакова и В.К. Зворыкина (Зворыкин в 1919 г. эмигрировал в США, где и осуществил большую часть своих идей, в том числе создание кинескопа и иконоскопа). Об огромном значении работ В. Зворыкина говорит хотя бы тот факт, что первая в Москве станция электронного телевидения была оборудована американской аппаратурой, созданной им вместе с другим выходцем из России Д. Сарновым. Нельзя не вспомнить имена авторов первой в мире системы цветного телевидения русского ученого А.М. Полумордвинова, армянина А.А. Адамяна, американца Ф. Фарнсуорта, англичан К. Свинтона и Л. Бэрда. Каждый из них, как и многие другие, здесь не названные, внес свой вклад в изобретение или совершенствование техники телевидения; усилия этих ученых и инженеров позволили создать материально-техническую базу телевизионного вещания.

Малострочное телевидение (с диском Нипкова) обладало той особенностью, что передачи его велись на длинных и средних радиоволнах, т.е. зона действия телецентра была практически неограниченна - передачи из Москвы принимали и в Петропавловске и в Берлине. Но крохотные размеры экрана должны были такими и оставаться. Если увеличить экран до размера хотя бы 9x12 см, диск должен иметь диаметр в несколько метров. Развитие малострочного телевидения вело в безнадежный тупик. Электронное же телевидение, дающее возможность получить четкое изображение большого размера, имеет другое ограничение - зоны приема. Телевизионное изображение для передачи разлагается на очень большое количество элементов и поэтому требует широкой полосы частот - настолько широкой, что весь длинно - и средневолновый диапазон оказался бы занят телевидением, т.е. стало бы невозможным радиовещание. Поэтому телевизионный сигнал передается на ультракоротких волнах, в диапазоне короче 10 метров; волны этого диапазона распространяются прямолинейно, как световые. Иначе говоря, они не могут огибать выпуклость земного шара, ограничены зоной прямой видимости. При высоте антенны передатчика 120-150 метров зона приема имеет радиус в 40-50 км. Таким образом, покрыть вещанием значительную территорию можно, либо построив большое количество передающих телецентров, либо подняв антенны передатчиков на космическую высоту. На практике используется комбинация того и другого.

Во второй половине 50-х годов в СССР развернулось сооружение телевизионных кабельных линий; первые из них соединили Москву с Калинином и Ленинград с Таллином.14 апреля 1961 г. Москва встречала Юрия Гагарина, и встреча эта передавалась по линии Москва - Ленинград - Таллин и (через 80-километровую морскую гладь) в Хельсинки. К этому времени Финляндия была связана кабельными линиями трансляции с Европой, где густая кабельная сеть существовала с 50-х годов. Таким образом, вся Европа смогла увидеть прямой репортаж о замечательном событии.

Бурное строительство линий наземной трансляции в 60-е годы привело к тому, что Московское телевидение стало действительно центральным - его передачи принимались в столицах и крупных городах всего Союза. Наряду с кабельными линиями быстро росла сеть линий радиорелейной связи, несравненно более дешевой, так как сигнал здесь передается на расстояние по эфиру - от одной небольшой вышки к другой.

Наряду с наземной в 60-х годах стала развиваться спутниковая трансляция. Искусственный спутник Земли "Молния-1" был выведен на околоземную орбиту, а на Земле отраженный спутником сигнал с Московского телецентра принимался цепью приемных станций, оборудованных аппаратурой, автоматически направлявшей параболические антенны в сторону спутника - по мере его движения в космосе. Со временем стал возможным запуск спутника на геоцентрическую орбиту, т.е. такую, когда спутник, двигаясь с той же скоростью, что вращается Земля, неподвижно "висит" над определенной точкой земной поверхности. Такие спутники ("Экран" и "Горизонт") позволили решить проблему преодоления разницы в местном времени между Москвой и территориями к востоку. В 80-е годы с помощью спутников стали передаваться на восток дубли I и II программ Центрального телевидения, со сдвигом во времени. Большинство передач транслируется в записи.

Проблема фиксации на пленке телевизионного изображения возникла еще в 50-е годы. Киносъемка с кинескопа, т.е. с телеэкрана, во-первых, не давала должного качества изображения, а во-вторых, требовала времени для обработки пленки. Выход был найден, когда фирма "Ампекс" (США), называемая так по имени нашего соотечественника Александра Матвеевича Понятова, предложила аппаратуру и технологию записи изображения и звука на ферромагнитную пленку - так называемую видеомагнитную запись (в принципе аналогичную магнитофонной). Видеомагнитофонная запись (ВМЗ) дает возможность воспроизведения на экране предварительно зафиксированного телевизионного изображения. Внедрение этого технического достижения произвело революцию в телевизионном вещании. Широкое использование ВМЗ началось в СССР в 60-е годы.

В заключение несколько слов о телевизионном приемнике (телевизоре). Хотя первые конструкции электронных телевизоров в нашей стране появились еще в конце 30-х годов, реальное, массовое их производство началось в 1950 г. Это был телевизор марки "КВН-49" (по первым буквам фамилий конструкторов - Кенигсон, Варшавский, Николаевский), имевший экран с диагональю в 18 см, при очень четком изображении. На производство первого миллиона советских телевизоров понадобилось восемь лет, на выпуск второго миллиона - полтора года; в 80-е годы миллион телевизоров выпускался за пять-шесть недель. Всего в СССР до 1991 г. было изготовлено примерно 140-160 миллионов телевизоров.

## Экспериментальное вещание 30-40-х годов

30 апреля 1931 г. газета "Правда" сообщила: "Завтра впервые в СССР будет произведена опытная передача телевидения (дальновидения) по радио. С коротковолнового передатчика РВЭИ-1 Всесоюзного электротехнического института (Москва) на волне 56,6 метров будет передаваться изображение живого лица и фотографии". Действительно, 1 мая 1931 г. в эфир переданы сигналы, несущие изображения сотрудников лаборатории и фотопортреты, но без звукового сопровождения, "немые".

После первых успешных опытов было принято решение начать регулярное вещание. Из здания Всесоюзного электротехнического института передатчик перевезли в дом № 7 по Никольской улице (в помещение Московского радиоузла), и 1 октября 1931 г. начались регулярные звуковые передачи в средневолновом диапазоне.

Вскоре в Москву стали поступать сообщения о том, что передачи изображения со звуком принимались радиолюбителями в Томске, Нижнем Новгороде, Одессе, Смоленске, Ленинграде, Киеве, Харькове. Журнал "Говорит Москва" с гордостью сообщал, что в столице работают более трех десятков телевизоров - самодельных, собранных радиолюбителями.

Примерно в то же время, что и в Москве, начались передачи "механического" телевидения и в Ленинграде, чуть позже - в Одессе. Москва вела передачи 12 раз в месяц по 60 минут, Ленинград и Одесса - нерегулярно.

Телецентр на Никольской занимал четыре небольшие комнаты, одной из которых был павильон. Телепередача шла по двум каналам: для изображения и для звука. Так как не у всех зрителей был второй приемник (для звука), на экранах время от времени давались пояснительные надписи (как в "немом" кино), занимавшие весь кадр. Надписи делались на бумажной ленте, которая в процессе передачи перематывалась с одной катушки на другую. Дисковый передатчик (он же - камера) стоял в аппаратной, отделенной от павильона застекленным окном. Из-за малых размеров экрана передача велась почти исключительно на крупных планах. Второй передатчик служил для показа кинофильмов.

1 мая 1932 г. по телевидению был показан небольшой фильм, снятый утром этого дня на Пушкинской площади, на Тверской и на Красной площади. Интересно отметить, что фильм был звуковой: были записаны (на кинопленку) голоса дикторов, которые вели в это утро радиопередачу о празднике. В октябре 1932 г. телевидение показало фильм об открытии Днепрогэса: разумеется, показ состоялся лишь через несколько дней после события.

Малострочное телевидение, в силу ограниченности аудитории, не было способно выполнять серьезные общественные функции; единственная его функция состояла в распространении в обществе идеи возможности видеть на расстоянии. И надо сказать, что идея эта распространялась достаточно успешно, стимулируя процесс совершенствования техники телевидения. Кроме того, и это не менее важно, малострочное телевидение дало возможность начать поиск творческих путей, по которым в дальнейшем двинулось телевидение электронное. Именно в те далекие годы творческие работники приобрели первые крупицы опыта, послужившего основой для "настоящего" телевидения.

В декабре 1933 г. передачи "механического" телевидения в Москве были прекращены, более перспективным было признано электронное телевидение. Однако вскоре выяснилось, что прекращение передач преждевременно, ибо промышленность еще не освоила новую электронную аппаратуру. Поэтому 11 февраля 1934 г. передачи возобновились. Более того, был создан отдел телевидения Всесоюзного радиокомитета, который и вел эти передачи. (Окончательно передачи "механического" телевидения прекратились 1 апреля 1941 г., когда уже работал Московский телецентр на Шаболовке)

Первая передача малострочного телевидения из Москвы - уже не экспериментального, а регулярного - состоялась 15 ноября 1934 г. Длилась она 25 минут и представляла собой эстрадный концерт. Основой малострочной телевизионной программы были эстрада и фрагменты театральных (по преимуществу балетных и оперных) спектаклей. Но нужно отметить, что в программу включались и передачи на общественно-политические темы: выступления наркомов, передовиков производства, знаменитых летчиков, писателей.

В Ленинграде регулярное телевизионное вещание началось летом 1938 г. В тот начальный период важно было определить направление развития телевидения. Для людей, пришедших главным образом из театра и радио, телевидение было чем-то совершенно новым, неизведанным и загадочным. Но они уже тогда увидели в нем не аттракцион и не только средство развлечения, но и агитатора, культпросветчика. Об этом говорят программы передач тех лет.10 февраля 1939 г. Ленинградская студия показала свой первый драматический спектакль - драму Р. Сандера "Тайна" об Испанской Республике и ее бойцах.

Немало внимания уделяли в Ленинграде поискам форм эстрадных представлений. Для праздничного концерта 1939 г. был написан стихотворный конферанс. В нем отразилось то восторженное удивление, которое вызывало тогда "видение по радио":

"Итак, я диктор!

Сердце в дрожи

И бьется, точно стрекоза...

И у меня, как видишь, тоже

Есть руки, ноги и глаза...

Но мне - неловко, мне тревожно,

Сюда глядят со всех сторон...

Ах, в телецентре невозможно

Себя укрыть за микрофон!"

Опытный ленинградский телецентр готовил не только собственные передачи, но обращался и к спектаклям театров. Правда, перенося их в павильон, приходилось заново писать декорации, изменять мизансцены - словом, создавать свой телевариант. Детское вещание началось в январе 1939 г. передачей "С новым годом". В 1940 г. дети увидели новогодний спектакль "Зайкин дом". С июля 1939 г. начала выходить еженедельная фотогазета. Фотографии, сопровождавшиеся закадровым дикторским текстом, рассказывали о важнейших событиях прошедшей недели.9 марта 1941 г. в эфире появился ежемесячный тележурнал "По Ленинграду". Его часовая программа состояла из передовой, фотогазеты и выступлений. Всего вышли четыре номера журнала (последний - 15 июня 1941 г). Обратимся теперь к предвоенным программам Московского телевизионного центра на Шаболовке.25 марта 1938 г. новый телецентр провел первую электронную телевизионную передачу, показав кинофильм "Великий гражданин", а 4 апреля 1938 г. в эфир вышла первая студийная программа. Экспериментальные передачи из нового телецентра длились почти год. Регулярное вещание началось 10 марта 1939 г., в дни работы XVIII съезда ВКП (б), показом снятого "Союзкинохроникой" по заказу телевидения фильма об открытии съезда. Передачи велись пять раз в неделю. Каждый вечер демонстрировались театральный спектакль и кинофильм. Иногда этому предшествовало выступление артиста, писателя, ученого.

Первая большая общественно-политическая передача состоялась 11 ноября 1939 г.; она была посвящена 20-летию Первой Конной армии. Летом 1940 г. в программах стали появляться информационные сообщения, которые читал (в кадре) диктор радио. Как правило, это были повторения радиовыпусков "Последних известий". В этот же период начал выходить в эфир, правда, нерегулярно, телевизионный журнал "Советское искусство", который представлял собой монтаж материалов кинохроники. Продолжались короткие выступления перед телекамерой видных общественных деятелей и ученых.

Размеры павильона Московского телецентра давали возможность показывать театральные спектакли без существенных изменений, используя театральные декорации, а не заменяя их нарисованными на холсте или на бумаге шкафами, окнами и т.п., как это приходилось делать в Ленинграде. Парадоксальный факт: худшие условия творчества в Ленинграде стимулировали поиск специфически телевизионных форм вещания в гораздо большей степени, нежели богатейшая по тем временам техника Московского телецентра.

Работники Ленинградского телевидения, ограниченные в творческих возможностях техническими условиями вещания, довели внутрикадровый монтаж до совершенства, виртуозно используя свою единственную камеру. Именно в Ленинграде родился прием введения рассказчика в драматическое телевизионное повествование, а возник он именно из-за малой площади студийного павильона, которая делала невозможным показ "в лицах" всего сюжета. .

Программы МТЦ в предвоенные годы состояли преимущественно из концертов и театральных спектаклей, а также кинофильмов.

Программы Ленинградского и Московского телевидения в предвоенные годы носили, как видим, экспериментальный характер. И хотя основу вещания составляли кинофильмы, произведения театра и эстрады, а тележурналистика начала свое развитие, двигаясь по путям радиожурналистики, происходившие в этот период поиски собственно телевизионных форм и средств выражения оказались важными и плодотворными для всего дальнейшего процесса становления отечественного телевидения.

## 50-е годы: на телевидение пришли журналисты

Первые послевоенные годы (1945-1948) не принесли в телевизионное вещание ничего принципиально нового по сравнению с предвоенными. Программы Московского телецентра, возобновленные 15 декабря 1945 г., велись в том же духе, что и до перерыва, вызванного войной. Ленинградский телецентр смог возобновить вещание 18 августа 1948 г. Передачи велись сначала два раза в неделю по два часа, с 1949 г. - три раза в неделю, а с 1950 - через день. И лишь с октября 1956 г. телевизионное вещание в Ленинграде стало ежедневным; московское телевидение перешло на вещание без выходных дней в январе 1955 г.

Московский телецентр с октября 1948 г. и до июня 1949 г. не работал: он был остановлен для реконструкции и переоборудования новой, отечественной аппаратурой. В Ленинграде с мая 1948 г. начала действовать в экспериментальном порядке передвижная телевизионная станция (ПТС); ее обслуживали инженеры завода-изготовителя. Они и провели первый в нашей стране внестудийный телерепортаж - показ первомайского парада и демонстрации на Дворцовой площади. Это были, в сущности, заводские испытания, показ без текстового комментария. Лишь в 1950 г. ПТС была передана в эксплуатацию Ленинградскому телецентру.

Московский телецентр получил передвижную станцию в июне 1949 г. Появление ПТС в советском телевидении означало нечто гораздо большее, чем очередное техническое усовершенствование - возникла возможность принципиального видоизменения телевизионных программ.

С первых же дней существования телевидения было понятно, что способность передавать на расстояние звукозрительный образ события есть его специфическое качество. Однако заложенная в физической природе телевидения одномоментность действия и просмотра использовалась до 1949 г. почти исключительно для показа театральных спектаклей и концертов из студии и кинофильмов. Эти последние, как известно, представляют собой зафиксированное на пленке изображение действий, происходивших перед кинокамерой в прошлом; с просмотром одномоментен лишь самый процесс демонстрации фильма, но не зафиксированное событие. Любой объект передачи непременно должен был находиться в пространстве, ограниченном стенами студии. (Так, в декабре 1940 г. пришлось привозить на студию драгоценнейшие картины из Музея изобразительных искусств им. Пушкина)

Первая (не считая технических экспериментов) внестудийная телевизионная передача в Москве - репортаж о футбольном матче на стадионе "Динамо" - состоялась лишь в 1949 г. Возможность ведения передач с помощью ПТС весьма существенно повлияла на содержание телевизионных программ в целом, сделав телезрителя очевидцем событий, происходивших на стадионах, в концертных и театральных залах.

Возникает законный вопрос: кто же был первым телевизионным репортером? Репортером была камера.

Дело в том, что в рассматриваемый период существовали только два вида репортажа: не комментированная трансляция (митинга, торжественного собрания, концерта, спектакля) и спортивный репортаж, комментируемый из-за кадра. Однако и в последнем случае телевидение не имело своего репортера - комментарий был тем же, который передавался для радиослушателей.

ПТС включила в сферу деятельности Московского телевидения театральные и концертные залы. Внестудийные передачи очень быстро, за несколько месяцев, заняли в программах видное место. Ощутимо обогатив вещание, они сыграли важную роль в развитии публицистического телевизионного репортажа. Режиссеры и операторы, используя ПТС, оказывались в непривычных условиях, когда творческий процесс протекал во многом импровизационно. Предварительно отрепетированный показ из студии адаптированных для телевидения театральных спектаклей такого опыта, разумеется, не давал. Для зарождающегося жанра телерепортажа новый опыт имел значение чрезвычайное.

Первые попытки ведения публицистического телерепортажа были предприняты в 1952-1953 гг. Передачи из Центрального Дома работников искусств и с промышленных выставок, развернутых тогда в Центральном парке культуры и отдыха, можно считать началом освоения телевидением достижений репортажного радиовещания и кинематографа. Репортаж на киноэкране был уже жанром вполне определившимся; в частности, было ясно, что дикторский текст-комментарий должен составлять единое целое с изображением - не дублировать его, но дополнять, обогащать. Исходя из этого, литературные работники телевидения стали готовить текст комментария, который во время передачи читал за кадром диктор. Конечно, тот факт, что читался текст, написанный заранее, не мог не отразиться на телерепортаже. Если для киноэкрана с его тщательно отобранным, отмонтированным изображением отход от разговорности, "устности" в комментарии - вовсе не порок, то для телеэкрана, показывающего событие в момент его свершения, необходима живая речь, необходимо слово, творимое импровизационно.

Жизнь настоятельно требовала новых форм и жанров вещания: аудитория телевидения стремительно росла, становясь, все более массовой.

22 марта 1951 г. Постановлением Совета Министров СССР была создана (в составе Всесоюзного комитета по радиоинформации) Центральная студия телевидения, впоследствии превратившаяся в Центральное телевидение СССР. Упомянутое постановление предусматривало: все фильмы, поступавшие в кинопрокатную сеть, должны были быть показаны по телевидению не позднее, чем через десять дней после премьеры; все театральные спектакли - не позднее, чем через месяц после премьеры, а показ концертов вообще не ограничивался. Кинопрокат не получал за предоставление фильмов для демонстрации по телевидению никакого материального возмещения; точно так же театр и филармония не получали никакой оплаты за трансляцию спектакля или концерта по телевидению из своего помещения, если трансляция велась во время представления, при заполненном зрителями зале. Показ театрального спектакля или концерта из павильона телевидения оплачивался актерским гонораром.

Структура ЦСТ предусматривала следующие подразделения: редакция литературно-драматического вещания, редакция музыкального вещания, редакция детского вещания и, наконец, общественно-политическая редакция. Впоследствии (в 1954 г) были созданы киноредакция, редакции научно-популярных, промышленных, сельскохозяйственных и спортивных передач.

В новые редакции в 1954 г. пришли работать - впервые в практике телевидения - журналисты. Они принесли в телевидение опыт прессы и радиовещания. Решить задачу превращения телевидения в средство массовой информации можно было, только опираясь на принципы и традиции журналистики.

Процесс становления тележурналистики выразился в попытках создать специфическими телевизионными средствами информационно-публицистические и художественно-публицистические произведения в жанрах прессы и радиовещания (прежде всего репортажа и интервью, а затем и комментария, корреспонденции, очерка) в апробированных прессой и радиовещанием формах (журнала, обозрения, выпуска новостей и т.п.). Телевизионным журналистам предстояло овладеть всем арсеналом выразительных средств телевидения, в то время еще не познанным; нужно было научиться отражать действительность не с помощью одного только слова, но - в звукозрительных образах.

До 1954 г. не существовало продуманного плана публицистических передач, они включались в программы от случая к случаю: открытие памятника Горькому; выступление учащихся школы фехтования; рассказ о Центральном Доме работников искусств и т.п. Не предпринималось даже попыток разделить публицистические программы по жанровым признакам: любая из них называлась аморфно, неопределенно: "тематическая передача".

В 1954 г. объем общественно-политического вещания составлял менее 10 процентов всех программ. (Заметим, что в 1960 г. объем общественно-политического вещания, включая документальные фильмы, достиг 35 процентов, а в 1984 г. - 53 процентов общего объема программ)

Ленинградская студия телевидения была образована 26 января 1952 г. (До этого передачи вел телецентр - организация сугубо техническая). Но общественно-политические передачи начались лишь в 1953 г.: как и в Москве, это были по преимуществу репортажи (с выставок, торжественных собраний и митингов, из Высшего мореходного училища, из Публичной библиотеки им. Салтыкова-Щедрина и т.п.).

Общие с радиовещанием организационные рамки позволили распространить на телевидение, хотя поначалу и ограниченно, информационные задачи, уже давно решаемые радиожурналистикой. Время приступить к решению этих задач настало: телевидение становилось массовым.225 тысяч телевизоров в 1954 г. собирали более миллиона зрителей. Производство телевизоров и строительство телецентров были включены в государственный народнохозяйственный план.

В ноябре 1954 г. по столичному телевидению был передан очерк известного журналиста Е. Рябчикова. Он рассказывал о только что начавшемся строительстве каскада электростанций на Ангаре. Передача представляла собой монтаж кинокадров, макетов, схем, показ которых был объединен выступлением ведущего перед камерой и его же закадровым комментарием. Так впервые в телевизионный кадр вошел автор; журналист стал видимым человеком, обрел качество, принципиально отличающее тележурналиста от его коллег в прессе и на радио.

Затем, в январе 1955 г. последовал репортаж из Дворца тяжелой атлетики на Цветном бульваре; содержанием репортажа был рассказ о работе секций дворца, о тренерах и спортсменах, об их учебе и спортивных успехах. Следует отметить скромный с сегодняшней точки зрения, но тогда весьма значительный факт: репортер вел передачу по краткому сценарному плану, не имея предварительно написанного текста. Это позволило ему по форме приблизить свой комментарий к устной речи.

В феврале 1955 г. состоялся репортаж с промышленного предприятия, первый в истории нашего телевидения (его вел Ю. Фокин с кондитерской фабрики "Красный Октябрь"). Техников пришлось буквально шоколадкой заманивать на объекты. Предполагалось, что шумы, вспышки света и тому подобные помехи, неизбежные в цехе любого завода, приведут к браку в передаче. Этого, однако, не произошло, и препоны технического характера, стоявшие на пути развития жанра репортажа в телевидении, были не то чтобы устранены, но оказались попросту мнимыми. Так перед тележурналистами открылась возможность проникнуть в цеха заводов, в лаборатории и конструкторские бюро. Разумеется, потребовалось время для освоения телевизионной публицистикой новой для нее тематики.

В июле 1955 г. состоялся еще один телерепортаж, о котором нельзя не упомянуть. Длился он всего полчаса, шел среди дня, не был заранее объявлен в программе, почему и не собрал большой аудитории. Но значение его в истории нашей тележурналистики весьма существенно. Речь идет о репортаже с Центрального аэродрома Москвы о встрече президента Демократической Республики Вьетнам Хо Ши Мина. Тогда впервые была продемонстрирована возможность показа по телевидению события, развитие которого (во времени и в пространстве) заранее не предопределено. Ни репортеру, ни режиссеру, ни операторам не был известен порядок церемонии. Репортаж этот на практике, показал, что столь необходимые тележурналистике импровизированные оперативные передачи, в которых ход событий не предусмотрен заранее, могут и должны войти в повседневную практику вещания.

1 мая 1956 г. был впервые проведен телевизионный репортаж о параде и демонстрации на Красной площади. Однако окончательно и бесповоротно оперативный событийный репортаж завоевал права гражданства в советском телевидении в дни VI Всемирного фестиваля молодежи и студентов, проходившего в Москве с 28 июля по 11 августа 1957 г.

Следует отметить, что в начале 1957 г. именно в предвидении фестиваля (но не только по этой причине) правительство приняло решение о выведении радио и телевидения из системы Министерства культуры. Был создан Комитет по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР (впервые слово "телевидение" оказалось в названии правительственного ведомства).

Показ по телевидению VI Всемирного фестиваля молодежи стал первоочередной задачей, которую предстояло решить новому Комитету. Для того были созданы новые редакции (в частности, фестивальная редакция позднее ставшая Главной редакцией программ для молодежи ЦТ и редакция "Последних известий", впоследствии - Главная редакция информации ЦТ, ныне - Информационное телевизионное агентство - ИТА); а также кинопроизводство со штатом кинооператоров и режиссеров, монтажные, транспортная база.

В дни фестиваля вещание велось по двум каналам, по 20-25 часов в сутки, из десятков точек. За две недели в эфир прошло несколько сотен передач. Лучшие из них запомнились зрителям как вдохновенная импровизация, как волнующее зрелище. Телерепортеры стали полноправными участниками фестивальных событий. Телевидение доказало свою способность участвовать в решении серьезных творческих задач. Впервые в нашей стране оно проявило себя как средство наиболее оперативного и полного сообщения о крупном, длительном событии большой важности.

Замечено, что история журналистики - это в большой мере история становления и совершенствования жанра репортажа (в определенном смысле репортаж служит ее стержнем), по отношению к телевизионной журналистике это справедливо вдвойне. В конце 50-х годов телевидение стало все шире пользоваться репортажем не только как жанром, но и как методом отражения действительности, позволяющим наиболее полно использовать специфические качества языка телеэкрана, языка движущихся изображений, сочетаемых со звуком.

Сообщение о событии, полученное, распространенное и воспринятое по каналу телевидения, существенно отличается от сообщения о том же событии, полученном с помощью другого средства информации. Телевидение способно передать "факт в форме самого факта", в этом одна из причин силы воздействия и популярности экранных средств выражения.

Рост аудитории телевидения вызвал с середины 50-х годов потребность дифференциации программ по интересам различных социально-демографических групп зрителей. Появились программы для детей, для молодежи; с расширением зоны приема ЦСТ - программы для работников сельского хозяйства. Увеличение объема вещания позволило начать ведение учебных программ (первой из них был учебный кинокурс "Автомобиль" в январе - мае 1955 г), программы для воинов, для женщин, для родителей и т.д.

Стремление удовлетворить запросы различных слоев населения и вместе с тем стабилизировать аудиторию привело к развитию форм вещания, новых для телевидения, но традиционных для прессы и радио: возникла и быстро окрепла телевизионная периодика. Так, в 1954-1958 гг. в программах ЦСТ прочно заняли место телевизионные журналы "Юный пионер", "Искусство", "Знание" и др.

Все студии телевидения, открывавшиеся во 2-й пол.50-х годов[http://evartist.narod.ru/text6/27.htm - \_ftn1](http://evartist.narod.ru/text6/27.htm" \l "_ftn1" \o "), включали в свои программы не менее двух-трех ежемесячных журналов. Это были общественно-политические, научно-популярные, детские и молодежные передачи, построенные на местном материале.

Названия их либо совпадали с названиями журналов ЦСТ ("Искусство", "Юный пионер", "Для вас, женщины"), либо незначительно варьировались.

Очерк истории советского телевидения 50-х годов был бы неполон, если бы мы не коснулись подробнее двух важнейших видов вещания: телевизионного кинематографа, возникшего именно в это время, и службы информации. Образованная в ноябре 1956 г. редакция "Последних известий" ЦСТ (в составе всего трех человек) первоначально занималась лишь простым повторением в дикторском чтении выпусков "Последних известий" радио. Поскольку выпуски эти шли по телевидению не каждый день, да еще и в неопределенное время (в конце вещательного дня), они не имели сколько-нибудь стабильной аудитории.

К 1957 г. возникающее на ЦСТ кинопроизводство позволило включать в выпуск телевизионных "Последних известий" по два-четыре киносюжета, снятых кинооператором студии, и несколько сюжетов, "вырезанных" из периферийных журналов кинохроники. Оперативность такой информации оставляла желать много лучшего. Не спасала дела и установившаяся еще в 1952 г. практика показа по субботам свежего номера киножурнала "Новости дня" (производство ЦСДФ) из-за неоперативности большинства его материалов.

С июля 1957 г. телевизионные "Последние известия" стали передавать два раза в день - в 19 часов и в конце программы; второй выпуск "Последних известий" повторялся на другой день в конце дневных передач (в 14-16 часов), с некоторыми добавлениями. Одиннадцать съемочных групп ежедневно выезжали на съемки. Кроме того, привлекались и внештатные авторы-операторы. Каждый сюжет длился 2-3 минуты, но нередко доходил до 4-5 минут и более. В смысле внешней формы телевизионные "Последние известия" стали равняться только на кинохронику, что привело к отказу от чтения диктором информации в выпусках новостей. Это, конечно, ограничивало тематику выпусков и отрицательно сказывалось на их оперативности; понадобилось время для того, чтобы содержание и форма телеинформации пришли в соответствие. Пока же, к концу 50-х годов, информативная ценность "Последних известий" иногда повышалась путем включения в них "живых" сюжетов. К примеру, еще до возвращения советских спортсменов с зарубежного матча телезрителям показали пленку, присланную в Москву по просьбе ЦСТ. А на другой день победители соревнований через час после приземления самолета в Москве рассказали в студии "Последних известий" о своих впечатлениях от поездки.

Вскоре стало ясно, что, не прибегая к форме устных сообщений, невозможно дать телезрителю достаточно полную и вместе с тем оперативную информацию о важных событиях. И с января 1958 г. в "Последние известия" вновь стали включать выпуск радионовостей (правда, сокращенный до 5 минут) в дикторском чтении, открывая им программу.

Местные студии, следуя примеру Центральной, также начали с конца 50-х годов развивать у себя службу информации. Так, в Ленинграде первый выпуск "Последних известий" по телевидению прошел в эфир 1 сентября 1957 г. Ленинградские "Последние известия" выходили сначала по понедельникам, средам и пятницам, а с 7 мая 1959 г. выпуски становятся ежедневными (по 8-10 минут, в конце передач). Когда позднее, в 1961 г. ленинградцы получили возможность смотреть программу из Москвы, редакции "Последних известий" пришлось в корне перестраивать работу. Вся собственная информация должна была рассказывать теперь только о жизни города и области, так как союзная и международная информация шла по московской программе. Неразвитость кинопроизводства заставляла широко применять фотографию, дикторское чтение, выступления в кадре.

Процесс становления телевизионной информации проходил однотипно на всех местных студиях. Со временем определилось соотношение местной и центральной телеинформации: студии сообщали новости регионального значения, комментировали общесоюзные новости и давали в программы Москвы информацию о событиях в жизни своего района, представляющих интерес для всей страны.

Первые шаги в создании фильмов, предназначенных для показа по телевидению, были продиктованы отнюдь не высокими идеологическими или эстетическими соображениями, но простым стремлением преодолеть организационно-технические трудности "живого" вещания, прежде всего в области художественных программ. Производство первых телефильмов (возникновение термина "телефильм" относится лишь к середине 50-х годов) началось со съемки в 1951 г. кинокартины, в которой был "сфотографирован" спектакль Малого театра "Правда хорошо, а счастье лучше" (киностудия им. Горького, по заказу ЦСТ). Первый фильм-спектакль, в сущности, имитировал трансляцию из театра: действие шло на сцене, камера стояла в зале. Разница в том, что зал был пуст, а камера была одна, а не три, как при использовании ПТС: съемка велась кинематографическим способом, т.е. с дублями и последующим монтажом кадров.

Фильм получился не хуже, а даже лучше обычной внестудийной передачи (не было брака ни по изображению, ни по звуку) и обладал еще одним, огромным преимуществом перед ней: показанный поздним вечером 31 декабря 1951 г., он освободил работников ЦСТ от обременительных хлопот в канун праздника. Программа этого вечера была составлена как всегда: концерт, киножурнал, художественный фильм и театральный спектакль. Для большей убедительности между актами спектакля на экране был показан снятый на пленку занавес Малого театра. Телезрители даже не заметили подмены "живой" передачи заранее фиксированной и благодарили работников телевидения и артистов Малого театра за хороший предновогодний вечер. Успех первого опыта был развит: киностудии страны стали систематически получать заказы на съемки фильмов-спектаклей для телевидения. К концу 50-х годов по заказам телевидения было снято около ста фильмов-спектаклей.

Как сказано выше, непременной составной частью телевизионной программы были эстрадные концерты. Чтобы уменьшить трудности формирования их в "живом" исполнении, Центральная студия телевидения приобрела в 1952 г. кинокамеру для синхронной съемки, договорилась с Мосфильмом о проявке, печати и монтаже пленки (ни лаборатории, ни монтажной на ЦСТ тогда не было), пригласила опытного кинооператора и - началось собственное кинопроизводство. Снимали по ночам, когда пустовал павильон. Так были отсняты концертные номера лучших исполнителей всех жанров: Д. Ойстраха, С. Кочаряна, Л. Утесова, М. Плисецкой и др. Это было, в сущности, продолжением практики радиовещания, уже с первых опытов записи звука создавшего свою фонотеку, из которой постоянно формируются музыкальные программы радио.

Съемки концертных номеров велись в привычных телезрителям декорациях, чтобы успешнее имитировать прямую телепередачу. Это давало возможность включать номера на пленке в "живую" программу, а впоследствии, по мере роста фонда, показывать целые концерты в записи, объединяя отдельные выступления с помощью диктора в студии - совершенно так, как это происходит на радио.

Разумеется, художественные достоинства съемки концертных номеров, если оценивать их, исходя из современных критериев, были невелики. Однако съемки эти не только сослужили в свое время добрую службу программам телевидения, но и, что особенно важно, стали отправной точкой развития всего советского телекино, как художественного, так и документального.

## 60-е годы: становление телепублицистики

Два важнейших жанра информационной публицистики - репортаж и интервью - на первых порах могли успешно существовать и даже развиваться в рамках "живой" передачи. Во второй половине 50-х годов эти жанры занимают в программах место, достаточное для того, чтобы посредством интервью и репортажа, сочетаемых с заметкой ("сюжетом") в бюллетене новостей, телевидение начало выполнять свою информационную функцию, столь важную в наши дни.

В жанрах художественной публицистики условия решения задачи гораздо сложнее. Роль очерка в системе средств массовой информации определяется спецификой жанра: фактического, документального по материалу и вместе с тем художественного по средствам выражения. Стремясь к созданию художественно-публицистического образа, отражающего факты реальной действительности (а без этого нет очерка), "живое" телевидение не могло в полной мере оперировать выразительными средствами экрана. Публицистике вообще свойственна ситуативность, а без действующих лиц не может быть ситуации, как и лиц определенной социальной значимости - вне ситуации. Но если "живое" телевидение и способно показать на экране ситуацию, в которой проявляется и выявляется характер человека, то произойти это может лишь при редком стечении обстоятельств. Ситуация должна предстать перед объективами телекамер, и именно во время передачи, да еще и в определенной сюжетно-хронологической последовательности всех ее частей. Стремясь развернуть жизненную ситуацию во время передачи, тележурналисты часто шли по неверному пути инсценирования, "разыгрывания" действительности. Так и появился на телеэкране пресловутый рояль, "случайно" оказавшийся "вот здесь, в кустах", который столько лет кормил эстрадных остряков и подрывал доверие телезрителя к происходящему во время "живой" передачи.

Проблема инсценирования действительности исключительно остра в "живом" телевидении. Весь вопрос, однако, в том, какие именно элементы передачи и с какой целью подготавливаются заранее. Опираясь на идеи Вертова, стремясь не только запечатлеть, зафиксировать внешний облик событий, но и проникнуть во внутренний мир личности, в эмоциональную сферу человека, тележурналисты разработали так называемый "метод провокации" (он получил распространение и при создании фильмов). Суть его сводится к тому, что человека ставят в искусственно созданную ситуацию, чтобы стимулировать его переживания или поступки. (Нельзя не согласиться с мнением тех, кто считает неудачным термин "провокация"; С. Дробашенко предлагает другой - "форсирование жизненной вероятности". Этот термин гораздо более точно выражает суть метода, так как предполагает определенное этическое ограничение действий экранного публициста)

Мы можем найти множество примеров, как "живое" телевидение создавало и использовало ситуации, основанные, как правило, на неожиданности встречи двух человек в студии во время прямой передачи.

Здесь нужно подчеркнуть, что в программах "живого" телевидения единство времени и места ограничивает возможности отображения действительности, ограничивает и жанровый диапазон вещания. Опираясь только на "живую" передачу, не прибегая к фиксации и последующему монтажу отснятого материала, телевидение не могло бы в полной мере освоить жанр очерка. Между тем жанр этот составляет (наряду с репортажем) ядро всей публицистики - такова традиция нашей культуры, идущая от Радищева и Герцена, от Щедрина и Успенского, от Горького и Кольцова.

Советская кинопублицистика не могла, естественно, не обратиться к жанру очерка уже на начальном этапе своего развития. Многие из работ Д. Вертова, фильмы Э. Шуб, "Турксиб" В. Турина, "Соль Сванетии" М. Калатозова - все это очерки, "написанные" на языке киноэкрана, но структурно и функционально вполне подобные очеркам литературным.

Как жанр экранной публицистики, созданный и развитый кинематографом, очерк не мог не перейти с киноэкрана на телевизионный экран.

Но для этого ему необходимо было преодолеть пространственно-временную ограниченность "живой" телепередачи.

Впервые слово "телефильм" было произнесено, когда Мосфильм начал снимать для демонстрации по телевидению наряду с фильмами-спектаклями кинокартины по оригинальным сценариям. Их, в отличие от остальной продукции киностудии (кинофильмов), и стали называть телефильмами. Регулярное их производство началось в 60-е годы, со времени создания творческого объединения "Телефильм". Вслед за игровыми появились и документальные телефильмы. Большинство их по жанру относилось (и до сих пор относится) к очеркам.

Возросшее значение телевидения в общественной жизни и перспективы его роста и совершенствования обозначены в постановлении ЦК КПСС от 29 января 1960 года "О дальнейшем развитии советского телевидения". Этим постановлением был форсирован процесс развития телевидения, процесс раскрытия его возможностей. В те годы советское телевидение на деле было именно тем, чем провозглашалось: "важным средством коммунистического воспитания народных масс в духе марксистско-ленинской идейности и морали, непримиримости к буржуазной идеологии". Постановление отметило, что телевидение открывает новые возможности для повседневного политического, культурного и эстетического просвещения населения, в том числе и тех его слоев, которые менее всего охвачены массово-политической работой. ЦК партии обратил особое внимание на то, что телевидение становится одним из главных источников информации населения о событиях в стране и за границей, о достижениях промышленности, сельского хозяйства, науки, техники, искусства, литературы, спорта. Телевидение, как и вся журналистика, служило партийной пропаганде, а, следовательно, интересы партийного руководства ставились выше интересов народа. В своей повседневной деятельности работники телевидения ориентировались на указания ЦК КПСС, поэтому роль постановления 1960 г. оказалась весьма заметной. Так, ЦК предложил ввести в практику регулярные выступления по телевидению передовых людей промышленности и сельского хозяйства, министров, руководителей партийных, советских и общественных организаций, деятелей науки, литературы, искусства. С тех пор приглашение этих людей к телекамерам перестало быть проблемой для журналистов. Всем студиям телевидения было предложено обеспечить передачи программ для детей в объеме не менее одного часа в день; пропаганда физкультуры и спорта, показ различных спортивных соревнований должны были занять в программах важное место.

Исходя из того, что дальнейшее развитие телевидения требует съемки программ на кинопленку или записи их на магнитную ленту, ЦК КПСС обязал промышленность обеспечить студии телевидения соответствующей аппаратурой. Госкомитету по радиовещанию и телевидению было поручено создать для производства телевизионных фильмов свою киностудию. Постановление предусматривало создание вторых каналов телевидения в союзных и автономных республиках, а также введение дневного вешания. ЦК КПСС обязал центральную и местную печать регулярно формировать читателей о работе телевидения, публиковать рецензии на телевизионные передачи, т.е. развивать телевизионную критику.

В 60-е годы материально-техническая база телеинформации укрепляется: редакции оборудуются телетайпами (ТАСС и иностранных агентств), растет сеть собственных корреспондентов-кинооператоров, кинопроизводство оснащается новой съемочной, лабораторной и осветительной техникой. Телевизионная служба новостей стала успешно конкурировать с выпусками кинохроники - в смысле актуальности, и в смысле представительности экранной информации.

Развитие внутрисоюзной трансляционной сети (кабельных и радиорелейных линий телевизионной связи) позволило службе новостей ЦСТ к середине 60-х годов сделать информацию еще более широкой и оперативной: в выпуски все больше и чаще стали включать материалы местных студий телевидения.

Таким образом руководство страны компенсировало серьезные просчеты, допущенные при создании материально-технической базы телевидения. Ранее в 50-е годы, в период бурного роста телевидения, строительством и оборудованием новых телецентров и ретрансляционных линий руководили сами связисты, т.е. технические специалисты, не думавшие о социальных функциях нового средства коммуникации. И возникали телецентры без производственных цехов, без кинолабораторий, без аппаратуры для фиксации программ; известны случаи, когда в эксплуатацию сдавались телецентры с павильоном в 20-30 кв. м (для показа двух-трех человек), имевшие один телекинопроектор, так что фильмы шли в эфир с перерывами между частями. При создании программ работники таких студий сталкивались с непреодолимыми трудностями. Дело в том, что студия телевидения, какую бы территорию она ни обслуживала - небольшой район или целую республику, для полноценного выполнения социальных задач должна располагать полным комплектом аппаратуры, с помощью которой создается программа. Разумеется, если предположить, что студия будет передавать в эфир только кинофильмы, то можно ограничить ее оборудование кинопроекцией и камерой для показа диктора, говорящего "Добрый вечер, дорогие телезрители". Если же перед студией ставятся задачи, общие для всего телевидения, - информационно-познавательные и социально-педагогические, то решить их она может, лишь создавая собственные телевизионные программы, а не выступая в качестве кинопрокатного предприятия.

Образование Государственного комитета по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР открыло возможность, не нанося ущерба инженерному управлению техникой, способствовать более правильному ее использованию в целях совершенствования программ. Постепенно, начиная с 1961 г., телецентры страны вместе с персоналом стали переходить в ведение этого Комитета; в ведении Министерства связи остались только передатчики и ретрансляторы.

Развитие телевидения во второй половине 50-х годов, как уже отмечалось, носило "взрывной" характер. Число штатных работников телевидения увеличилось с 402 до 8295 (в 1965 г. их было уже 17813). Столь бурный численный рост кадров телевидения привел к тому, что профессиональный уровень творческих работников в массе был невысок, особенно на местных студиях. Положение усугублялось разобщенностью студий, строительство трансляционных линий отставало от строительства программных телецентров. Тысячи людей, пришедших работать на телевидение, должны были овладеть новыми профессиями - новыми не только для них, но новыми в принципе. Учеба шла прямо в эфире, в полном смысле слова на глазах у зрителей.

До 1960 г. штатное расписание студий предусматривало только одну категорию литературных работников - редакторов. В отличие от газет и журналов, радиовещания, телеграфных агентств, советское телевидение не имело штатных комментаторов, обозревателей, корреспондентов; не было в числе штатных работников телевидения и сценаристов. Вся литературная работа, в том числе и репортерская, выполнялась редакторами, во многих случаях не имевшими ни опыта, ни специального журналистского образования (это были педагоги, историки, агрономы, юристы и т.п.), и внештатными авторами. Такое положение, конечно, препятствовало совершенствованию программ, прежде всего публицистических.

Когда ЦК КПСС обратил свое внимание на этот недостаток (все в том же постановлении 1960 г), партийные органы на местах стали направлять на телестудии опытных журналистов газет и радио. Первая в стране кафедра радиовещания и телевидения была создана в 1958 г. на факультете журналистики Московского университета, но ее выпускников было явно недостаточно для комплектования штатов новых телестудий.60-е годы для телевидения - этап серьезного расширения публицистического вещания. Началось широкое использование постоянных рубрик (разделов) информационных и публицистических программ. Метод четкой рубрикации материалов свойствен прессе, газете в частности; определяется он стремлением, во-первых, более полно удовлетворить интересы определенной социальной группы читателей; во-вторых, способствовать стабильности аудитории. Заимствованный из практики печати метод рубрикации материалов, организации циклов и серий передач оказался весьма плодотворен для телевидения в целом, телевизионной публицистики в особенности.

Особый характер аудитории телевидения (ее массовость и рассредоточенность), особые условия восприятия (в миллионах домов одновременно) - важнейшие, решающие факторы, от которых зависят и функции, и формы, и методы вещания. Применение рубрик, циклов, серий, постоянных телепрограмм помогает, с одной стороны, дифференцировать аудиторию, с другой - стабилизировать интерес определенной ее части, как нельзя лучше отвечая специфике телевизионного вещания.

Наиболее удачные программы существовали на телеэкране более 40 лет. Это - "Кинопанорама", "Клуб путешественников", "Здоровье", "Музыкальный киоск" и некоторые другие.

Важность телевизионной информации, вполне осознанная в 60-е годы, привела, как уже сказано, к использованию вербальной (словесной) формы сообщения, когда событие не удавалось зафиксировать на пленке (с целью последующего монтажа кадров, что дает возможность привести объем сообщения в соответствие с общественной значимостью события, т е. "свернуть" информацию). Причиной тому была не только слабость производственно-технической базы телевизионного кинематографа, но и убежденность многих тележурналистов в абсолютности достоинств "живой" телевизионной передачи. Однако факты практики, рассмотренные в исторической перспективе, обнаруживают определенную ограниченность возможностей "живой" передачи.

В качестве характерного примера информационной публицистики 60-х годов рассмотрим еженедельное обозрение текущих событий "Эстафета новостей", впервые появившееся в эфире в декабре 1961 г. Использование феномена непосредственности (и связанной с ним импровизационности) было провозглашено творческим принципом этой программы. Абсолютизация непосредственности, вначале принесшей успех "Эстафете", стала и причиной утраты ее популярности; по мере дальнейшего развития телевидения со все большей очевидностью обнаружились слабые стороны "живой" передачи.

Применительно к основным жанрам "Эстафеты" - интервью, беседе, комментарию - использование эффекта непосредственности означало прежде всего показ человека, находящегося перед телекамерой в момент передачи. В первых 100 выпусках "Эстафеты" приняли участие около трех тысяч человек. "Эстафета" способствовала росту общественного престижа телевизионной публицистики, представляя аудитории людей, находившихся в центре внимания всего народа. Так, советских летчиков-космонавтов миллионы людей увидели и узнали именно в передачах "Эстафеты". Более того, телевидение оказалось впереди других средств массовой коммуникации (газет и даже радио) не только в оперативности, но и в полноте сообщаемой информации, в раскрытии самой личности героев. Информационно-познавательная и социально-педагогическая Ценность передач "Эстафеты" безусловна.

Работники "Эстафеты новостей" выдвинули на первый план, в прямом и переносном смысле, личность журналиста. Успехи "Эстафеты" в персонификации сообщения, несомненно, имели значение для всей советской телевизионной журналистики. Однако уже в 1964-1965 гг. начался спад популярности этой программы. "Телевизионные новости" по мере своего развития отбирали у нее все больше и больше общественно значимой оперативной информации, которую мог бы сообщить (а прежде и сообщал) ведущий этой передачи. Работники "Эстафеты" не ставили Целью анализ общественной жизни, исследование взаимосвязей и тенденций развития. Между тем "Эстафета новостей" как тип "издания" (еженедельное обозрение) должна была бы стремиться именно к аналитичности, проникновению в глубь процессов, происходящих в реальной действительности. Такова диалектика, что "Эстафета", в начале 60-х годов сыгравшая существенную роль в развитии телевидения, к концу десятилетия стала вчерашним днем тележурналистики, и именно в результате общего прогресса телевидения, которому на определенном этапе сама и способствовала.

По мере укрепления телевизионного кинопроизводства, по мере расширения корреспондентской сети и развития двусторонней связи между телецентрами представительность, значительность и оперативность информации, сообщаемой в выпусках ТН, неуклонно возрастали. В середине 60-х годов ТВ действительно становится одним из основных источников информации населения о важных событиях политической, культурной и экономической жизни.

Процесс становления оперативной телевизионной информации не был гладким. Это сказывалось и в недостаточной регулярности выпусков ТН, и в нестабильности форм сообщений, поиски которых велись зачастую хаотично, бессистемно. Телевизионной информации недоставало качества ансамбля, который создается отчетливой целенаправленностью содержания и гармоничностью сочетания жанров и стилей, какой свойствен хорошо поставленной газете или журналу.

Начавшая выходить в эфир 1 января 1968 г. программа "Время" и призвана была стать таким "информационным ансамблем". В рамках четко определенного (по объему и месту) отрезка вещания "Время" сообщало аудитории о важнейших событиях дня, стремясь к стабильной форме, близкой к газете. "Время" не сразу закрепило за собой точное, ничем и никогда не нарушаемое место в программе. Лишь с 1972 г. аудитория Центрального телевидения получила уверенность в том, что с 21.00 до 21.30 можно будет узнать о событиях дня. Стабильность места передачи в программе, до того казавшаяся маловажным фактором, в полной мере выявила свое социально-психологическое и политическое значение. Вечернее время для миллионов людей стало делиться на отрезки "до новостей" и "после". Разумеется, "Время" завоевало зрителя не только благодаря регулярности функционирования - процесс углубления содержания, увеличения познавательной ценности продолжался.

Справедливость требует сказать, что служба новостей телевидения при выросшем профессионализме давала, конечно, неполную картину действительности - отражались только положительные аспекты жизни страны. Подчеркнем, что умолчание (при всей достоверности сообщаемых фактов) есть всего лишь форма лжи, если рассматривать действительность во всей совокупности социально значимых фактов. Но одностороннее рассмотрение жизни было характерным для советской журналистики в целом. И народ, в общем-то, смирился с этим, принимая как должное. Программу "Время" смотрело практически все взрослое население страны.

Первоначально телевизионное сообщение персонифицировалось диктором как членом коллектива студии (редакции). В 50-е годы диктор был единственным лицом, представляющим студию на экране. Но по мере обретения телевидением информационных, а затем и социально-педагогических функций, по мере развития и усложнения жанрово-тематической структуры вещания диктор (исполнитель) уже не мог оставаться единственным представителем студии в программах. Появление и развитие "разговорных" жанров телепублицистики потребовало введения в кадр автора, особенно в публицистических программах, вызвав к жизни их особую форму - персональную программу. Ее отличие от других обозрений и журналов состоит в том, что автор-исполнитель выступает перед аудиторией как центр и основа программы. Можно было бы назвать немало публицистов, чьи выступления по телевидению способствовали дальнейшему росту влияния телевидения на общество, но особо надо отметить литературоведа Ираклия Андроникова, писателя Сергея Смирнова и публициста Валентина Зорина; эти лица сыграли заметную роль в развитии персонифицированной телепублицистики.

Телевизионные игры, представляющие собой одну из диалогизированных форм персонифицированного сообщения, промелькнули на телеэкране еще в 1957 г., но лишь к середине 1960-х годов сполна раскрылось их значение. Успех начавшейся 8 ноября 1961 г. передачи "Клуба веселых и находчивых" (КВН) превзошел все ожидания; передачи вызывали интерес более острый, чем спортивный репортаж и приключенческие фильмы. Но уже к концу 60-х годов, по мере роста политической значимости телевизионной публицистики в целом, создатели КВН, стремясь сохранить социально-педагогический престиж программы, начали отходить от импровизационности как основы формы ради возможности углубить содержание передач. КВН был подчинен жесткому сценарию; выступления соревнующихся команд готовились заранее, превращаясь в профессионально поставленные эстрадные спектакли. Однако принцип импровизационности продолжал декларироваться, ибо без него исчез бы эффект непредугаданности результата соревнования. И участники КВН пытались изобразить импровизацию, но перед объективами телекамер сделать это сколько-нибудь убедительно оказалось невозможно.

Здесь уместно сказать, что появление видеомагнитной записи позволило руководящим работникам "идеологического фронта" изымать из программ нежелательные для них моменты. И редакторы (а точнее - цензоры) КВН пользовались этой возможностью в полной мере. Все это и привело к тому, что популярность КВН стала падать и в 1973 г. эта передача прекратила свое существование. (Новое рождение КВН произошло в 1986 г.; КВН вновь на некоторое время приобрел определенный престиж).

Возможности раскрытия на телеэкране личности, включенной в импровизационные действия, выявленные и развитые в передачах КВН, были впоследствии использованы в ряде других циклов, близких по структуре: "А ну-ка девушки!", "Алло, мы ищем таланты", "Мастер - золотые руки", "Семь раз отмерь... ", "Что? Где? Когда?" и т.п.

Говоря о принципиально новых для 60-х годов формах вещания, необходимо отметить художественно-публицистическую программу, называвшуюся первоначально "Телевизионное кафе", а впоследствии - "На огонек", "На голубой огонек", затем "Голубой огонек". Эта еженедельная субботняя передача, впервые вышедшая в эфир 5 апреля 1962 г., была одной из популярнейших: в течение нескольких лет, подобно КВН форма "Телевизионного кафе" вскоре утвердилась и в программах местных студий, содержанием ее было человеческое общение в кадре и исполняемые тут же, в студии, концертные номера.

Заметим, что период развития публицистики начался после XXII съезда КПСС (когда в эфире появились "Эстафета новостей", "КВН", "Голубой огонек" и другие важные программы) и, в определенном смысле, закончился в 1968 г. после так называемой "Пражской весны". Мы говорим об этом для того, чтобы яснее стало положение: деятельность телевидения находится в прямой зависимости и от политической, и от экономической ситуации в стране.

## 70-е годы: господство видеозаписи

Передачи с приглашением в студию большого числа собеседников были опасны для руководства телевидения возможностью прорыва на экран незапланированной правды, "крамольных" мыслей. Например, директор Ленинградского телевидения Б.М. Фирсов (впоследствии видный социолог) был снят с работы за то, что в прямой передаче, идущей на всю страну, писатель В.А. Солоухин выразил недовольство переименованиями старых волжских городов Самары и Нижнего Новгорода в Куйбышев и Горький. Подобные инциденты происходили часто, работа редакторов телевидения считалась опасной. Чтобы уменьшить риск, уже в конце 60-х годов передачи "Голубой огонек", "КВН", "Пресс-центр" и другие стали выходить в эфир в видеозаписи после тщательного монтажа, в процессе которого убирались даже намеки на какое-либо оригинальное суждение. "Эстафета новостей" была закрыта в 1970 г. с приходом нового председателя радиотелевизионного ведомства С.Г. Лапина С его именем связано, во-первых, укрепление престижа телевидения в государстве, а во-вторых, небывалое ужесточение внутрителевизионных порядков.

Вместе с тем 70-е годы принесли с собой и новое, творческое использование техники видеозаписи и видеомонтажа. Возник видеофильм. Телефильм, снятый на кинопленке, появился в 60-е годы, причем о многих интересных работах знали лишь телекритики, видевшие телефильмы и писавшие о них в специальных журналах. В эфир такие фильмы не выходили, так как едва появившиеся в то время термины "проблемный фильм", "проблемный репортаж" оказались вскоре под запретом. Наиболее значительный телефильм 60-х годов "Летопись полувека" (50 серий) был создан к 50-летию большевистской власти. Аналогичная работа, вышедшая в эфир десять лет спустя, называлась "Наша биография" и состояла уже из 60 серий. Сравнение двух "телеэпопей" дает представление о характере развития тележурналистики за указанный период. Большинство серий "Летописи полувека" монтировалось из кадров старой кинохроники и сопровождалось официальным дикторским текстом. Через десять лет стало ясно, что люди больше склонны верить в субъективную честность человека на экране, чем в обезличенные закадровые формулировки, произносимые от имени неких носителей абсолютной истины. Серии "Летописи полувека" содержали всего 26 выступлений очевидцев и участников событий, в "Нашей биографии" их было уже 900. Причем на смену простому выступлению (монологу) пришли более тонкие, сложные формы и способы раскрытия характеров документальных героев: спровоцированные ситуации, посещение мест, связанных с памятью о данных событиях, эмоциональные интервью. Поскольку перед создателями "Нашей биографии" не ставилась задача охватить все события того или иного года, журналисты получили возможность сконцентрировать внимание на одном-двух событиях, показывая через них историю поколений. Так, основой фильма "Год 1926-й" стали кадры свадьбы в саратовском селе, снятые кинохроникой в 1926 г. Телевизионная съемочная группа через полвека нашла участников тех событий, устроила в том же селе золотую свадьбу и на этом построила перекличку времен. "Год 1930-й" взял за основу выпущенные в 1930 г. почтовые марки СССР, "Год 1936-й" - художественные кинофильмы, отражавшие настроение кинозалов 1936 г. Разумеется, ни слова о преступлениях сталинского режима эти фильмы не содержали. И вместе с тем "Наша биография" была человечнее и просто интереснее "Летописи полувека" благодаря новому подходу журналистов к материалу.

В фильме "Год 1965-й" речь шла о первом выходе человека в скафандре в открытый космос, о случившейся потом неполадке с космическим кораблем, о незапланированном приземлении экипажа в пермской тайге вместо казахстанской степи. Для съемки телегруппа вместе с космонавтом А.А. Леоновым прибыла в Пермскую область. Предельная искренность и нахлынувшие воспоминания в разговоре космонавта у костра с двумя лесорубами, которые тогда первыми пробились сквозь тайгу и сейчас по просьбе телевидения также оказались рядом, сделали этот эпизод памятным документом времени.

Видеомонтаж позволяет осуществлять жесткую цензуру фильма. Но эта же технология дает возможность вести съемку во много раз дольше, чем кинокамерой, т.е. отбирать нужные кадры из большого количества материала. Это и привело к непривычной для экрана непринужденности поведения героев "Нашей биографии". Большую роль сыграло введение в фильм фигуры журналиста - ведущего, осмысливающего увиденное. Автором концепции сериала и первой ведущей стала Г.М. Шергова.

Тенденция, определившаяся в "Нашей биографии" (задушевный разговор и образный показ частностей, старательное избегание негативных фактов), стала определяющей для телефильмов и телеочерков эпохи, которую позже назовут "эпоха застоя".

В 1970 г. Комитет по радиовещанию и телевидению при Совете Министров СССР был преобразован в Государственный комитет Совета Министров СССР по телевидению и радиовещанию. Малозначащая на первый взгляд перестановка слов, но журналисты почувствовали, что теперь они не "при" власти, а часть самой власти, государственные служащие, связанные жесткой дисциплиной, но обладающие некоторыми привилегиями. Приезжая на места снимать серию очередной эпопеи "От съезда к съезду" или передачу "Стране рапортует Ивановская область", телегруппы пользовались лучшим транспортом, гостиницами, столовыми, так как в них видели представителей первой и единственной власти - партийно-государственной. Съемки велись непременно с ведома местного партийного руководства, которое и обеспечивало журналистам привычный сервис. Разумеется, это накладывало особый отпечаток на сам характер профессии телевизионного журналиста в СССР. О том, чтобы объективно исследовать жизнь под надзором обкомов и ЦК, не могло быть и речи. Журналисты вскоре перестали даже стремиться к этому. Почет и уважение обеспечивались иным - высоким профессионализмом рекламно-убедительного показа примеров хорошей работы на полях и на заводах, новыми прославлениями мудрости тех, от кого зависело благополучие телевизионщика.

5 июля 1978 г. из названия телевизионного ведомства исчезло упоминание Совета Министров. Теперь название звучало так: Государственный комитет СССР по телевидению и радиовещанию (Гостелерадио СССР). Это означало, что председатель Совета Министров уже не был властен над телевидением и его начальником, что С.Г. Лапин отныне подчинялся напрямую руководителю государства Л.И. Брежневу, о чем он не уставал напоминать с трибун. Программа "Время" теперь ориентировалась исключительно на вкусы стареющего генсека и содержала только хорошие новости.

Большие публицистические передачи делались с размахом, с немалой изобретательностью и мастерством. Требовалось создать видимость серьезной постановки какого-либо вопроса, который обязательно должен быть разрешен на протяжении одной этой передачи, чаще всего благодаря вмешательству партии. Так, публицист Александр Радов провел съемки в подмосковном городе, на фабрике игрушек, где нарушалось трудовое законодательство. К концу передачи зритель видел отремонтированную проходную и слышал заверения, что теперь дела на фабрике наладятся. В Запорожье Радов вел репортаж с подножки переполненного трамвая, призывая местные власти скорее отремонтировать трамвайную линию, - в результате линия ремонтировалась. Это называлось действенностью передач. Публицисты, подобные Радову, верили в возможность построения "социализма с человеческим лицом" и искренне боролись за устранение "отдельных недостатков".

Значительный общественный резонанс вызвала серия фильмов Самария Зеликина "Ребячьи комиссары", посвященная людям, бросившим вызов косной школьной системе и отторгнутым этой системой. Бригадный подряд в строительстве искренне пропагандировал Юрий Миронов. За разумную организацию труда на селе выступал в ярких публицистических очерках Юрий Черниченко. Все эти передачи подвергались придирчивому редактированию, для выхода их в эфир всякий раз требовалась виза работников ЦК КПСС. Но к началу 80-х годов даже партийное руководство страны почувствовало невозможность жить по-старому, проблемные передачи (не затрагивающие, разумеется, основ системы) все чаще выходили в эфир. Вот некоторые названия рубрик начала 80-х годов: "Решается на месте", "Больше хороших товаров", "Село: дела и проблемы".

О возможностях прямого эфира пришлось вспомнить в 1980 г., когда телевидение СССР транслировало на весь мир репортажи с XXII Олимпийских игр. Хотя олимпиада получилась неполноценной из-за бойкота, объявленного США и некоторыми другими странами (по причине вторжения советских войск в Афганистан), режиссеры, операторы и журналисты, собранные в Москву со многих телестудий страны, показали высокий класс работы. К олимпиаде телевидение получило много новой техники, было построено специальное здание олимпийского телецентра, сослужившее хорошую службу в последующие годы: сюда было переведено информационное вещание, что позволило сделать облик информационных программ более современным. Появились компьютерная графика, телесуфлеры, новые виды связи и т.п. Все это свидетельствует о том, что в годы так называемого застоя телевидение продолжало довольно интенсивно развиваться. Правда, перемены касались в основном техники и формы передач. Основным содержанием неизменно оставалась пропаганда успехов социализма. Главная информационная программа "Время" стала официозом, не столько информирующим население обо всем, что случилось в стране и в мире, сколько радующей глаз картиной, демонстрирующей незыблемость марксистско-ленинских постулатов и их неуклонное воплощение в жизнь. Потому-то на экране и возвышались монументальные фигуры застегнутых на все пуговицы красавцев-дикторов, которые одинаково ровными, хорошо поставленными голосами вещали о мягкой пахоте, научном симпозиуме, спортивном рекорде. Столь же непроницаемо-спокойно "Время" однажды сообщило о высылке в город Горький "отщепенца" Сахарова, на третий или четвертый день - о "технологической аварии" на Чернобыльской АЭС, повествовало о выполнении "интернационального долга" нашими парнями в Афганистане.

Структура информационных программ казалась раз и навсегда данной, застывшей: сначала внутриполитические новости, которыми были те или иные действия членов Политбюро ЦК КПСС, потом экономическая хроника (хорошо работает такой-то завод, высокий урожай вырастили в таком-то колхозе) - все в стране прекрасно, только непонятно, почему мясо и колбасу люди видят преимущественно по телевизору. Потом международные новости: сначала из "братских стран социализма", а затем с "загнивающего" Запада, где возмущенные пролетарии демонстрируют на фоне правительственных зданий, а наши корреспонденты рассказывают, как плохо живется братьям по классу. Иногда по недосмотру редактора на экране мелькали витрины западных магазинов, ломившиеся от невиданного у нас изобилия. В те времена многие зрители включали информационную программу "Время" как раз на вторую пятнадцатиминутку, чтобы узнать слегка искаженные международные новости да полюбоваться на чистые улицы красивых городов. В конце программы спорт и прогноз погоды.

Справедливости ради надо сказать, что в рамках поставленных задач авторы "Времени" работали вполне профессионально. "Время", по заявлению тогдашнего председателя Гостелерадио, "формировавшееся в Кремле", действительно стало неотъемлемой частью жизни советского общества.

## Телевидение "перестройки и гласности"

Серьезные перемены в телеэфире начались вслед за переменами в общественно-политической жизни страны. "Перестройка - политика руководства КПСС и СССР, провозглашенная во второй половине 1980-х годов и продолжавшаяся до августа 1991 г.; ее объективным содержанием была попытка привести советскую экономику, политику, идеологию и культуру в соответствие с общечеловеческими идеалами и ценностями; осуществлялась крайне непоследовательно и, вследствие противоречивых усилий, создала предпосылки для краха КПСС и распада СССР" (энциклопедический словарь "Политология").

Гласность, закон о печати, отмена цензуры, вся совокупность политических перемен, происшедших в нашем отечестве, раскрепостили телевизионных журналистов, в том числе и авторов информационных программ. Перемены назревали в недрах информационных служб. В противовес сухой официозной программе "Время" появились ночные выпуски ТСН (Телевизионной службы новостей), в которых работали молодые талантливые репортеры. Телевидение внесло существенный вклад в развал социалистического строя, обрушив на зрителя небывалое количество разоблачительных, предельно откровенных материалов. Резко выросло количество прямых передач, не подвластных редакторским ножницам. Лидерами в этом отношении оказались молодежные программы "12-й этаж" и "Взгляд". Непременным участником первой из них стали подростки, так называемая "лестница". При помощи передвижной телестанции в разговор министров, специалистов и публицистов включалась реальная лестница одного из московских зданий. Ведь известно, что кроме лестниц и подъездов подросткам собираться негде. Убийственные реплики с лестницы показывали все лицемерие государственной политики в отношении молодежи. "Взгляд" же имитировал московскую кухню - обычное место для откровенных разговоров и критики властей. Именно во "Взгляде" режиссер Марк Захаров впервые высказал мысль о необходимости убрать труп Ленина с Красной площади и покончить с иллюзиями относительно коммунизма. Нельзя в конце XX в. жить по трудам, написанным гусиным пером, когда не было даже электричества.

Телемосты между СССР и США, СССР и Англией произвели буквально шоковое впечатление на советских зрителей. Они увидели, как запугана, зашорена, задавлена идеологическими предрассудками отечественная публика, собравшаяся в студии, как проигрывает она простым людям Запада, не понимающим, отчего надо приносить личные интересы в жертву государственным.

В ленинградской программе "Общественное мнение" и столичной "Добрый вечер, Москва!" непременным компонентом стали камеры и микрофоны, установленные прямо на улицах и позволяющие любому прохожему высказаться по острейшим политическим вопросам.

Если в 70-е годы количество городских и областных студий в стране несколько сократилось, то после 1985 г. вновь начался их количественный рост, отражавший осознание важности региональных интересов и несовпадение их с интересами центра. В 1987 г. появляются первые кабельные телесети в некоторых районах Москвы и других городов. Создаются первые негосударственные телеобъединения, такие, как "НИКА-ТВ" (Независимый информационный канал телевидения) и АТВ (Ассоциация авторского телевидения).

В наибольшей степени способствовали формированию общественного сознания телевизионные дебаты во время выборов народных депутатов СССР (1989) и России (1990), прямые трансляции со съездов и сессий Верховных Советов. Без преувеличения вся страна следила по телевидению и радио за мужественным поведением Андрея Дмитриевича Сахарова во время обструкции со стороны "агрессивно-послушного большинства", за первым появлением на политической арене молодых, никому прежде не известных людей, готовых взять на себя ответственность за судьбу страны. Разумеется, телевидение в этих передачах играло лишь роль посредника, работа режиссеров и операторов по отбору наиболее выразительных кадров была в данном случае заметнее и важнее, чем выступления обозревателей и репортерские интервью. А поведение некоторых журналистов во время теледебатов вызвало возмущение зрителей - вместо нейтральности и объективности они демонстрировали явную предвзятость, подыгрывание кандидатам от правившей еще в то время Коммунистической партии Советского Союза. Эти журналисты продолжали отстаивать принцип партийности в эфире.

Для журналистов, посмевших нарушить этот принцип, вскоре наступили тяжелые времена. Прекратились передачи "12-й этаж", неоднократно запрещались выпуски "Взгляда". Недолго просуществовали ежедневные 10-минутные репортажи "Прожектор перестройки". Лидерство в журналистском поиске перешло от Москвы к Ленинграду, где появились телеканал для интеллигенции "Пятое колесо" и неофициальные новости "600 секунд".

Противостояние телевизионного руководства демократическим тенденциям становилось все откровеннее. За самостоятельность суждений был отлучен от эфира ведущий "Международной панорамы" Александр Бовин. Возмущенный беззастенчивым редакторским вмешательством в передачи, прекратил сотрудничество с телевидением Эльдар Рязанов. Сам принцип персонификации ведущих публицистических передач, обязанных иметь и отстаивать собственное мнение, пришел в противоречие с отжившим принципом партийности. Была закрыта еженедельная аналитическая программа "7 дней", просуществовавшая менее полугода. Членов Политбюро ЦК КПСС раздражал сам факт, что кому-то позволено подводить итоги их работы по руководству страной. Ведущие "7 дней" Эдуард Сагалаев и Александр Тихомиров, позволившие себе такой анализ (о чем и помыслить не могли создатели аналогичной передачи "Эстафета новостей" во время так называемой "оттепели" 60-х), стали весьма популярными в стране людьми. На первомайской демонстрации 1990 г., где впервые были разрешены не утвержденные начальством тексты транспарантов, среди прочих был и такой текст над колонной, проходящей по Красной площади: "Прямой эфир прогрессивным журналистам Тихомирову, Сагалаеву, Кузнецову!" (Последний был отстранен от эфира в программе "Добрый вечер, Москва!", несмотря на устойчивое первое место по зрительскому рейтингу за три года) Народ больше не безмолвствовал, телезрители требовали учитывать их мнение при формировании телевизионных программ и подборе ведущих. С площадей эти требования все чаще перекочевывали на страницы печатных изданий, в том числе и таких, которые никогда прежде не писали о телевидении.

Когда в 1987 г. молодые тележурналисты в Сыктывкаре и Кемерове в знак протеста против отмены своих передач и отлучения их от эфира объявили голодовку, это вызвало в каждом из городов гражданское движение в их защиту. Ни один из ведущих Кемеровского телевидения ради солидарности с голодающим не согласился заменить его в программе. В Москве после запрета работать в эфире ведущим ночной программы новостей ТСН (отличавшейся от программы "Время" подбором "невыгодных" для руководства страны фактов) заменять этих ведущих пришлось непрофессионалами. Одно время программу вела диспетчер, напоминавшая голосом и манерами напористую продавщицу.

Кемеровские избиратели выдвинули опального журналиста кандидатом в народные депутаты, и он победил на выборах кандидата, предложенного властями. Народными депутатами России стали и трое ведущих "Взгляда", а также один из репортеров "Прожектора перестройки" и корреспондент телеканала "Добрый вечер, Москва!". Здесь надо заметить, что в обществе с устойчивыми демократическими традициями журналист, занявшийся политической деятельностью, перестает быть журналистом - эти понятия несовместимы. Но в парадоксальной ситуации последних лет существования СССР депутатская неприкосновенность была для тележурналистов некоторой гарантией свободы слова, защитой от административного и партийного преследования.

В начале 1991 г. был окончательно запрещен "Взгляд". Молодые журналисты стали снимать очередные выпуски передачи у себя в квартирах, буквально на кухне, и распространять на видеокассетах.13 января 1991 г. подразделения советских войск с участием танков штурмом взяли здание Литовского радио и телевидения, захватили телебашню. Московские средства массовой информации настолько лживо освещали эту трагедию, что у зрителей окончательно развеялись иллюзии по поводу новой коммунистической политики "перестройки и гласности". Ленинградский репортер Невзоров, завоевавший популярность критикой партийного руководства, в вильнюсской трагедии выступил как шовинист, объявив десантников "нашими", которые воевали против "ненаших" литовцев.

Отечественное телевидение - плод тоталитарного режима и инструмент его самосохранения. Центральное номенклатурное управление, госбюджетная экономика, вещательно-производственная монополия, установка на "среднего" зрителя и практически полная изоляция от остального мира - вот совокупность факторов, существовавших до августа 1991 г.

Серьезное альтернативное телевидение возникло рядом с останкинским уже весной того же переломного 1991 г. Это было телевидение России, вещавшее поначалу из наспех приспособленных помещений на улице Ямского поля. Туда перешли наиболее мобильные, демократически настроенные журналисты Центрального телевидения, в частности те, кто был отстранен от эфира, за попытку сказать правду о событиях в Вильнюсе. В ЦК КПСС состоялось специальное совещание по вопросу о том, что Останкино должно бороться с Российским телевидением, проводящим в жизнь идеи, связанные с именем Б.Н. Ельцина - руководителя России, стремящегося к независимости от партийного руководства СССР. Противостояние двух государственных телеканалов продолжалось до конца 1991 г., до распада СССР.

## Телевидение 90-х годов

В ведение новой России перешло 75 телецентров и телестудий - больше половины "хозяйства" бывшего Гостелерадио СССР. Остальное принадлежит теперь Украине, Казахстану, другим странам СНГ и Балтии. На сузившемся информационном пространстве сначала вели передачи две большие государственные компании - "Останкино" (1-й канал) и РТР (2-й канал). На полтора-два часа в день передачи 2-го канала уступали место в эфире программам края, области, республики. Не все из 89 субъектов федерации имели свои телецентры.

К началу 1993 года картина резко изменилась: число вещательных и продюсерских телеорганизаций в России достигло тысячи. Некоторые, правда, действовали лишь на бумаге - получили лицензии. Тем не менее, переход России к рыночным отношениям активизировал частную инициативу в сфере ТВ. Лицензии выдавались в соответствии с законом Российской Федерации "О средствах массовой информации", принятым в декабре 1991 г. На протяжении ряда лет в Госдуме обсуждались варианты Закона о телерадиовещании. В 1996 г. законопроект был принят Думой, но отклонен Советом Федерации: продолжаются споры законодателей и вещателей о степени и формах допустимого контроля за вещанием, об условиях получения и продления лицензий. Общие же положения - основа, на которой ведется телерадиовещание, - разработаны и согласованы. Перечислим их здесь:

соблюдение Конституции и действующего законодательства РФ;

учет интересов потребителей, мнений различных общественных, политических, религиозных, национальных, социальных, возрастных и иных групп населения при соблюдении общественных интересов;

обеспечение объективности освещения происходящих процессов, разнообразия тематики распространяемой массовой информации путем передачи официальных сообщений, информационных, образовательных, религиозных, культурно-просветительских, развлекательных и спортивных программ, программ для детей и юношества, трансляции художественных фильмов и иных программ;

создание необходимых условий для формирования высоких нравственных и моральных устоев в обществе, сохранения национальной культуры, обеспечения духовного и эстетического развития, сохранения и распространения отечественных культурных ценностей;

содействие формированию правового государства, его институтов, уважения к законам, правам, свободам и законным интересам гражданина и человека, а также становлению мира и социального согласия в Российской Федерации;

недопустимость использования телевидения в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения сведений, составляющих государственную или иную охраняемую законом тайну, для распространения призывов к насильственному изменению конституционного строя, целостности государства и захвату власти, незаконному роспуску конституционных органов власти или приостановлению их деятельности, а также для разжигания национальной, классовой, социальной, религиозной нетерпимости или розни, для пропаганды войны;

право граждан на участие в обсуждении вопросов общественной жизни, на получение полной информации;

свобода и независимость в пределах законодательства, недопустимость цензуры и монополии; свобода вещания несовместима со вседозволенностью телерадиожурналистов, навязыванием ими своего мнения аудитории, односторонним освещением событий, оскорблением или унижением телезрителей.

Влиять на нравственный, духовный и эстетический уровень телепрограмм и самих работников ТВ должны Попечительские советы. Так что с принятием нового Закона должны уйти в прошлое те проявления "беспредела в эфире", о которых упоминалось во введении к настоящему учебнику - эксплуатация низменных инстинктов, смакование насилия.

1 января 1993 г. на ранее свободном шестом частотном канале в Москве появились передачи телекомпании "ТВ-6 Москва".10 октября 1993 г. вышел в эфир канал НТВ. Его создатели предложили зрителям разные варианты расшифровки первой буквы: "негосударственное", "новое", "наше", "независимое". "Наше" вызывало нежелательные ассоциации с почти одноименной ура-патриотической программой А. Невзорова, о "независимости" говорить также не приходится: НТВ принадлежит медиа-магнату В. Гусинскому, аналитическая программа "Итоги" отражает его интересы. Тем не менее, информационные программы НТВ ("Сегодня"), куда перешли лучшие журналисты государственных каналов, с самого начала стали задавать высокие стандарты в этой важнейшей сфере вещания.

С 1 апреля 1995 г. первый канал передан от "Останкина" новой структуре - акционерному обществу закрытого типа ОРТ, что расшифровывается как "общественное Российское ТВ". На дециметровых, менее доступных владельцам старых телеприемников каналах стали выходить программы компаний "Рен-ТВ" (получил название по имени основательницы Ирены Лесневской, выпускницы журфака МГУ), ТНТ, М-1, СТС, ("сеть телевизионных станций"), по кабелю ведутся передачи "Столица" и др. На третьем метровом канале формируется программа компании "ТВ-центр", имеющая перспективу распространения далеко за пределы столичного региона. Пятый канал (прежде санкт-петербургский) в 1997 г. отдан новому структурному подразделению Российской гостелерадиокомпании, получившему название "Культура". В соответствии с Указом Президента РФ от 8 мая 1998 г. созданы государственный медиа-холдинг на базе РТР, "РИА-новости" и 88 региональных государственных телекомпаний и технических телецентров. Таким образом, вновь выстраивается управленческая вертикаль "центр-регионы" в сфере ТВ, необдуманно разрушенная после распада СССР.

За короткий срок отечественное телевидение проделало гигантский путь преобразований: вырвалось из-под диктата большевистской доктрины, одновременно покончив с таким позорным явлением, как государственная политическая цензура; перестало быть партийно-государственной монополией, опробовав почти все формы собственности (акционерную, частную и проч.); произошло разделение телекомпаний на программо-производителей (продюсерские фирмы) и вещателей (появились даже посредники между первыми и вторыми - дистрибьюторы); в результате возник рынок программ - конкуренция в этой области должна способствовать насыщению рынка зрительских интересов. Если все классификационное "разнообразие" советского телевидения сводилось к делению на центральное и местное вещание, то к середине 90-х годов российское ТВ требовало значительно более сложной классификации:

1. По способу трансляции:

эфирное (все вещательные организации, использующие традиционный способ распространения телесигнала от телевышки до телесистемы потребителя);

спутниковое (например, "Космос-ТВ" - совместное российско-американское предприятие, предлагающее российскому потребителю спутниковые телепрограммы западных компаний; в России эру непосредственного спутникового телевещания в конце 1996 г. открыли 4 телеканала НТВ плюс);

кабельное (компания "КТВ-1", кабельные сети в городах России).

2. По типу деятельности:

вещательные (осуществляющие телетрансляцию программ, среди которых иногда встречаются компании, лишь ретранслирующие другие станции, - та же "Космос-ТВ", но в большинстве своем это универсальные телеорганизации, имеющие и собственное телепроизводство, и доступ к эфиру);

программопроизводящие (продюсерские фирмы);

дистрибьюторы.

3. По охвату аудитории: - общероссийские;

региональные ("Юг России");

местные (от областных телестудий до кабельных сетей микрорайона).

4. По форме собственности:

государственные;

негосударственные, среди которых все разнообразие дозволенных законом форм собственности: частные, акционерные общества открытого и закрытого типа, общества с ограниченной ответственностью, товарищества с ограниченной ответственностью.

Можно встретить и другие названия: корпорация ("Видеофильм"), киноассоциация (DIXI - создатель знаменитой программы "Куклы" на НТВ), продюсерский центр ("Московский стиль" - производство программ "Момент истины", "Маски-шоу"; "Джентльмен-шоу"), концерн ("Красная площадь" - основатель, продюсер и директор Валерий Комиссаров, программы "Мужские и женские истории", "Моя семья"), независимая телестудия;

смешанные компании с участием зарубежных инвесторов.

Дальнейшее развитие "экономического плюрализма" ведет к подлинной многопрограммности. В Москве, кроме шестиметровых каналов, повсеместно принимают еще один-два кабельных, четыре-пять в дециметровом диапазоне. Кроме того, можно подписаться на просмотр (без установки "тарелки" - антенны спутникового телевидения) пакета программ из 9 или 16 зарубежных каналов, среди которых английская Би-би-си, французская ТВ 5, германская ПРО 7, американский Суперчэнел, Евро-спорт, Евроньюз, Си-эн-эн, МТБ и др.

Что же касается владельцев спутниковых антенн, то специалисты утверждают, что в Москве и ее окрестностях можно принимать более ста телеканалов. Спутники Intersat транслируют 5 телепрограмм Италии, 4 - Норвегии, 3 - Англии. Спутники Astra позволяют принимать 9 программ телевидения Германии, Англии, США.9 турецких телеканалов транслирует спутник Turksat. После запуска принципиально нового спутника Hot Bird (Жар-Птица) в Москве можно принимать при помощи "тарелки" диаметром всего 90 см 16 телеканалов со всего света.

Таким образом, мировидение становится реальностью, и российская телеаудитория постепенно приобщается к общемировому информационному телеобмену. А это, в свою очередь, влечет за собой дифференциацию, профилирование российских телевизионных каналов:

по тематическому признаку - пример: спутниковые каналы НТВ плюс ("Наше кино" - отечественный кинематограф, "Мир кино" - зарубежные фильмы, круглосуточная спортивная и музыкальная программы);

по аудиторному (адресному) признаку - для детей, молодежи, женщин, пенсионеров и т.д.; безусловный лидер среди молодежной аудитории - "ТВ-6";

по учредителю - это может быть "мэрский" или "президентский" канал, канал творческих союзов;

по национальному признаку - республиканская программа, программа для национальных групп населения, проживающих вне территории своих национальных образований;

по территориальному признаку - общегосударственная и местная программы, межгосударственная (телерадиокомпания "Мир") и объединенная региональная (Средняя Волга, Западная Сибирь и т.д.);

наконец, по источнику финансирования:

государственный (бюджетный) телеканал;

платный - функционирующий за счет абонентной платы телезрителей, либо подписной по аналогии с печатной периодикой;

общественный - существующий за счет фондов общественных организаций, добровольных пожертвований предприятий и частных лиц;

коммерческий - самоокупаемый, прежде всего за счет рекламы;

арендный - политическая партия, общественная организация, частное лицо или продюсерская телефирма арендует время у вещательной организации.

Рассмотрим теперь более подробно некоторые характеристики ведущих российских телекомпаний и телесетей. Большинство местных вещателей, особенно в малых городах, работают не в "автономном" режиме, а являются членами ассоциаций (телесетей) - к этому побуждают выгоды совместной рекламной деятельности, дефицит качественных программ, преимущество кооперации при закупке фильмов.

Итак, ОРТ - закрытое акционерное общество, 51% акций которого принадлежит государству, а остальные распределены между крупными коммерческими структурами России. Число штатных сотрудников - 1300 человек. ОРТ имеет 31 корпункт на территории России и 42 за ее пределами. Программы доступны почти 99% населения нашей страны и, кроме того, через спутниковую систему "Москва-глобальная" - жителям всех континентов Земли, за исключением Антарктиды. Территория России разделена на 5 вещательных зон, для каждой из которых передается свой аналог московской программы, - со сдвигом по времени. Собственными силами ОРТ производит новости, аналитическую еженедельную программу и отдельные передачи (например, новогодние шоу, ролики социальной рекламы "Русский проект" и др.). Другие программы приобретаются у продюсерских компаний ВиД, АТВ, "Класс" и многих более мелких телепроизводителей. Главным критерием при закупке служит ожидаемый высокий рейтинг и прибыль от рекламы (которая приносит ОРТ 35 тыс. долларов за минуту в прайм-тайм) - что приводит к преимущественному наличию на канале развлекательных, игровых передач, сериалов. Тем не менее, традиционно сохраняются программы публицистические, познавательные: "Час пик", "Тема", "Чтобы помнили... ", "Загадки истории", "Человек и закон", "Взгляд", "Пока все дома", детские передачи.

Основу программы второго канала - РТР - составляют информационные, общественно-политические, музыкально-развлекательные программы, но, по причине крайне скудного государственного финансирования, РТР вынуждено также встать на путь коммерции, что приводит к "вымыванию" серьезных программ из вещательной сетки. Как и ОРТ, Российское ТВ охватывает практически всю территорию страны, с разделением на 5 вещательных зон.

Потенциальная аудитория программ "ТВ-6 Москва" превышает 90 млн. человек - программы распространяются в 370 городах России, стран СНГ и Балтии. Примерно половина программ - собственного производства. Сделана ставка на молодежную аудиторию. Наиболее популярны "Я сама", "Обозреватель", "Акулы пера", "Профессия", "Кинескоп", "Сделай шаг", "Скандалы недели", "Знак качества", "Те, кто". С 1998 г. стали выходить информационные программы, производимые компанией ТСН, а с октября 1999 г. - собственные теленовости.

Также 90 млн. человек могут смотреть программы "НТВ". Кроме того, компания реализует планы создания платных спутниковых каналов, расширения сети корпунктов. "Фирменными" являются информационные программы. "НТВ-холдингу" принадлежит сеть ТНТ ("Твое новое телевидение").

НВС (независимая вещательная система) образовалась в 1993 г. и объединяет 62 телестанции России, охватывающие вещанием 95 городов. "Головной" считается московская телекомпания "Рен-ТВ".

В 1996 г. в мировом телеэфире появился "Всемирный русский канал", работающий на русскоязычную аудиторию всех континентов. Обзоры событий и проблем, произведения русской культуры и искусства составляли основу 12-часового вещания. Заявлено о широком использовании продукции региональных телекомпаний. Их программы должны знакомить мир с традициями, нравами, обычаями, повседневной жизнью разных уголков России. Создатели канала сразу же отказались от таких фильмов и передач, которые могли бы "нанести ущерб духовно-нравственному здоровью нации". Декларируется "возвращение к истокам русской народности, русской идее, русскому космизму", связь с именами русских подвижников "от Рублева и Аввакума до академика Сахарова". Однако ВРК с этой программой не справился и был лишен лицензии на вещание.

Еще одна общероссийская спутниковая телесеть называется "Прометей-АСТ". Наполнение - информация, публицистика, концерты, спорт, кино.

Сеть телевизионных станций СТС - самая молодая. Поскольку она учреждена совместно с американской телекомпанией, значительное место в эфире занимают американские передачи и фильмы, а техническое оборудование по качеству и удобству, по степени автоматизации превосходит все имевшееся до сих пор в России. Планируется строительство телецентра для съемки российских сериалов и ток-шоу. Сетевые договоры подписали около 100 телекомпаний, отношения с которыми строятся на основе взаимовыгодного партнерства: из 10 минут, отведенных под рекламу из каждого часа вещания, 7 заполняются центральной сетевой рекламой, а 3 отдаются местной рекламе. Запись и передача программ ведется на цифровом оборудовании, робот с механической "лапой" сам меняет кассеты в соответствии с заложенной программой - расписанием передач для 4 зон.

Между сетями идет конкурентная борьба за влияние в регионах, которое имеет особое значение в период парламентской и президентской предвыборной "гонки". Складывается совершенно новая ситуация, когда различные политические, финансовые и творческие силы отстаивают право вещать, а следовательно, влиять на общественное мнение, на умонастроение и эмоции людей.

Число телеканалов имеет тенденцию к еще более резкому увеличению - так, достигнуто техническое решение "уплотнения сигнала", которое позволит передавать параллельно 4-6 программ на той частоте, на которой сегодня расположилась лишь одна программа. Говорить об итогах такой перегруппировки сил в телеэфире, конечно же, рано. Следует надеяться, что, по примеру США, передачи для любителей эротики, "крутых боевиков" и пр. уйдут с общедоступных на платные кабельные каналы.

Для повышения качества телепрограмм в 1994 году создан Российский фонд развития телевидения, при нем Академия ТВ, учредившая ежегодные премии "Тэфи" по 12 номинациям. (Для сравнения: в США премия "Эмми" имеет 110 номинаций) Российская ассоциация региональных телекомпаний, как бы "в пику" элитарной "Тэфи", проводит ежегодный фестиваль "Вся Россия". В номинациях, связанных в 2000 г. с журналистикой, было представлено около 600 местных телепрограмм достаточно высокого уровня. Нижний Новгород, Самара, Пермь, Воронеж, Новосибирск, Красноярск и другие города, где за внимание зрителя соревнуются 4-8 и более местных телекомпаний, будут определять "телевизионный пейзаж" России в не меньшей степени, чем общефедеральные телеканалы. Надо со всей определенностью констатировать, что такой фактор, как профессиональное мастерство создателей телепередач, приобретает решающее значение в борьбе за внимание зрителя, ждущего от ТВ не только развлечений, но и жизненно важных сведений о меняющемся мире.

По данным Национального института социально-психологических исследований (НИСПИ), жители городов центральной части России в среднем уделяют просмотру телепередач 3 часа в будни и 3,5 часа в выходные дни. Особой любовью зрителей пользуются художественные фильмы, прежде всего отечественного производства, на втором месте - информационные программы. Далее следуют (в порядке убывания популярности) развлекательные, публицистические, культурно-просветительские передачи. Поэтому естественно, что на вопрос о пожеланиях к будущим специализированным каналам на первое место вышло ожидание канала художественных фильмов, а на второе - желание видеть отечественный аналог информационного канала Си-эн-эн.

О тематике, которая больше всего интересует россиян в эфире: на первом месте тема здоровья, за ней следуют темы домохозяйства, семьи, быта, человеческих отношений и культуры. Все больше и больше россияне обращаются к себе, к своим проблемам, явно охладев к делам международным и идеологическим. В информационных программах на первом месте - внутренняя политика: люди осознали прямую зависимость благополучия в государстве с благополучием в семье. Наиболее популярный жанр публицистических программ - видеофильм, основанный на историко-архивных документах. Далее - ток-шоу и интервью с участием известных политиков и актеров. Телеведущие Якубович, Познер, Сорокина делят популярность с политическими лидерами. Главные, ценимые зрителями качества "телеперсонажей" - компетентность и чувство юмора.

Телевидение - организм живой, постоянно меняющийся. Несмотря на сложный этап его развития, процент зрителей, в целом удовлетворенных его работой, достаточно высок - почти две трети аудитории. По-видимому, речь идет не столько о качестве передач, сколько о резко возросшей возможности их выбора. Так, во всяком случае, полагают социопсихологи из НИСПИ на страницах справочника "Телевидение и радио России".

По-видимому, в ближайшее время "телевизионный пейзаж" в России претерпит изменения. Представляется логичным перевод государственного ТВ на "первую кнопку" и уточнение статуса ОРТ, которое является общественным лишь по названию. Время покажет, реализуются ли амбиции ТВЦ войти в число общефедеральных каналов, преодолеть сложившуюся репутацию "провинциального канала, выходящего в Москве".

В любом случае неизменным останется одно - востребованность настоящих профессионалов ТВ - журналистов, владеющих основами аудиовизуальной культуры, некоторыми режиссерскими и продюсерскими навыками.

## Телевидение: структурно-функциональные аспекты

XX столетие называют веком автомобиля, компьютеров, расщепления атомного ядра, освоения космического пространства. Все это верно, как безусловно верно и то, что XX столетие - век телевидения. В сущности ни одно из многочисленных достижений научно-технической революции не вошло столь быстро в быт всего человечества и не оказало на его развитие столь коренного и всеобъемлющего влияния, как это произошло с телевизионным вещанием - самым массовым, а следовательно, изначально самым демократичным средством информации.

Будучи одним из наиболее совершенных на сегодняшний день средств отражения реальной действительности, жизни общества во всех ее проявлениях, телевидение в то же время представляет собой богатейший источник информации, удобный инструмент изучения общества, его развития. ТВ одновременно и отражает животрепещущие проблемы современности, и оказывает существенное влияние на возникновение определенных потребностей у тех или иных слоев общества.

В мире, несмотря на всеобщее тяготение к унификации, существует немало телевизионных систем. Можно говорить о различных технических системах производства и распространения информации, о региональных телевизионных системах, обслуживающих ту или иную территорию, о национальных системах (в этом случае на одно из первых мест выступает язык вещания), но при всем этом важным фактором развития телевизионного вещания следует признать стремительное движение к единому общемировому информационному процессу, который превратится в реальность благодаря утверждению всемирного телевидения.

Современное электронное ТВ имеет весьма специфическую техническую особенность: если радиоволны (длинно - и средневолнового диапазонов) распространяются вокруг земного шара (поэтому Лондон, Вашингтон и Каир мы прекрасно слышим в Москве, а московское радио слушают в Пекине, Дели и Мехико), то телесигнал, имея очень короткую длину волны, обладает свойством двигаться прямолинейно, т.е. прием его возможен лишь в зоне прямой видимости с телевышки. Поэтому на первом этапе любая телестудия могла обслуживать строго ограниченную аудиторию, и следовательно, где бы эта студия ни находилась - в центре или на местах, в столице или в провинции, ее вещание было территориально ограниченным. Статус первой в нашей стране московской Центральной студии телевидения (ЦСТ) по сути ничего не менял: она всецело отвечала нынешнему определению "местная".

Не так уж долго просуществовали отечественные телеорганизации в режиме технической изоляции, но именно в это время складывались традиции, кристаллизовалась организационная структура, отбирались, готовились, воспитывались кадры, устанавливались планы и финансирование, заказывалось необходимое оборудование.

В истории отечественного телевидения 50-60-е гг. отмечены не только бурным развитием местного телевещания, но и радикальными процессами его централизации. На помощь пришла техника: сначала при помощи радиорелейных линий, затем строительства ретрансляционной сети, а впоследствии благодаря созданию спутниковых систем связи преодолевался "островной" характер телевизионного вещания. Вещательные островки местных студий постепенно сливались в архипелаги, в итоге превратившись в телевизионный материк единой информационной системы отечественного телевидения. Эта система, получившая название Центрального телевидения (ЦТ), дала возможность распространения информации по всей территории страны и в тот период имела безусловно прогрессивный характер, поскольку отражала и достаточно полно реализовала коммуникационную природу телевещания.

Перестройка местного телевещания, которая была уместна уже в 70-е гг., либо не была начата, либо не дала желаемых результатов, поскольку не имела научно обоснованной концепции. В результате возобладало явно ошибочное мнение об идеологической нерентабельности регионального ТВ. По приказу свыше был закрыт ряд местных студий. Процесс централизации отечественного телевидения соответствовал тоталитарному характеру государственного устройства.

Перемены в стране, начавшиеся в 1985 г., привели к изменению политики и в этой области. Расширение и утверждение гласности, демократизация общественной жизни обусловили понимание необходимости развития всех средств массовой информации, в том числе и местного телевещания.

В 1986 г. было принято важное правительственное решение о расширении местного телевизионного вещания путем создания 67 новых программных телестудий в областных центрах и центрах национальных автономий, где их до этого не было.

Итак, в середине 80-х гг., когда в подавляющем большинстве развитых стран мира домашний экран стал инструментом для приема передач антенного, спутникового, кабельного ТВ, просмотра видеокассет с использованием дисплея персонального компьютера, в нашей стране 40% административных центров не имело собственных программных телецентров, первую программу ЦТ могли смотреть 96% населения (оставшиеся 4% - это 12 млн. человек!), два канала принимали 88% населения, три - только третья часть жителей страны. Несмотря на повсеместный переход на производство цветных телепрограмм, парк цветных телеприемников, имеющихся у населения, на две трети оставался черно-белым. Страна оказалась на обочине информационной революции.

Рынок телевизионных программ отсутствовал даже в зачаточном состоянии, хотя для его возникновения существовали необходимые предпосылки: кроме ЦТ, телевизионные программы производили многочисленные региональные (республиканские и областные) телеорганизации. Вслед за ними эфирную продукцию начали создавать видеоредакции Агентства информации Новости (РИА-ИАН), ИТАР-ТАСС, журнала "Огонек", еженедельника "Совершенно секретно", ЦКТ (Центр коммерческого телевидения), "Рен-ТВ Лтд" и др.

Разделение функций программных и вещательных организаций (одни создают телевизионную продукцию, другие ее транслируют) - безусловно продуктивный путь развития.

Без рынка кадров невозможен рынок программ и утрачивает смысл рынок техники. Для его создания и успешного функционирования нужна взвешенная, дальновидная государственная политика. Здесь нельзя скупиться, хотя отдача будет не мгновенной и не подлежащей точным подсчетам. Речь идет о подготовке и системе повышения квалификации кадров современного телевидения, даже о появлении определенного избытка этих кадров.

Полноценное становление трех названных рынков в свою очередь позволит насытить рынок зрительских интересов, т.е. даст

возможность удовлетворить запросы и потребности многочисленных демографических групп, в совокупности составляющих потенциальную телеаудиторию.

Как же выглядит сегодня отечественное телевидение?

Когда резко упали тиражи газет, а центральные издания часто не доходят до провинции, когда литературно-художественные журналы растеряли своих подписчиков, а большинство кинотеатров пустует, когда многие книгоиздатели в погоне за коммерческим успехом оказывают предпочтение бульварному чтиву в ущерб настоящей литературе, телевидение остается не только главным, но и единственным для значительной части российской аудитории средством удовлетворения информационных и культурных потребностей, приобретения знаний, организации досуга.

За последние годы телевизионный пейзаж неузнаваемо изменился: ассортимент программ в столице и во многих провинциях если и не достиг разнообразия магазинных витрин, то все же значительно превзошел самые смелые мечты недавнего прошлого. Экономические стимулы, внедрение рыночных отношений в телевизионное производство, изменение форм собственности - вот что стало золотым ключиком, широко распахнувшим двери в сегодняшнее телеизобилие.

Однако рост числа каналов не всегда увеличивает возможности телевыбора.

Вслед за распадом СССР автоматически рухнула система Гостелерадио СССР и Центрального телевидения, которое трансформировалось в государственную телерадиокомпанию "Останкино". При этом попытки превратить ТВ "Останкино" в межгосударственный телеканал СНГ завершились безрезультатно.

За короткий срок, именуемый "переходным периодом", отечественная система телевидения проделала гигантский путь преобразований: перестала быть партийно-государственной монополией, произошло разделение телекомпаний на программопроизводителей (продюсерские компании) и вещателей (появились и посредники между первыми и вторыми - дистрибьюторы). В результате возник рынок программ.

Если все "разнообразие" советского телевидения сводилось к делению на центральное и местное вещание, то середина 90-х гг. характеризуется более сложной классификацией:

По способу трансляции:

эфирное (все вещательные организации, использующие традиционный способ распространения телесигнала от телевышки до телесистемы потребителя);

спутниковое (например, "Космос-ТВ" - совместное российско-американское предприятие, предлагающее российскому потребителю спутниковые телепрограммы западных компаний; в России эру непосредственного спутникового телевещания в конце 1996 г. открыли четыре телеканала "НТВ плюс");

кабельное (компания "КТВ-1", кабельные сети в городах России.

По типу деятельности:

вещательные (осуществляющие телетрансляцию программ, в большинстве своем это универсальные телеорганизации, имеющие и собственное телепроизводство, и доступ к эфиру);

программопроизводящие (продюсерские фирмы);

дистрибьюторы (своеобразная инфраструктура телевещания).

По принципу образования:

из старых структур (ВИД, АТВ и т.п.);

новообразованные ("ТВ-6 Москва", "Русская тройка видео" и др.).

По охвату аудитории:

общероссийское (РТР) - аналог Центрального телевидения (в еще большей мере это относится к следующему пункту);

межгосударственные (с некоторой натяжкой сюда можно отнести ОРТ);

региональные ("Юг России");

местные (от областных телестудий до кабельных сетей микрорайона).

По способу распространения телесигнала:

общенациональные (ОРТ, РТР);

сетевые ("ТВ-6 Москва");

местные.

По специализации программ:

общие (ВИД и т.п.);

специализированные (Воен ТВ).7. По форме собственности:

государственные;

негосударственные, среди которых имеются все разнообразные дозволенные законом формы собственности:

частные (Рен-ТВ, Гимини фильм Интернешнл);

акционерные общества:

открытого типа (Центр коммерческого телевидения), закрытого типа ("2 х 2 Телемаркет");

общества с ограниченной ответственностью (Агентство Парадиз);

товарищества с ограниченной ответственностью (Екатеринбург Арт Home Video).

Здесь можно встретить и другие названия:

корпорация (Видеофильм);

киноассоциация (Dixi - создатель знаменитой программы "Куклы" на НТВ, пострадавшая сторона в истории с программой "Национальный интерес");

продюсерский центр ("Московский стиль" - производство программ "Момент истины", "Маски-шоу"; "Джентльмен-шоу");

концерн ("Красная площадь" - основатель, продюсер и директор Валерий Комиссаров, программы "Мужские и женские истории", "Моя семья");

независимая телестудия (ИМИ-ТВ, Уралфильм);

смешанные компании с участием зарубежных инвесторов (АОЗТ Российско-Британская творческая ассоциация "Ист-Вест").

Однако сколь бы коренными ни были изменения, они базируются на созданном за прошедшие десятилетия фундаменте:

В СССР существовала гигантская по своим масштабам, практически не имеющая аналогов в мировой практике унифицированная техническая система распространения телевизионных программ по всей необъятной территории страны, имеющей сдвиг по времени в шесть часовых поясов.

Имеющаяся материально-техническая база распространения телепрограмм (спутниковая связь, ретрансляционная сеть, тысячи километров радиорелейных линий), бывшая основой общесоюзного вещания, по-прежнему может служить могущественным средством консолидации общества в многоликом и разноязычном человеческом сообществе.

Сочетание центрального и местного, регионального вещания создавало предпосылки, с одной стороны, для удовлетворения различных потребностей зрительской аудитории, а с другой - для осуществления опосредованных управленческих функций на различном уровне. В нынешних условиях нетрудно представить себе выполнение этих функций как на региональном, так и на межгосударственном уровне.

## Многонациональный характер телевидения

Отработанные формы централизованного руководства телевизионной системой предполагали возможность определенного преодоления стихийности в процессе развития, сбалансированности центробежных и центростремительных тенденций, аккумуляции и быстрого распространения опыта во всех областях: техники и технологии, организации производства и творческого процесса, совершенствования форм вещания и управления.

Однако партийно-государственный монополизм в любой социальной сфере, в том числе и в сфере телевидения, становился тормозом в развитии, доводил до абсурда даже самые положительные явления.

Следует различать, с одной стороны, диалектические противоречия, неизбежные при тоталитарном режиме, когда всякий плюс неизменно превращается в минус, и, с другой стороны, неиспользованные, нереализованные возможности (тормозные функции монополизма):

Уровень научно-технического прогресса в области телевизионной техники у нас значительно ниже, чем в развитых странах Запада. Это прежде всего касается технических средств создания и воспроизведения телепрограмм, а также их распространения и приема.

Ставка на общегосударственную централизацию телевизионного вещания со временем стала тормозом в естественном развитии телевизионной системы, а в идеологическом плане привела к интеллектуальной и культурной унификации - "лучшему средству" манипулирования общественным сознанием в угоду партийно-номенклатурной доктрине казарменного социализма и как следствие к утрате телевизионным вещанием диалогических свойств (речь идет не о жанровых особенностях, а о природном качестве ТВ, являющемся основой его изначального демократизма).

Жесткое регламентирование деятельности регионального ТВ из центра, диктат местного партийного руководства вели к вышеуказанным негативным явлениям, вдобавок еще более снижая авторитет местных телеорганизаций (иногда этот "авторитет" становился величиной отрицательной. Однако справедливости ради надо сказать, что в отдельных случаях местные тележурналисты вопреки всему создавали популярные телепрограммы, в творческом отношении опережая окостеневшее ЦТ).

Коммунистические идеологии недавнего прошлого проводили весьма зыбкую грань между национальным и национализмом, а последний, трактуемый лишь с позиции "революционного правосознания", влек за собой жесткие репрессии, поэтому национальное на ТВ по преимуществу выражалось лишь в языке вещания. Наконец, телевизионное вещание в СССР осуществлялось на 45 языках, а проживали на его территории больше ста наций и народностей.

Бюрократическая система централизованного управления считает свою деятельность самоценной и самодостаточной, стремится к выработанным ею же абстрактным унифицированным показателям, омертвляя любое живое дело, препятствуя любым формам прогресса в любой области, не укладывающимся в рамки плановой системы и устоявшихся традиций.

Именно поэтому первые признаки крушения тоталитарного режима, признания принципов парламентаризма, многопартийности и плюрализма мнений со всей очевидностью продемонстрировали, что система Гостелерадио изжила себя и требует таких же радикальных преобразований, как и многие другие социально-политические институты в стране.

Движение к гражданскому обществу, строительство общественно-правового телевидения требуют совершенствования законодательной базы деятельности ТВ. Закон о средствах массовой информации снял некоторые проблемы во взаимоотношениях властных структур и журналистских коллективов, обеспечил определенную правовую базу деятельности СМИ, но не решил огромного числа специфических телевизионных проблем.

Дальнейшему совершенствованию отечественной системы телевещания способствовало бы достижение основных целей, сформулированных авторитетной международной Комиссией по политике в области радио и телевидения ("комиссия Картера-Сагалаева"):

внедрение неизменной, предсказуемой, рациональной и независимой от политических соображений системы лицензирования;

диверсификация владельцев средств распространения радио - и телесигналов;

поощрение перехода от связанного с государством к негосударственному общественному вещанию и создание надлежащих источников финансирования общественного телевидения;

использование преимуществ новейшей телекоммуникационной технологии для расширения разнообразия источников информации и снижение расходов на содержание телепрограмм.

Сюда же следует отнести два принципиально новых явления, получивших развитие на отечественном ТВ в самое последнее время:

переход от жесткой вертикали (вершина пирамиды - Гостелерадио, которому подчиняются республиканские, краевые, областные и городские телерадиокомитеты) к горизонтальным связям между различными телеорганизациями;

освоение хорошо знакомого на Западе, но принципиально нового для отечественной телесистемы сетевого принципа распространения телепрограмм.

Оба эти явления взаимосвязаны.

Наиболее простая форма горизонтальных связей - ассоциация. Первая в России Международная ассоциация радио и телевидения (МАРТ) образовалась в 1991 г. как союз кабельного и эфирного телевидения (СКЭТ). В настоящее время МАРТ объединяет 70 региональных телестанций. Ассоциация помогает своим членам правильно оформить лицензии, приобрести необходимое оборудование и съемочную технику, предоставляет высококвалифицированные юридические консультации, бесплатно обеспечивает информацией с помощью ежемесячного бюллетеня "Март".

Ассоциация спутникового телевидения (ACT) была создана в 1996 г. как открытое акционерное общество. "Телеканал 2 х 2" начал реализацию проекта ACT в августе 1995 г. на базе существующей собственной сетки дневного вещания. Этот проект предусматривал распространение ТВ-программ из Москвы через систему спутниковой связи на всю территорию России, стран-членов СНГ, места компактного проживания русскоязычного населения (страны Балтии, Болгария, Израиль, Кипр) и привлечение местных телекомпаний для ее ретрансляции с включением собственных программных блоков.

К середине 1996 г. успешно завершены несколько этапов реализации проекта, что позволило перейти на вещание 17,5 часа в сутки, к жесткому сетевому программированию, сформировать основы сети. Телеаудитория в Российской Федерации, получающая программы ACT, составляла 25 млн. человек (214 городов и населенных пунктов, исключая московский регион) и 24 млн. человек в странах СНГ.

Партнерские отношения с региональными телекомпаниями - основной принцип работы ACT. Сотрудничество с открытыми телеканалами не предусматривает оплаты программ. Региональным телекомпаниям ежедневно предоставляется около 50 минут для размещения местной рекламы в программах ACT. Также для них предусмотрены окна общим объемом не менее четырех часов прайм-тайм (по местному времени). Доход от размещения местной рекламы принадлежит региональным телекомпаниям.

На 1 января 1997 г. программу телеканала ACT могли смотреть в 270 городах и населенных пунктах, исключая московский регион. Вот такое "наследство" получила новая телекомпания "ТВ-Центр", вещающая на третьей "кнопке" метрового диапазона (вместо МТК и "2 х 2").

В 1996 г. Федеральная служба телевидения и радиовещания Российской Федерации (ФСТР) создает Фонд федеральных проектов и целевых программ телевещания (ТВ-фонд), деятельность которого включает:

обеспечение региональных телекомпаний РФ отечественной телевизионной продукцией (цикловыми телепрограммами и фильмами);

организацию производства и распространения телепрограмм с участием региональных телекомпаний;

организацию и проведение конкурсов, смотров, фестивалей, семинаров и других мероприятий, способствующих обмену опытом и повышению уровня регионального телевидения РФ;

осуществление телевизионных проектов и целевых программ телевещания, имеющих федеральное значение.

Договоры на регулярное получение телепродукции в 1996 - 1997 гг. от ТВ-фонда заключили ГТРК республик Хакасия и Марий Эл, Камчатка, Бурятия, Калмыкия, Дагестан, Удмуртия, Еврейская автономная область и еще 50 областных и краевых государственных телерадиокомпаний.

Типичное явление последних лет - межрегиональные телеассоциации. Союз независимых телерадиокомпаний Кубани "Контраст" создан в 1996 г. с целью расширения рекламного рынка, совместной закупки телепродукции, обмена информацией и объединяет 29 ТРК Краснодара, Новороссийска, Армавира, Геленджика, Сочи, в том числе небольшие компании станиц Мостовая, Отрадная, Полтавская и др.

Телеканал "Восток" объединил 24 телекомпании: "10-й канал" (Екатеринбург), "Панорама" (Асбест, Свердловская обл), "Ветта" (Пермь), "Антенна-7" (Омск), "Телемагнит" (Магнитогорск) и др. В каждой из компаний ежедневно от 17.00 до 00.00 по местному времени идет четырехчасовой блок программ телеканала "Восток": художественный фильм, сериал, мультфильм, развлекательная программа, документальный фильм.

Сюда же следует отнести такие общественные некоммерческие организации, как Национальная ассоциация телевещателей (HAT) и Российская ассоциация региональных телекомпаний (РАРТ).

HAT создана в 1995 г. Основные направления деятельности:

представительство и защита интересов телевещателей в законодательных и исполнительных органах государственной власти (Государственная дума, Совет Федерации, ФСТР России, Министерство связи РФ, Госсвязьнадзор, федеральная и региональные налоговые службы);

информационное обеспечение телекомпаний в вопросах законодательства, налогообложения, технического контроля, лицензирования и др.;

практическое содействие членам ассоциации в профессиональной подготовке кадров;

расширение деловых международных контактов на рекламном, программном и техническом рынках с предоставлением равных возможностей всем членам HAT.

Ассоциация разрабатывает спецификацию оборудования по запросам телекомпаний и ведет переговоры с фирмами по групповым закупкам с предоставлением пакета льгот и скидок для членов HAT.

Согласно уставу HAT, единственным условием членства в ассоциации является наличие государственной лицензии на вещание и соблюдение правовых и этических профессиональных норм деятельности. Сходные задачи ставит перед собой Российская ассоциация региональных телекомпаний:

защита интересов телекомпаний-членов РАРТ в федеральных органах государственной власти;

представление интересов своих членов в международных неправительственных организациях;

организация и проведение консультаций и семинаров по широкому кругу вопросов правового обеспечения деятельности региональных телекомпаний;

информационные услуги по широкому спектру организационных, технологических и материально-технических проблем, связанных с развитием российской телевизионной сети;

проведение ежегодного фестиваля российских региональных телекомпаний.

Членами РАРТ являются 58 телекомпаний от Архангельска до Ярославля.

Первой сетевой принцип распространения телепрограмм начала осваивать МНВК "ТВ-6 Москва". Таким же путем пошли владельцы Рен-ТВ, сделав своим партнером в регионах независимую вещательную систему (НВС), которая объединяет 125 региональных негосударственных телекомпаний России и стран СНГ.

Независимая вещательная система (НВС) - одна из первых телевизионных сетей, объединившая региональные негосударственные телекомпании России и СНГ. Программы НВС транслируются национальными телевизионными сетями Украины ("УШКА"), Казахстана и Киргизии ("Сары-Арка"), Белоруссии ("ТВС"), Молдовы ("DTG"), Грузии ("TNG") и Армении ("НВС Армении").

НВС образовалась в 1993 г. из небольшой группы независимых телекомпаний и в настоящее время объединяет 62 телевизионные станции России, охватывающие своим вещанием 95 городов. Зрителям предлагается широкий набор высококлассных программ, которые транслируются станциями сети по жесткому сетевому расписанию. Однако внутри сетевого программирования предусмотрены значительные окна для местных программ, имеющих в провинции высокие рейтинги. Объединение сети НВС с одним из лучших производителей телевизионных программ - телекомпанией "Рен-ТВ" дало мощный импульс для развития сети. Лучшие программы "Рен-ТВ" уже заняли свое место в программной сетке НВС. Для реализации совместного проекта "Рен-ТВ - НВС", осуществление которого началось в январе 1997 г., было приобретено уникальное программное обеспечение. Впервые в Россию был продан пакет программ, содержащий такие мировые хиты, как "Секретные материалы", "Закон Лос-Анджелеса", мультсериал "Симпсоны", большой пакет художественных фильмов и другие программы, имеющие высокие рейтинги во всем мире.

НВС - добровольное объединение телекомпаний. Для вступления в него в первую очередь необходимо желание самой телекомпании работать по принципам телесети. Вступительные или какие-либо другие взносы не требуются.

Самая молодая российская телевизионная сеть - СТС, созданная на деньги американской телекоммуникационной корпорации "Стори-Ферст", контролирующей более 40 телеорганизаций Восточной Европы, начала работу 1 декабря 1996 г. Вещание на территории России от Калининграда до Красноярска ведется со спутника "Горизонт" в цифровом стандарте с временным сдвигом 0, +2, +4, +6 часов для соответствия местному времени региональных телестанций, что обеспечивает выход программ в удобное для зрителей время.

Сеть располагает мощной инвестиционной базой для закупки и собственного производства программ. В сетке вещания СТС соблюдается строгий баланс между отечественными, европейскими и американскими передачами. Команда профессионалов, работающих в СТС, наладила тесные отношения с ведущими мировыми производителями телевизионной продукции - студиями "Уолт Дисней", "Уорнер Бразерс", "Нью Уорлд". Событиями стали премьеры канала - сериалы "Красавица и чудовище", "Альф", "Даллас".

Департамент развития сети СТС активно заключает договоры с региональными телевизионными станциями, которые хотят присоединиться к сети СТС. К 1997 г. сетевые договоры подписали более 80 телекомпаний, которые транслируют программы в 95 городах 44 регионов России, в том числе в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Перми, Самаре, Омске, Нижнем Новгороде, Казани, Ульяновске, Саратове, Краснодаре, Ставрополе, Тамбове, Липецке, Орле, Рязани, Новгороде, Ярославле, Воронеже и др.

Впервые в практике отечественного телевещания телекомпания СТС в марте 1997 г. начала многопоясную передачу сигнала в режиме реального времени для каждого из часовых поясов. Таким образом, уходит в прошлое громоздкое и дорогостоящее вешание на каждый часовой пояс в отдельности.

Для формирования программы в студии применяется самое современное цифровое оборудование, впервые использована комбинация ленточной и дисковой технологий.

Традиционная выдача программ с видеолент осуществляется в автоматическом режиме: группа выпуска формирует в компьютере "play-лист" с порядком прохождения программ, компьютер управляет роботизированным портом, который включает в себя четыре цифровых видеомагнитофона, шкаф для хранения готовых к эфиру видеокассет и робота с "лапой"-манипулятором для смены кассет в соответствии с "play-листом". Перед эфиром кассеты закладываются в шкаф, каждая кассета снабжена штрих-кодом для фотосчитывателя, робот перед эфиром проверяет кассеты на соответствие утвержденной программе и производит зарядку кассет в нужной последовательности. "Сердцем" многоканальной системы является видеосервер-накопитель, обеспечивающий возможность передачи нескольких цифровых сигналов с временным сдвигом на все часовые пояса. Контроль над работой всей передающей системы осуществляют всего два человека: выпускающий и инженер.

Освоение сетевого принципа организации телевещания успешно проходит и в регионах. Негосударственная телекомпания "Ника-ТВ" (Калуга) с целью расширения зрительской аудитории объединила в сеть вещания 14 других независимых телекомпаний как равноправных партнеров, участвующих в формировании общей программной политики.

Межрегиональная телесеть "Кавказский регион" объединила независимые телекомпании Армавира, Владикавказа, Кисловодска, Лермонтова, Нальчика, Пятигорска, Ставрополя и Черкесска. В подобную телесеть "Сибирский регион" входят телекомпании Барнаула, Бийска, Владивостока, Иркутска, Кемерова, Красноярска, Новосибирска, Омска, Томска, Улан-Удэ и Хабаровска.

Антенное (или эфирное) телевидение, исчерпав возможности метрового диапазона, все активнее использует дециметровый. Растет число кабельных сетей, меняется характер вещания КТВ - уходит в прошлое пиратский прокат зарубежных кинолент, большинство станций использует только лицензионную продукцию, а также готовит собственные передачи. Все большее развитие получает спутниковое телевидение, в начале 90-х гг. казавшееся чрезвычайно далекой перспективой. Большой резонанс получило осуществление проекта "НТВ плюс" - создание первых отечественных каналов спутникового телевещания: I - "Спорт", II - "Музыка", III - "Мир кино", IV - "Наше кино".

Опережающими темпами развивается региональное телевещание. В Нижегородской области, кроме государственной телерадиокомпании "Нижний Новгород", вещает десяток других: "ННТВ" (учредитель - областное Законодательное собрание, арендует 4-й метровый канал у областного телецентра, вещание по понедельникам, четвергам и пятницам); коммерческие станции "Сети НН" (свой 12-й метровый канал); "Волга" (свой 7-й метровый канал); "Стрежень" (свой 49-й дециметровый канал); "Нижегородская ярмарка" (3 часа в эфире на канале телекомпании "Волга"); "Ника-ТВ" (свой 31-й дециметровый канал, среди учредителей - американская компания GFC); "Эйкел-ТВ" (свой 44-й дециметровый канал). Кроме того, в Дзержинске работает телекомпания "Ока-ТВ" - дочернее предприятие телекомпании "Волга", в Сарове - "Канал-16", в Арзамасе - муниципальная телекомпания.

В Красноярском крае, кроме ГТРК, работает знаменитая компания "Афонтово", имеющая два своих канала - 9-й метровый и 22-й дециметровый; вещает круглосуточно, входит в независимую вещательную сеть, ретранслирует программы НТВ, Рен-ТВ, а также WTH, готовит ежедневные "Новости" (хронометраж 25 мин), ежедневный информационно-развлекательный блок "Утренний кофе с Афонтово" (2,5 часа), еженедельную аналитическую программу, детскую - "Решето чудес", "Спорт-ревю", "Ева+" и др.

В краевом центре работают коммерческие телестанции "ТВК - 6-й канал" (учредители - алюминиевый завод и "Стройкомбанк"), "Прима-ТВ", "Телесфера", "Русская студия" (во всех учредители - физические лица).

Есть ГТРК в Норильске и на Таймыре. В Норильске также работает коммерческая телекомпания "Модем", в Канске - "Канск - 5-й канал", в Ачинске - "Ачинск-ТВ", в Железногорске - "Канал-12" и "Эридан".

По данным Госкомстата России, население России на 1 января 2000 г. составило 145 561,1 тыс. человек; в "телевизионном возрасте" - около 140 млн.; 97% семей имеют один и более телевизионных приемников, 90% из них - цветного изображения (почти полное вытеснение черно-белых телевизоров - один из первых признаков "телевизионной революции" в постперестроечное время).

Исследователи телеаудитории отмечают заметное увеличение времени (до 4,5 часа в сутки), которое расходуется на просмотр телепередач. Это еще одна особенность переходного периода, во многом объясняемая кризисом большинства учреждений культуры, дороговизной прессы и другой печатной продукции, безработицей и неполной занятостью и т.д. В больших городах увеличилась аудитория дневных и особенно ночных телепрограмм, в провинции телепросмотр раньше начинают и раньше завершают.

Внедрение рыночных отношений, различных форм собственности, свободное, нерегламентируемое ничем, кроме законов, развитие вызвали к жизни принципиально новую телевизионную ситуацию в стране. Происходит тот самый количественный скачок, прорыв на отечественном фронте телевизионной многопрограммности, о котором в советские времена нельзя было даже помыслить.

В процессе бурного развития телесистемы важно осмыслить необходимость сохранения вещательной структуры, соответствующей бывшему общесоюзному телевещанию. Приведем некоторые аргументы в пользу упрочения, развития и совершенствования на новом витке исторической спирали по-своему уникального явления, называвшегося Центральным телевидением:

Существующая материально-техническая база бывшего общесоюзного ТВ при всех своих недостатках в ряде основополагающих компонентов не подлежит дроблению, если мы не хотим попросту уничтожить сложную коммуникационную систему. Спутники связи можно использовать для получения телесигнала на локальной территории, но этот сигнал все равно будет доступен в куда более обширном радиусе действия ИСЗ. И хотя запуск спутника стоит не так уж дорого (60 млн. рублей в масштабе цен конца 90-х гг.), дело даже не в том, что индивидуальные ИСЗ нерентабельны для небольшой территории, - куда важнее, что и пространство космоса (околоземного пространства) небеспредельно, и число вещательных частот ограничено.

Борьба за общее экономическое пространство на территории бывшего СССР, как считают специалисты, - залог будущего оздоровления экономики. В то же время общее единое телекоммуникационное пространство - очевидная реальность, созданная имеющейся материально-технической базой телевидения.

Чрезвычайно важным фактором является почти полное совпадение телекоммуникационного пространства с информационным пространством, т.е. наличие общезначимой информации и потребность в ней совпадают с возможностями ее распространения. Специфическую информацию, характерную для того или иного региона, той или иной группы общества (части аудитории), распространяют региональные, профильные телеканалы. Но существует и более общий пласт информации, представляющий интерес для совокупности аудиторий, имеющих возможность приема интегрированного (центрального) телеканала, который должен стать средством обмена телевизионной, информацией, средством межнационального, межгосударственного общения. Это уже экстерриториальный, транснациональный телеканал, распространяющий интегрированные программы.

Общая природа изобразительных средств, видеоязыка современного телевидения очевидна. Содержание любой "картинки", появляющейся на экране телевизора, понятно каждому телезрителю. Однако главным носителем содержательной информации (идеи, мысли) является вербальный язык как составная часть аудиовизуального образа. Языковой барьер непреодолим в коммуникационном акте, в процессе обмена информацией. Но в телекоммуникационном пространстве бывшего Советского Союза данной проблемы практически не существует, ибо издавна установившееся официальное двуязычие во всех национальных образованиях, широкое распространение русского языка как средства межнационального общения делает доступной любую информацию на одной шестой части планеты и везде, где есть русскоязычное население. Таким образом, телевидение становится также инструментом обслуживания русской диаспоры во всем мире (при наличии соответствующих технических условий).

Если мы говорим о крахе политики изоляционизма, об уничтожении вместе с "железным занавесом" его информационного эквивалента, если мы строим гражданское общество, признаем приоритет общечеловеческих ценностей, значит, не только желательна, но и неизбежна наша интеграция в систему мировидения. Но для этого куда больше возможностей у первично интегрированного (межгосударственного, транснационального) ТВ, чем у различных его компонентов, какими бы развитыми сами по себе они ни были.

И наконец, интегрированный межгосударственный телеканал со временем будет обладать суммарным авторитетом территорий, которые окажутся в зоне его действия. Здесь рациональнее и эффективнее проводить крупные культурные и пропагандистские акции, а также сообща финансировать научные исследования, совместные программы технического развития. Кроме того, участие в интегрированном телеканале (в том числе путем купли-продажи цикловых передач или разовых программ, телесериалов и отдельных рубрик) - стимул для саморазвития региональных телеорганизаций.

Дальнейшее развитие "экономического плюрализма" ведет к подлинной многопрограммности. Когда-то считалось, что отечественному ТВ достаточно пяти каналов, а сегодня в Москве, кроме семи эфирных каналов, повсеместно принимают еще один-два кабельных, около десятка в дециметровом диапазоне. Кроме того, можно подписаться на просмотр (без установки "тарелки" - антенны спутникового телевидения) пакета программ 9 или 16 зарубежных каналов, среди которых английская Би-би-си, французская ТВ-5, германская ПРО-7, американский Суперчэнел, Евроспорт, Евроньюз, Си-эн-эн, МТВ и др.

Что же касается владельцев спутниковых антенн, то специалисты утверждают, что в Москве и ее окрестностях можно принимать более ста телеканалов. Спутники Intelsat транслируют 5 телепрограмм Италии, 4 - Норвегии, 3 - Англии. Спутники Astra позволяют принимать 9 программ телевидения Германии, Англии, США. Спутник Turksat транслирует 9 турецких телеканалов. После запуска принципиально нового спутника Hot Bird (Жар-Птица) в Москве можно принимать при помощи "тарелки" диаметром всего 90 см 16 телеканалов со всего света.

Таким образом, мировидение становится реальностью, и российская телеаудитория постепенно приобщается к общемировому информационному телеобмену.

Что касается дифференциации, профилирования отечественных телеканалов в процессе развития многопрограммности, то она будет протекать

по тематическому признаку: информация; музыка; кино; культура и искусство и т.д.;

по аудиторному (адресному) признаку: для детей; для молодежи; для женщин; для пенсионеров; для пожилых людей; для домохозяек и т.д.;

по национальному признаку: республиканская программа; программа для национальных групп населения; программа для проживающих вне территорий своих национальных образований;

по территориальному признаку: общегосударственная (интеграционная - межгосударственная, зарубежная, на зарубежную аудиторию) телепрограмма, местная (региональная, вплоть до кабельной сети поселка, микрорайона) программа;

по временному признаку: круглосуточные программы; программы, вещающие определенное время (или с плавающим графиком вещания);

по источнику финансирования: государственный (бюджетный) телеканал; платный (функционирующий за счет абонементной платы телезрителей либо подписной, по аналогии с печатной периодикой); общественный (работающий за счет фондов общественных организаций, добровольных пожертвований предприятий и частных лиц); коммерческий (самоокупаемый, прежде всего за счет рекламы); арендный (политическая партия, общественное движение, государственная или кооперативная организация, частное лицо или программная телефирма арендуют время у вещательной организации).

Независимо от технической и организационной базы реализации вещательной деятельности любой действующий или вновь создаваемый телеканал будет непременно обладать одним или несколькими указанными типологическими признаками.

Однако сегодняшние функции телеэкрана не ограничиваются возможностями вещания. Телеэкран становится все более полифункциональным. По крайней мере три его функции общеизвестны: телевизор, видеотелефон и дисплей компьютера. Собственно телевидение включает в себя следующие разновидности:

антенное (традиционное, классическое, трансляционное) телевизионное вещание;

спутниковое (непосредственное, глобальное, всемирное) телевидение (мировидение);

кабельное (абонентское) телевидение;

кассетное (видеотечное) телевидение - видеодиски (лазеровидение);

титровое телевидение - видеотекс, телетекст.

Единственной средой бытования и формой существования традиционного антенного телевещания является телевизионная программа, характеризуемая прежде всего необратимым временным фактором. Спутниковому и кабельному ТВ далеко не в такой степени присущи характерные признаки программности, а система повторов отдельных передач и целых программных блоков ослабляет фактор необратимости времени трансляции. Более того, неограниченное по времени (круглосуточное, не принимающее во внимание время суток, ибо зона приема телесигнала нередко столь велика, что режим дня у различных групп телезрителей не совпадает) вещание рождает новые формы организации телепрограммы. Чаще всего тот или иной канал спутникового ТВ специализируется на одном из видов вещания: Си-эн-эн - круглосуточные новости со всех уголков планеты, Эм-ти-ви - телеканал современной музыки, действующий по принципу "нон-стоп".

На кабельном ТВ количество телевизионных каналов неизбежно ведет к новому качеству дифференциации вещания по зрительским интересам. И все же антенное, спутниковое и кабельное ТВ используют форму вещания, трактуемого как специфический способ распространения общественно значимой информации техническими (аудиовизуальными) средствами.

Для кассетного телевидения не характерны ни программность, ни вещательные характеристики, что объясняется почти полной индивидуализацией использования видеокассет зрителями, возможностями их просмотра в любое удобное для владельца видеомагнитофона время. Воспринимаемое многими как продолжение кинематографа, кассетное ТВ сейчас обретает черты самостоятельного, весьма оригинального и эффективного средства массовой информации. В качестве примера можно привести видеожурнал типа "Огонек-видео", кассеты которого не просто служат иллюстрацией, видеодополнением популярного массового издания, но обладают чертами нью-медиа с ярко выраженными информационными, пропагандистскими, социокультурными, просветительскими и рекреативными функциями.

Логически рассуждая, можно предположить, что при всемерном распространении кассетного и многоканального кабельного ТВ, имеющего значительное количество художественных программ, для антенного телевидения появится необходимость в немалой степени сократить развлекательный раздел вещания. Уместными здесь будут лишь яркие премьеры художественных произведений собственно телевизионного производства, прямые трансляции уникальных публичных выступлений художественных коллективов, хорошо сделанная культурная хроника. Все виды телепродукции - от различных сериалов до классики киноискусства и золотого фонда музыкальной культуры - удел специализированных каналов кабельного ТВ, кассет и видеодисков.

Глобальный характер спутникового ТВ требует информации соответствующего характера: ее уровень, значимость, глубина осмысления и яркость формы должны совпадать с масштабами потенциальной аудитории. Разумеется, и степень интернационализации этой информации должна быть несравненно выше, чем у национальных телесетей, что не означает отказа от национального своеобразия.

Первое спутниковое телевидение на русском языке - "НТВ плюс" - вещает с ноября 1996 г. Первоначально оно включало в себя четыре, потом пять основных каналов, а также (за отдельную плату) ночной канал. За два с половиной года на "НТВ плюс" подписались более 150 тыс. человек. Первое действительно частное ТВ, совершенно независимое от государства, но действующее лишь при наличии принимающей тарелки, пережило два кризиса. Первый - творческий. По большому счету зрелищными оказались только спортивный канал и "Мир кино". "Наше кино" грешило частыми повторами, что можно объяснить трудностями, переживаемыми отечественным кинематографом. Эротика, которую так ждали отдельные подписчики, не оправдала их ожиданий. Пошел вал критических писем, некоторые отказывались вносить абонентскую плату. Однако сама плата была стабильной и достаточно низкой, что дало возможность постоянно увеличивать количество "тарелок".

Но тут разразился финансовый кризис 17 августа 1998 г. "НТВ плюс" решило игнорировать крах рекламного рынка и резкое уменьшение доходности от телепродукции и пошло на новый весьма смелый проект: переход с аналогового на цифровое оборудование. На это холдинг "Медиа-Мост" затрачивает огромные средства. В подмосковном Сколкове в рекордные сроки возводится первая очередь приемно-передающего комплекса, предназначенного для цифрового вещания и управления собственным спутником.

Спутник "Бонум-1/Мост-1" был выведен на орбиту с мыса Канаверал в США 22 ноября 1998 г. В начале 1999 г. спутник обеспечивал трансляцию 18 телеканалов, преимущественно на русском языке. Кроме старых, выходящих на аналоговом ТВ, это еще один детский канал "Nickelodeon" западного образца, из спортивных - два новых: "Eurosport" и собственный чисто футбольный канал, популярные повсюду в мире научно-познавательные программы "Animal Planet" и "Discovery". Любители боевиков получили возможность смотреть их 24 часа в сутки в режиме "non-stop". Канал "Romantica" удовлетворяет любителей латиноамериканских мыльных опер. В апреле 1999 г. спутниковых каналов стало 20: добавился хорошо раскрученный в США "Hillmark", показывающий телевизионные фильмы и мини-сериалы, и еще один детский - "Fox Kids". Это количество программ укладывается в восемь вариантов подписки. Продажу аналогового оборудования компания прекратила, но заверила владельцев аналоговых комплектов, что будет продолжать вещание до тех пор, пока последний из них не будет заменен на цифровой.

Для наших соотечественников за рубежом в Западной Европе и Израиле русскоязычное вещание осуществляет "HTB-International".

В любом случае очевидно, что до тех пор, пока спутниковое телевидение не станет столь же привычным, как и антенное, организаторам этой формы вещания следует учитывать ожидания телеаудитории, ее потребности в хроникальной и культурной информации мирового значения.

Спутниковое телевидение стало престижным и модным не только в Западной Европе и Америке. В бывших социалистических странах и в бывших советских республиках сегодня наблюдается откровенный "бум" спутникового ТВ. В качестве примера можно привести сеть спутниковой связи "Ямал", созданной в 1992 г. открытым акционерным обществом "Газпром", в которое, кроме газодобывающих гигантов Тюмени, Надыма, Уренгоя и Ямбурга, вошла ракетно-космическая корпорация "Энергия" им. С.П. Королева. В настоящее время система "Ямал" использует геостационарный космический аппарат "Горизонт", дающий возможность распространения от одной до четырех телевизионных программ в одном стволе спутникового ретранслятора. В системе используется цифровое кодирование и уплотнение телевизионных сигналов с высокой степенью сжатия.

Масштабы развития сети спутниковой связи "Ямал" таковы: в 1997 г. охват - 10 млн. жителей Сибири и Крайнего Севера; в 1998 г. - расширение зоны охвата до 45 млн. телезрителей; в 1999 г. - охват 70% территории Российской Федерации и СНГ. В 2000 г. ожидается полномасштабная реализация системы распространения, включая территории стран Балтии, Центральной и Западной Европы (Польши, Венгрии, Чехии, Австрии, Германии, Франции и др.).

Пока возможности вещания системы "Ямал" не превышают 4 часа в сутки, после запуска ретрансляторов "Ямал-100" предусматривается увеличение времени передач до 12 часов в сутки. Спутники "Ямал-100" создаются ОАО "Газпром" совместно с ракетно-космической корпорацией "Энергия" при техническом участии американских аэрокосмических фирм. Здесь применяются самые последние достижения космической техники и технологии, электроники, двигателестроения.

Все большее распространение в мире получает так называемое компьютеровидение - своеобразный кентавр с телеэкраном вместо головы и ЭВМ вместо туловища. Сейчас трудно сказать, что более повлияет на внутренний мир нынешнего подрастающего поколения - школьное образование, учебно-просветительские программы ТВ (и антенного, и спутникового, и кассетного вместе взятых) или видеоигры - один из наиболее перспективных разделов компьютеровидения.

Но в электронные игры включаются не только дети. Специальные программы научат управлять автомобилем и самолетом, атомной электростанцией и транснациональной компанией, почувствовать себя в кресле президента или главнокомандующего. Симбиоз телеэкрана с ЭВМ последнего поколения позволяет синтезировать трехмерные изображения, создающие невиданные ранее возможности для "бизнес-график" - машинного проектирования, особенно промышленного дизайна. Специалисты называют эту новую функцию телеэкрана инфографией.

Компьютерная графика уже сегодня заняла заметное место в оформлении телепередач. Это реальный путь к стереотелевидению.

К телевизионным новинкам следует отнести также телетекст, видеотекс, телефаксимиле, другие системы персонального информирования потребителей. Все это так называемое титровое телевидение. Видеотекс - принятое во многих странах мира обозначение для интерактивных служб - систем передачи информации по проводам телефонной сети. Не следует путать его с термином "видеотекст", означающим способ передачи текстовой и графической информации через эфир, по каналам телевидения, параллельно с обычными вещательными программами. Этот способ во всем мире именуется "телетекстом". Получение печатной копии с телевизионного изображения называется репрографией.

Интерактивные мультимедиа - одно из наиболее перспективных направлений в развитии ТВ. Телевидение впервые применило своеобразную систему интерактивного ТВ во время Олимпийских игр в Барселоне. До начала соревнований журналисты имели возможность выбирать потенциальных победителей, а в последний момент перед финишем состязания могли получить конкретный результат прогноза, который потом легко сравнить с истинным результатом.

Испанское телевидение (RTVE), не желая останавливаться на достигнутом, совместно со специально созданным предприятием, приступило в 1993 г. к передаче экспериментальных программ в рамках интерактивной системы. Для успешного приема интерактивных передач RTVE использует особый прибор под названием TELEPICK. В его состав входят декодер, микрокомпьютер, монитор, принтер и модем. Примечательно, что такая система не влияет на нормальную работу обычной телесети.

"TELEPICK" подключается к телевизору и телефонной линии. Таким образом телезритель получает, например, возможность участвовать в разгадке слов во время телеигры типа "Поле чудес". Во время передачи о кулинарном искусстве достаточно нажать клавишу автоматического запроса и через несколько секунд можно получить на принтере запись того или иного рецепта. Так же легко, путем нажатия специальной кнопки, большинство зрителей выбирают один из двух блоков передач (в каждом один художественный и один документальный фильмы или мультфильм и сериал). Используя клавиатуру приемной системы, можно получить приз за победу, вступить в прямой контакт с участниками игры "по другую сторону экрана".

Разработаны проекты использования такой интерактивной системы для оперативного приобретения авиабилетов или билетов в кинотеатр, не выходя из дома.

Недалек и тот день, когда можно будет "дозировать" объем сцен насилия и непристойностей на экране своего телеприемника. Компания "Video Freedom" из Сан-Диего считает, что при помощи новых технологий телезритель сможет легко и просто контролировать содержание любой программы. Специальная система способна отобрать шокирующий материал по четырем категориям: секс и нудизм, насилие, ненормативная лексика. Телезрителю предоставляется возможность убрать нежелательные фрагменты в рамках этих четырех категорий.

Это последнее чудо телевизионной техники, находящееся в стадии эксперимента, сослужит хорошую службу тем, кто критически относится к отдельным телепрограммам.

Современное развитие телевидения идет по пути все большей массовизации производства и индивидуализации потребления. Несомненно, учет специфики и возможностей каждого СМК, каждого вида тележурналистики, а также потребностей аудитории, которые она идентифицирует именно с данной функцией телеэкрана, - перспективный путь организации деятельности и планирования системы информации, распространяемой аудиовизуальными средствами.