

Голядкин Н.А. Краткий очерк становления и развития отечественного и зарубежного телевидения. М.: Изд-во Ин-та пов. квалиф. работников телевидения и радиовещания, 2001. Ч. 1 и 2. 90 с. + 73 с.

Н.А. ГОЛЯДКИН

КРАТКИЙ ОЧЕРК СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

Часть 1

ВВЕДЕНИЕ

В истории зарубежного, равно как и отечественного телевидения, прослеживается **несколько этапов**. **Первый** — экспериментальный, на котором главными фигурами выступают изобретатели и инженеры. **Второй** — этап начала и становления регулярного вещания на стандартах, близких к сегодняшним, поиск оптимальных организационных форм и распространение телеприемников среди населения. Этот затянувшийся на многие годы период зарождения телевидения относится к нескольким промышленно развитым государствам. Для остальных стран его можно считать «нулевым»: вся подготовительная работа занимала у них несколько месяцев и сводилась к обкатке импортного оборудования и пробным передачам. **Третий** этап характеризуется превращением телевидения в главное средство массовой информации и господством в эфире той или иной страны нескольких крупных общенациональных программ. Ряд государств вступил в **четвертый**, современный этап — время «телеизобилия», внедрения спутникового и кабельного ТВ, дробления некогда единой телеаудитории и индивидуализации зрительского выбора.

Создание полной научной истории ТВ — дело коллектива авторов, и когда-нибудь она будет написана. То, что предлагается читателю данной работы, — лишь краткое введение в тему, призванное заполнить определенный вакуум, вызванный идеологическим изоляционизмом, слабостью и однобокостью исследований предшествующих лет в нашей стране. Сегодня мы имеем возможность критически осмысливать проделанный отечественным телевидением путь, сопоставляя его с мировым. Наше общество и его институты оказались на крутом историческом изломе, поэтому совсем нелишне оглянуться назад, осмотреться вокруг, чтобы понять, каким телевидение может стать через пять, десять или двадцать лет. Ведь, как говорил «пророк электронных джунглей» Маршалл Маклюэн, «мы пятимся в будущее, мы видим его через автомобильное зеркало заднего обзора».

Слово «**телевидение**» ввел в оборот на научной конференции в Париже петербургский радиоинженер **Константин Дмитриевич Перский** в 1900 году. Термин, как и идея, появился задолго до самого телевидения. Еще в 1880-м, например, проскользнуло сообщение о том, что Александр Белл изобретает «**фотофон**», который пресса охарактеризовала как «**визуальный телеграф**». В 20-е годы ТВ предлагали называть «**витафоном**», «дальновидением», но в большинстве языков стало фигурировать именно слово «телевидение» или прямой его перевод («фернзеен» в немецком, «дурдаршан» в хинди и т. д.).

Между 1890 и 1920 годами ряд отечественных и зарубежных ученых предлагали всевозможные способы показа изображения путем его развертки, т. е. последовательной и быстрой передачи большого числа элементов, точек. Основой для многих систем раннего, так называемого оптико-механического, телевидения был придуманный в 1884 году и запатентованный в 1895-м немецким ученым Паулем Нипковым вращающийся перфорированный «**развертывающий диск**» из селеновых ячеек, производивший разложение изображения на элементы. В 20-е и в начале 30-х годов усилия целой армии экспериментаторов были направлены на усовершенствование

механического ТВ с использованием диска Нипкова.

Параллельно готовилась почва для электронного ТВ. Некоторые важные научные открытия создавали предпосылки для передачи изображения на расстояние. Явление внешнего фотоэффекта, открытое Александром Григорьевичем Столетовым, и создание им фотоэлемента доказывали возможность непосредственного преобразования световой энергии в электрическую. В 1895 году независимо друг от друга Александр Степанович Попов в России и Гульельмо Маркони в Италии создали беспроволочный телеграф — **радио**. В том же году братья Люмьер во Франции изобрели **кинематограф**. К 1906 году относятся первые опыты со **звуковым кино**.

Исключительное значение для электронного ТВ имели опыты, проведенные в 1907 году профессором петербургского технологического института Борисом Львовичем Розингом с зеркальными способами **оптико-механической развертки**. Ученый использовал для преобразования электрических сигналов в светящиеся точки катодно-лучевую трубку англичанина Уильяма Крукса, а развертка изображения осуществлялась у него в принципе так же, как в современном телевизоре. Однако получить хорошее изображение ему не удалось, поскольку ранние катодные лампы были несовершенны и не было устройства, позволявшего усиливать электрические импульсы. Но у Б.Л. Розинга училась целая плеяда ученых, которые увлеклись его идеями и продолжили исследования в России, Америке и Европе.

Создававшееся усилиями множества ученых и изобретателей, телевидение интернационально по своему происхождению. Вместе с тем в зависимости от социокультурной обстановки в той или иной стране оно обнаруживает национальные черты в способах регулирования, организационной структуре, программировании и репертуаре. Именно это обстоятельство заставляет рассматривать его становление и развитие по отдельным странам.

США

Бум механического ТВ. Звoryикин

Первые попытки передачи движущегося изображения на расстояние предпринимались в США в 1922-1923 годах и были связаны с механической системой развертки изображения при помощи **диска Нипкова** (так называемое **малострочное телевидение**). Наибольший вклад в развитие этой системы, оказавшейся, как стало ясно через десятилетие, непродуктивной, внесли Герберт И. Айвс и Чарльз Ф. Дженкинс. В 20-е годы Аллен Дюмон разрабатывал приемное устройство, прообраз современного домашнего телевизора, а Фило Фарнсуорт — камеру. Компания «Дженерал электрик» попыталась соединить все достижения и открыла в 1928 году экспериментальную телестанцию в штате Нью-Йорк. Нетерпеливые американские компании рвались в эфир с передачами на несовершенном оборудовании.

После принятия в 1927 году первого Закона о радио Федеральная комиссия радио (с 1934 — Федеральная комиссия связи) выделила ряд частот для экспериментального визуального вещания, не пытаясь при этом навязывать какие-либо стандарты. Согласно отчету комиссии за 1931 год, с телевидением в это время экспериментировала 21 станция; только в Чикаго работало две станции и там же насчитывалось 8 тыс. малострочных телеприемников. Экспериментальные станции работали без какой-либо координации, тратя впустую миллионы долларов. Вражда, интриги, патентные войны — одна из причин, по которой регулярные передачи в США начались на несколько лет позже, чем в Европе. Телевещание торжественно открывали здесь несколько раз. 21 июля 1931 года, например, радиосеть Си-би-эс открыла свою телестанцию выступлением мэра Нью-Йорка и попури из популярных песен и танцев, но спустя полтора года была вынуждена прекратить передачи и возобновить лабораторные исследования: вся техническая база нуждалась в доработке. Не желая отставать от конкурента, начала малострочные передачи и Эн-би-си, выбрав для своей антенны 102-этажное здание Эмпайр стейт билдинг в Нью-Йорке, где уже стояли радиоантенны.

На рубеже 20-30-х годов США (как Англия и Германия) переживали ранний и преждевременный телевизионный бум. Тогда казалось, что «видение на расстоянии» наконец наступило. Чрезмерно оптимистические прогнозы периода «лжебума» (1928-1933) были вызваны успехами радиотехники и звукового кино, изобретением **факсимильной связи**. Тысячи радиолюбителей искали более сложное занятие, чем создание детекторных приемников.

Изобретатели и рационализаторы пытались поскорее превратить свои патенты в наличные и заручиться поддержкой финансовых покровителей, а те вкладывали капитал в рискованные предприятия, поверив многочисленным рекламным статьям в прессе о грядущем веке телевидения.

Но бум не мог продолжаться бесконечно: механическое ТВ было на неправильном пути. Экспериментаторам приходилось вновь и вновь возвращаться в лаборатории, чтобы наконец разработать более сложную и дорогостоящую электронную систему. Любопытно, что мировой экономический кризис тех лет на первых порах не ослабил, а наоборот, усилил телебум. Казалось, что вместе с радио ТВ остается единственным светлым пятном на мрачном экономическом небосводе и даже вытаскивает из трясины другие отрасли промышленности. Но по мере распространения спада из игры выбывали самые слабые, а сильные были вынуждены сокращать инвестиции.

Разработка оказавшегося более перспективным электронного ТВ в США связана с именем **Владимира Кузьмича Зворыкина** (1889-1982). «Отец электронного телевидения», изобретатель **икноскопа** и **кинескопа**, обладатель 120 патентов (последние — в области управляемых ракет, компьютеров для предсказания погоды, электронных микроскопов и т. д.) родился 30 июля 1889 года на берегу Оки в Муроме, где его отец возглавлял пароходство. В 1912-м он с отличием окончил Технологический институт в Петербурге, где судьба свела его с профессором Б.Л. Розингом, который увлек студента идеей создания электронной системы ТВ, они вместе экспериментировали с **катодно-лучевой трубкой**. Система оказалась непригодной для практического применения, но надолго завладела сознанием Зворыкина. Из Петербурга он отправился в Париж для изучения теоретической физики в Колеж де Франс у Поля Ланжевена, а когда началась первая мировая война, вернулся в Россию и сразу же попал в армию. Он служил в корпусе связи и уже на первом задании в Гродно проявил себя, соорудив радиопередатчик для связи с соседней крепостью.

В 1918 году Зворыкин начал свое десятилетнее сотрудничество с американской компанией «Вестингауз», а в 1919-м, чувствуя, что условий для работы в тогдашней России нет, после долгих мучительных колебаний выехал в США. Здесь он продолжал работать в фирме «Вестингауз» и через пять лет получил гражданство США.

Американцы считают «отцами-основателями» телевидения в своей стране трех человек — В. Зворыкина, Д. Сарнова и У. Пейли. По удивительному стечению обстоятельств все они — выходцы из России, и трудно сказать, как сложилась бы их судьба, вошли бы в историю их славные имена, останься они на родине.

«Как хорошо, что Зворыкин уехал
и телевидение там изобрел.

Если бы он из страны не уехал,
он бы как все на Голгофу взошел...

Как хорошо, что Набоков уехал,
тайны разлуки ни с кем не деля.

Как подфартило! А скольких пророков
не пощадила родная земля!

(Булат Окуджава).

В США Зворыкин, занимаясь сборкой вакуумных трубок, возобновил работы над телетехникой. Он придумал **икноскоп**, преобразующий оптическое изображение объекта в электрический сигнал, — для камеры и **кинескоп** — для телеприемника, т. е. два основных элемента, необходимых для практического применения ТВ. В 1929 году Зворыкин принял приглашение Д. Сарнова и перешел на работу в «Радио корпорейшн оф Америка», где ему предоставили целую лабораторию. В 1931-м он создает иконоскоп передающей электронно-лучевой трубки с накоплением зарядов и высокой светочувствительностью и после успешных его испытаний принимается за разработку телевизионной системы в целом.

В продвижении ТВ к массовой аудитории огромную роль сыграл Дэвид Сарнов (1891-1971), иммигрант из-под Минска, в 1912-м — телеграфист, принявший сигналы SOS с тонущего

«Титаника», ставший впоследствии одним из ведущих инженеров у Маркони. В 1930 году он установил полный контроль над основанной Маркони «**Радио корпорейшн оф Америка**» (Ар-си-эй) и ее дочерней радиосетью «**Нэшнл бродкастинг компани**» (Эн-би-си). Пригласив к себе Зворыкина, Сарнов начал новую серию экспериментов с телевидением. Человек властный, решительный и смотрящий далеко вперед, он не жалел денег на телевизионные разработки. Любопытно, что, поступая на работу к Сарнову, Зворыкин заверил того, что доведение электронной системы до финиша потребует максимум 100 тысяч долларов. Позднее сам Сарнов оценивал затраты Ар-си-эй на это дело в 50 миллионов долларов. В 1944 году на первом собрании только что созданного Общества телевизионных вещателей США именно Сарнову (он имел в это время звание бригадного генерала) был преподнесен титул «отца телевидения». Когда спустя треть века то же самое хотели сделать и в отношении Зворыкина, тот раздраженно воскликнул: «Я изобрел кинескоп и ни на что другое не претендую! Отец? Кто отец? Все это пустая газетная болтовня». В одном из своих последних интервью изобретатель подчеркивал, что не он один создавал телевидение. По его словам, «это бесконечная лестница, созданная десятками рук». Телевизионными разработками, помимо Ар-си-эй, занимались в 30-е годы Си-би-эс, «Зенит», «**Дженерал электрик**», «Вестингауз» и другие электротехнические компании. Обычно они делали ставку на того или иного исследователя, помогая ему запатентовать изобретение и проталкивая затем его на рынок. Аутсайдерам приходилось туго. Показательна в этом отношении судьба Фарнсуорта, существенно улучшившего электронную камеру. Он, в отличие от Зворыкина, оказался без поддержки электротехнических гигантов и пытался ее найти у киноиндустрии и прессы. Но киностудия «**Парамаунт**» отказала ему в помощи, не заинтересовался его изобретением и газетный магнат Херст: они видели в телевидении только конкурента. Союз ТВ с прессой и с кино не состоялся. Практическим внедрением телевидения занимались радиоконпании. Отсюда исторический парадокс: взяв у кино экранный язык, ТВ волею обстоятельств в техническом, организационном и творческом отношении оказалось повсюду связанным с радио, превратилось во вторую ветвь вещания. В США телевидение до сих пор регулируется законом 1934 года, принятым для радио.

Стандарты. Реклама

В то время как в Европе регулярное телевидение на стандартах, близких к сегодняшним, началось 2 ноября 1936 года (Англия), в Соединенных Штатах аналогичное событие произошло 30 апреля 1939-го. В этот день открылась Всемирная ярмарка в Нью-Йорке – она симптоматично именовалась «Мир завтрашнего дня». На ней выступили президент США Ф.Д. Рузвельт и президент Ар-си-эй/Эн-би-си Д. Сарнов. Эн-би-си транслировала это событие по телевидению, и с этого дня передачи стали выходить постоянно, вечером, по заранее объявляемой программе. Посетителей ярмарки опрашивали относительно их намерения приобрести домашний телевизор. Этот опрос Гэллапа показал, что 87 процентов считают телевизор для себя излишним. В день начала передач в Нью-Йорке было всего 200 телевизоров. За первой трансляцией следили преимущественно руководители радиостанций. Первая модель телевизора Ар-си-эй имела экран 5х9 дюймов (дюйм — 2,5 см), была рассчитана на пять каналов и стоила 199 долларов (деньги по тем временам немалые). Но телевизор не имел звука! Его нужно было подключать к радиоприемнику и настраивать на определенную волну. Перед войной (для США она началась нападением японцев на Пирл-Харбор 7 декабря 1941 года) в стране насчитывалось 7,5 тыс. телевизоров.

Как уже говорилось, Эн-би-си установила свои телеантенны на Эмпайр стейт билдинг. Отсюда сигнал распространялся радиусом 25 миль (40 километров). Репертуар телестанции включал передачи трех видов: **кинорубрику** (обычно фильмы-путешествия и старые голливудские ленты), **студийные передачи** (концертные номера, скетчи и кулинарные уроки) и **внестудийные репортажи** с ПТС, занимавшей два громоздких автобуса (спорт, выставки, демонстрация мод). Несколько позднее в репертуаре появилась **реклама**.

К началу войны регулярные телепередачи вели 10 станций (в Нью-Йорке, Филадельфии, Чикаго, Голливуде и других городах) и несколько десятков имели экспериментальные лицензии. Для массового распространения телевидения были необходимы единые технические стандарты, и в

1941 году Федеральная комиссия связи (ФКС) приняла ряд важных решений, имевших огромное значение для дальнейшего развития ТВ.

Комиссия одобрила единый и до сих пор действующий стандарт — 525 строк/60 полей в секунду при передаче звука на УКВ. Были утверждены и другие технические параметры, что создавало базу для массового производства приемников и унификации телеоборудования.

Электротехнические компании получали гарантию того, что производимая ими продукция не окажется мгновенно устаревшей из-за смены стандартов.

ФКС устанавливала стандарты только для монохромного ТВ. Си-би-эс и ее союзники настаивали на том, чтобы сразу сделать то же самое и для цветного ТВ. Эн-би-си и ее партнеры выступали за отсрочку, мотивируя это тем, что «лучше синица в руках, чем журавль в небе». ФКС поддержала последнюю точку зрения — развивать черно-белое ТВ.

Было узаконено использование под передачу звука диапазона для частотной модуляции (УКВ-радио). Предвоенное радио повсюду, как известно, работало в режиме амплитудной модуляции, т. е. на средних и длинных волнах, а для вещания на зарубежные страны использовались короткие волны. **Эдвин Армстронг** показал преимущества **частотной модуляции** в борьбе с радиопомехами. Его экспериментальная УКВ-радиостанция просуществовала в штате Нью-Джерси до 1939 года. На период войны ФКС заморозила развитие УКВ-радио, а в 1945-м передвинула его на новые частоты, вследствие чего все выпущенные к тому времени приемники с УКВ-диапазоном оказались непригодными для использования. Освободившиеся частоты были предоставлены телевидению. От этого решения выиграла Эн-би-си, поощрявшая свои радиофилиалы подавать заявки на ТВ, и проиграла Си-би-эс, вложившая в УКВ-радио много средств. Частотное радиовещание было отброшено на 20 лет назад. Армстронг тяжело переживал неудачу и покончил с собой, не дождавшись расцвета предприятия, которому посвятил всю жизнь. Как ни парадоксально, сегодня свыше половины всех радиостанций США работает именно на частотной модуляции и почти 80 процентов всего того, что слушают американцы, приходится именно на УКВ-передачи, в то время как из-за перегруженности эфира качество приема на средних волнах продолжает ухудшаться.

Наконец, решения 1941 года имели большое значение и для рекламы. Американскому телевидению, как и радио, разрешалось развиваться на полной коммерческой основе, т. е. продавать вещательное время рекламодателям. В этом решении не было ничего неожиданного, его ждали, к нему готовились. Были показаны сотни рекламных роликов, заставок, обкатаны разные формы подачи коммерческой информации, причем съемку и подготовку роликов оплачивали рекламодатели, но время под рекламу предоставлялось телестанциями бесплатно. Размещение телерекламы в эфире не носило коммерческого характера. Это некоторое затягивание допуска «настоящей» рекламы мотивировалось тем, что ТВ не достигло нужной технической кондиции.

Первая оплаченная реклама прошла в эфир 1 июля 1941 года. На таблице настройки на 10 секунд появились часы марки «Булова». Смешно сказать: рекламодателю это обошлось всего в 9 долларов (4 стоило эфирное время и 5 — «обслуживание»). Таким было скромное начало, сулившее, однако, миллиарды долларов рекламных доходов (сегодня они достигают 30 млрд. долл. в год). Один из пионеров американского ТВ Ф. Фарнсуорт в экспериментах конца 20-х годов показывал зрителям доллар: уж что-что, полагал он, а его-то зрители должны были разглядеть даже на не совершенном тогда экране. Шутка изобретателя обрела метафорический смысл. Американское ТВ рождалось в буквальном и переносном смысле слова под знаком доллара. Вслед за радио оно отказалось от абонентной платы и правительственных субсидий — во имя права свободно «превращать эфир в золото». Если европейские телеслужбы создавались как государственные, то американские — изначально имели частный, коммерческий характер. Впрочем, забегая вперед, необходимо отметить, что плюсы и минусы каждой системы вещания выявились через десятилетия. США дополнили позднее свою коммерческую систему вещания культурно-просветительным («общественным») вещанием, а европейские страны допустили в эфир частный капитал. Сегодня кажется почти очевидным, что максимальный выигрыш аудитория получает при смешанной системе.

Формирование коммерческих телесетей

Из десяти существовавших в США телестанций вторую мировую войну пережили только шесть, но объем их вещания сократился с 15 до 4 часов в неделю. В 1942 году ФКС заморозила развитие вещания: не выдавались новые лицензии, не выпускались новые радиоприемники и телевизоры. Заводы, еще недавно планировавшие их выпуск, были вынуждены переключиться на военную продукцию, например, на сборочных линиях Ар-си-эй монтировали радарные установки. Однако в научных лабораториях исследования не прекращались. Можно было осмыслить начальный этап развития телевидения, в США даже появляются **первые книги о ТВ**, самая известная из которых **«4000 лет телевидения» Ричарда Хаббела**, автора телепередачи о нападении на Пирл-Харбор, была издана в 1942 году.

Сразу после войны шесть телестанций обслуживали четыре города. В 1946-м в США насчитывалось всего 10 тыс. телевизоров, в 1947-м — 17,5 тыс., но уже в 1950 году — 3,8 млн. В 1948-м ФКС вновь заморозила распределение частот в ожидании принятия нового, цветного, стандарта. Корейская война затянула этот процесс до 1952 года. Тем не менее в этот период появилось свыше ста телестанций, а число телеприемников возросло до 15 млн. Передачами были охвачены территории, где проживало свыше половины населения страны. В начале 50-х на рынке фигурировало свыше ста моделей телевизоров, в том числе «Телетон» с совершенно круглым экраном, а также модели с дверцами, прикрывавшими экран, дабы «всевидящее око» не подсматривало за владельцами телевизора, когда он не работает.

До перехода на спутниковую трансляцию в конце 60 — начале 70-х американцы использовали **кабель АТТ и микроволновые антенны**. Этот способ был сопряжен с потерями в качестве изображения: прохождение сигнала от Нью-Йорка, откуда велось вещание, до западного побережья США сравнивали с «цепью вянущих маргариток».

В первое послевоенное десятилетие происходило формирование общенациональных телепрограмм — сетей. Как и в других странах, это делали радиосети, ставшие теперь телерадиокомпаниями. «Нэшнл бродкастинг компани» (Эн-би-си) во главе с Д. Сарновым была создана как радиосеть еще в 1926 году тремя гигантами электротехнической промышленности — «Радио корпорейшн оф Америка», «Вестингауз» и «Дженерал электрик», причем две последние компании вскоре вышли из игры («Дженерал электрик» — до середины 80-х годов, когда она поглотила Ар-си-эй вместе с Эн-би-си). В марте 1940-го Эн-би-си объединила свою нью-йоркскую телестанцию со станцией в Филадельфии, и эту дату можно считать началом формирования первой общенациональной телесети в США. Конечно, в полном объеме она стала функционировать лишь в 50-е годы: для охвата всей страны необходимо, чтобы в сеть входило не менее двухсот станций.

Основной конкурент Эн-би-си радиосеть «Коламбия бродкастинг систем» (Си-би-эс) существует с 1927 года. Основателем, президентом, а затем председателем совета директоров компании был еще один выходец из России Уильям Пейли (1901-1990). Женитьба на дочери газетного короля Херста открыла ему путь в высшие круги бизнеса и политики. Долгое время Пейли был одним из авторитетнейших лидеров радиотелевизионного бизнеса и оказывал сильное влияние на коммуникационную политику страны. К формированию своей телесети Си-би-эс приступила в 1948 году.

Что же касается третьей общенациональной телепрограммы «Америкен бродкастинг компани» (Эй-би-си), то она была создана в 1953-м одноименной радиосетью, в свою очередь возникшей в 1943 году, когда на основе антитрестовских законов Эн-би-си запретили двухпрограммное радиовещание и заставили продать свою «Синюю сеть» новым владельцам.

Таким образом, в 50-е годы в эфире США складывается «триолия» — **господство большой коммерческой тройки – Си-би-эс, Эн-би-си и Эй-би-си**, показывавших, в общем, однотипную продукцию для массового зрителя. Сети довели объем ежедневного вещания до 18 часов в сутки, в то время как телестанции крупнейших городов уже работали круглосуточно. Позднее была сформирована культурно-просветительная некоммерческая сеть Пи-би-эс, а в конце 80-х коммуникационный магнат Руперт Мердок приступил к созданию четвертой коммерческой сети под названием «Фокс».

Интересно отметить, что государство в лице ФКС регулирует деятельность не телесетей, а

только станций — филиалов сетей и «независимых», т. е. не ретранслирующих сетевые программы. Предполагается, что сети могут возникать и распадаться по законам рынка, они не лицензируются и законом не упоминаются. Естественно, к формированию руководящих органов телекомпаний, будь то телестанция в небольшом городе или общенациональная сеть, ФКС никакого отношения не имеет. Телекомпании — это либо акционерные общества, либо частные (нередко семейные) предприятия, отличающиеся от других тем, что существуют по лицензии.

Лицензирование — не цензура. Это вынужденная мера в условиях нехватки частотного спектра, направленная на охрану интересов самих же вещателей. Это аванс общества, который можно отобрать, если компания не справляется со своими обязанностями (ныне действующий закон формулирует их как обязанности «вести передачи в интересах и на благо общества») или нарушает технические стандарты и законы. Решая вопрос о том, кому предоставить лицензии на конкурсной и открытой основе, а также при их пролонгации, комиссия учитывала два десятка критериев, среди которых финансовое положение заявителя, соблюдение им правил ФКС, участие в местной общественной жизни, профиль программ, разнообразие в профессиях и опыте руководителей станции, чувство ответственности перед обществом и т. д. Однако по мере насыщения телеэфира комиссия отказывалась от подробной регламентации и увеличивала срок действия лицензии. Первоначально он составлял три года, сейчас — восемь лет. В случае перепродажи станции документы не переоформляют — новые владельцы оставшийся срок работают по старой лицензии. Идея продажи лицензий на конкурсах-аукционах в США поддержки не нашла, но стала практикой в некоторых других странах (например, в Англии, а с 2000 года — и в России).

Власть комиссии распространяется, помимо радио и ТВ, на телефон, телеграф и новейшие средства коммуникации: кабельное вещание, спутниковую связь и видео. Сегодня во главе ФКС стоят пять человек, назначаемых президентом США с согласия сената, а персонал насчитывает примерно тысячу сотрудников. Это преимущественно инженеры, юристы и экономисты. Как и другие федеральные ведомства, ФКС находится в Вашингтоне.

Объединение разрозненных станций в сети позволило наладить общенациональные выпуски новостей. Первые такие новости прошли по Си-би-эс в сентябре 1951 года, а 18 ноября компания показала первую передачу «от побережья до побережья»: в общественно-политической передаче «А теперь смотрите» Эдварда Марроу американцы одновременно увидели «живьем» статую Свободы в Нью-Йорке и залив в Сан-Франциско. Так **телевидение становилось общенациональным средством массовой информации.**

«**Эра телевидения**», как полагают в США, началась в **1952 году**, когда была разморожена выдача лицензий на новые станции, а доходы телевидения от рекламы впервые превысили доходы радио. ТВ мощно заявило о себе, показав прямые трансляции со съездов республиканской и демократической партий. Телевизор, впрочем, покупали преимущественно ради развлечения, чтобы смотреть популярные семейные комедии с участием Люси Болл или шоу знаменитого комика Милтона Берла. Только начиная с 1963 года преобладающее число американцев (сегодня — две трети) стали называть телевидение главным средством информации о событиях внутри страны и за рубежом. В тот год ТВ убедительно раскрыло свои возможности за четыре дня непрерывного освещения обстоятельств убийства и похорон Дж. Кеннеди.

Американская теледокументалистика переживала свой «золотой век». Достаточно сказать, что выступления самого влиятельного в стране тележурналиста У. Кронкайта подтолкнули американскую администрацию к переговорам о прекращении вьетнамской войны. На рубеже 60-70-х годов, пожалуй, единственный раз за свою историю американское телевидение подверглось активной атаке со стороны вашингтонской администрации и связанных с нею консервативных сил. Однако телевидение и пресса не только отбили нападки на свободу слова, но и добились через конгресс отставки сначала вице-президента С. Агню, а затем президента Р. Никсона, разоблачив их противоправные деяния (первый израсходовал государственные деньги на благоустройство собственной дачи, второй организовал подслушивание в штаб-квартире демократической партии в отеле «Уотергейт»).

По мере упрочения позиций телевидения происходило размежевание его функций с другими

средствами массовой информации. **Радио**, передав телевидению часть своего репертуара (мыльные оперы и драму в целом), стало специализироваться на **оперативной информации, музыке** и заметно локализовалось. Появление в **1948 году транзисторного приемника** усилило такую природную черту радио, как его мобильность. Оно осталось лидирующим средством массовой информации в утренние, «автомобильные», часы. Однако общенациональные радиосети оказались без аудитории. Эфир принадлежит сегодня тысячам небольших станций, представляющих малый, нередко «семейный» бизнес Америки.

Под воздействием ТВ в крупных городах закрылись некоторые газеты, но зато в пригородах начали выходить новые. И если прекратили свое существование некоторые массовые, особенно иллюстрированные, журналы, то их место заняли сотни специализированных новых изданий. Не менее заметным было влияние телевидения на кино. С 1950 по 1955 год посещаемость кинотеатров упала в пять раз, и ведущие студии Голливуда поразили экономический кризис. Поиски противоядия привели к изменению пропорций экрана и внедрению стереозвука. Но широкоформатные колоссы вроде «Клеопатры» или «Бен-Гура» стоили дорого и были рассчитаны на массового зрителя, а тот предпочитал оставаться дома у телеэкрана. Спасение киноиндустрии пришло со стороны самого конкурента: телевидение начало заказывать Голливуду сериалы и щедро платить за прокат боевиков. В начале 60-х годов Си-би-эс выкупила право на показ «Унесенных ветром» за 30 млн. долл., а три десятилетия спустя «Парк юрского периода» обошелся сети «Фокс» уже в 82 миллиона.

Перемещению телепроизводства в Лос-Анджелес способствовали и так называемые **скандалы с викторинами**. В 1955 году на ТВ появляется «Вопрос ценой в 64 тысячи долларов» — первая среди игр с большими призами. Через три года телесети показывали уже 22 игры. Для повышения драматического накала соревнований снимавшие их спонсоры начали заранее знакомить с вопросами некоторых участников. В 1959-м разоблаченные мошенники попали за решетку, а телевидение было вынуждено усилить контроль над производством программ. Институт спонсорства дал трещину, хотя и не исчез совсем. Рекламодатель покупал эфирное время и отстранялся от вмешательства в содержание конкретных передач.

Эта система позволила привлечь в телепроизводство огромные деньги. Если в 60-е годы одна рекламная минута в популярном шоу приносила телевидению 10-20 тыс. долл., то в 90-е — от 300 до 400 тысяч. При показе сверхпопулярных зрелищ рекламные тарифы на порядок выше. В 2000 году Эй-би-си установила рекорд, получив за 30-секундную рекламную перебивку в финале футбольного чемпионата 2,2 миллиона. Компания «Проктер энд Гэмбл» (стиральные порошки) является крупнейшим рекламодателем американского, европейского, а с некоторых пор и российского ТВ — не отказываясь при этом от собственного спонсорского производства мыльных опер.

Переход на цвет

Системы цветного ТВ имеют историю, уходящую корнями в 1670-е годы, когда Исаак Ньютон изобрел призму, разлагавшую свет на составляющие цвета, и провидчески доказал, что белый свет образован смешением различных цветов. Работы над монохромным и цветным телевидением шли параллельно, можно назвать имена ученых, вклад которых в разработку цветного ТВ особенно весом. Это прежде всего О. Адамян, Дж. Берд и П. Голдмарк.

Наш соотечественник **Ованес Абгарович Адамян** (1879-1932) родился в Баку, получил образование за рубежом, имел свою лабораторию в Берлине, где экспериментировал с передачей неподвижного изображения на расстояние, и в 1907 году получил патент на изобретение аппарата двухцветного ТВ. Адамян использовал метод последовательной передачи цветных кадров с помощью механической системы. Цветное (красно-белое) изображение передавалось по проводам на 600 километров. Вернувшись перед первой мировой войной в Петербург, ученый продолжил эксперименты с фототелеграфом и ТВ. К 1925 году он завершил **проект трехцветного ТВ**, назвав его «**эратес**», что в переводе с армянского означает «дальновидец». Основной недостаток системы заключался в ее несовместимости с черно-белым ТВ. При ее внедрении все монохромные телевизоры оказались бы ненужными. Но принцип последовательности, поочередности цветового сигнала, предложенный Адамяном, был впоследствии развит во французской системе СЕКАМ. И

не случайно в книге армянских рекордов «Амена» О. Адамян значится как «первый изобретатель цветного телевидения и фототелеграфа».

Несомненно, труды Адамяна были известны зарубежным ученым. В июле 1926 года в Глазго механическую цветную систему, подобную системе Адамяна, продемонстрировал Джон Л. Берд. Она позволяла последовательно рассматривать объекты через красный, зеленый и синий фильтры, расщеплявшие свет на компоненты. Через два года в лаборатории американской компании «Белл» был смонтирован **аппарат с тремя наборами фотоэчек**. Приемник представлял собой вращающийся диск с тремя трубками, дававшими изображение одного цвета каждая, и эти изображения накладывались друг на друга, образуя новые цвета.

В США основными соперниками в разработке цветного телевидения были Ар-си-эй и Си-би-эс. Проведенная перед самой войной публичная демонстрация электронной цветной системы Ар-си-эй закончилась провалом, и корпорация была вынуждена дорабатывать ее в лаборатории. На Си-би-эс разработкой цветного ТВ занимался, в сущности, один человек — **Питер Голдмарк**, которого сегодня в США называют отцом цветного телевидения. Голдмарк разбивал картинку на красное, зеленое и синее изображения с помощью трех фильтров. На приемной трубке фильтр оставлял только свой цвет, устраняя все другие цвета и оттенки. Фильтры вращались синхронно с фильтрами камеры. Качество изображения было довольно высоким, но системе Си-би-эс не суждено было воплотиться на телеэкранах: ФКС в мае 1941 года решила, что цветное ТВ — дело будущего, и утвердила монохромные стандарты в 525 строк. Затем началась война, и Си-би-эс прекратила свои эксперименты с цветом.

В Англии же эти разработки продолжались и в военные годы. В 1944-м **Дж. Берд** создал **трехпучечный кинескоп «Телехрома»**. Он имел двухсторонний мозаичный экран, одна сторона которого была сине-зеленая, а другая — красная. Каждая сканировалась отдельно и создавала хорошее изображение, но красный цвет преобладал, т. е. Берд так и не достиг подлинно цветной картинки. Для приема он все еще использовал механическое сканирование.

После войны первой страной, принявшей практическую систему цветного ТВ, стали США. В ноябре 1950 года был создан комитет по национальной телевизионной системе (Эн-ти-эс-си), в который вошли инженеры от крупных электротехнических компаний. Комитет исследовал совместимость предлагавшихся стандартов с монохромным ТВ, проверил их в реальных условиях и, отобрав все лучшее, что содержалось в этих системах, утвердил основные стандарты цветной системы, получившей название Эн-ти-эс-си.

Это были преимущественно доработанные стандарты Ар-си-эй. В основе этой системы лежало одновременное сканирование цвета. Цвета принимались на отдельные кинескопы, причем пучок света делился на цвета дихроидными зеркалами, все три цвета передавались одновременно. На первых демонстрациях телевизоры Ар-си-эй имели три кинескопа, позднее стал использоваться трехцветный теневого кинескоп. Его теневая маска отбрасывала электронные пучки на соответствующие участки экрана, покрытого фосфором. Этот кинескоп оказался практичен, но его производство освоили лишь к 1953 году.

В принципе любой цветной телевизор содержит три электронных прожектора и экран мозаичной или штриховой структуры, составленный из люминофоров, т. е. веществ, способных преобразовывать поглощаемую ими энергию в световое излучение, — красного, зеленого и синего свечения. Каждый из электронных пучков порошь возбуждает люминофоры какого-либо одного типа и создает на экране, одноцветное изображение. Три цветных монохромных изображения в совокупности создают результирующее цветное.

18 декабря 1953 года Федеральная комиссия связи разрешила начать регулярное цветное вещание. **Первая крупная цветная передача** была показана на другой же день Эн-би-си — это была **опера «Амаль и ночные гости»**, специально написанная для ТВ. Израсходовав миллионы долларов на разработки, публичные демонстрации и борьбу с конкурентами в судах, Си-би-эс признала свое поражение и отказалась от системы последовательного цвета. Приняв обязательные для всех стандарты, она заказала несколько камер Ар-си-эй.

В то время как монохромное ТВ переживало в США небывалый рост, цветное приживалось относительно медленно. Нужно было решать проблему причины и следствия: у аудитории не было

особого стимула покупать цветные приемники из-за малого объема цветных передач, а вещатели и рекламодатели затягивали внедрение цвета в ожидании момента, когда цветные телевизоры приобретет достаточно большая аудитория. Благодаря совместимости телевизоров зрители могли достаточно долго принимать цветные передачи в черно-белом варианте. Разорвать этот порочный круг удалось главным образом благодаря тому, что одна из телесетей, Эн-би-си, входила в состав электротехнического гиганта Ар-си-эй, который был заинтересован в стимулировании продаж оборудования и цветных приемников.

Си-би-эс ввела регулярные цветные рубрики только в 1965 году, а созданная относительно поздно Эй-би-си открыла регулярное цветное вещание осенью 1962-го. Таким образом, на протяжении первого «цветного» десятилетия Эн-би-си несла основное бремя расширения объема цветных передач — спортивных, новостных, викторин, детских мультипликаций и вестернов. Поскольку аудитории цветного ТВ в сущности еще не было, реклама в цветных передачах оплачивалась по обычным тарифам и не компенсировала затрат, связанных с переходом на цвет. Но Эн-би-си мирилась с дополнительными затратами в ожидании массового зрителя — ведь ее головная компания Ар-си-эй держала большинство патентов и была главным производителем оборудования для цветных студий.

Уже в середине 50-х годов Ар-си-эй предлагала цветные телеприемники по 495 долл. с обещанием выплатить компенсацию первым покупателям, и когда производство стало массовым, те действительно получили часть денег назад. (То же самое Ар-си-эй осуществила при продаже первых черно-белых телевизоров в 1940 году.) В середине 60-х самая дешевая цветная модель стоила уже 250 долл., а некоторые монохромные модели можно было купить за 90 долларов. Норма прибыли от торговли цветными телевизорами была высокой. В 1960 году общая сумма от продажи цветных телевизоров и оборудования Ар-си-эй превысила миллиард долларов. Последующие годы были так же необычайно прибыльными. Таким образом, корпорация имела все основания развивать цветное вещание. Эй-би-си и Си-би-эс, «оцветив» свои программы в 1966-1967 годах, не понесли никакого экономического ущерба, так как расходы уже можно было перекладывать на рекламодателей. Иными словами, в США переход на цвет не потребовал сторонних (государственных) инвестиций: все затраты взяла на себя сеть «Нэшнл» — из доходов головной Ар-си-эй. О лидерстве Эн-би-си в области цвета на рубеже 50-60-х годов напоминает ее сегодняшний логотип — стилизованный павлин.

Прогресс техники и видео

Благодаря массовому производству цена телевизора, стоившего поначалу 750-1000 долларов, снизилась почти вдвое, а его технические и потребительские характеристики улучшились. Немаловажное значение для распространения ТВ имело постановление конгресса, который в 1962 году по представлению ФКС обязал все заводы **выпускать только многоканальные телевизоры**, способные принимать передачи как в метровом диапазоне (каналы 1 — 12), так и в дециметровом (каналы 13 — 84). Через два десятилетия телевизор обогатился стереозвуком. Появились декодеры для глухих: для них субтитры даются телетекстом, который без декодера на экране не виден. Первые декодеры продавались как приставки к телеприемникам, а с 1953 года все телевизоры с экраном больше 13 дюймов по диагонали должны иметь встроенный декодер для глухих.

Сразу после войны Ар-си-эй начала эксперименты с видеопленкой и в 1953 году продемонстрировала свою **видеокамеру** (правда, на ее доработку ушло еще полтора десятилетия). Могущественную корпорацию обогнала напористая молодая фирма «Ампекс», где в составе группы из нескольких человек работал **изобретатель видеомагнитофона Чарльз Гинзбург** (1921-1992). Основателем и руководителем фирмы был уроженец России Александр Матвеевич Понятов, инициалы которого составляют первые три буквы названия «Ампекс». Здесь был смонтирован **первый в мире пленочный видеомагнитофон**, пригодный для использования в студии. 30 ноября 1956 года Си-би-эс впервые использовала «Ампекс» для отсроченного выпуска в эфир программы вечерних новостей. Компания «Ампекс» оставалась ведущим изготовителем видеотехники в 60-70-е годы, прежде чем уступила лидерство японским фирмам, подмявшим под себя радиотехническую промышленность США, — сегодня все американские предприятия по

выпуску телевизоров принадлежат японцам.

Видео пленка стала мостом между кино и «живым» вещанием. Если в 50-е годы ТВ в США было по преимуществу «живым», то к середине 60-х на видео пленку стали записывать концерты, игры, представления с участием аудитории в студии, а также некоторые драматические постановки. Видео пленка по сравнению с кино пленкой существенно упрощала монтаж. В 70-е годы она стала внедряться и в программы новостей. Тележурналистика освоила электронный сбор информации с помощью портативной видеокамеры.

В 1976 году был продан первый домашний видеоманитофон производства Ар-си-эй. Начавшийся видеобум привел к снижению цены на домашние видеоманитофоны до уровня черно-белых телевизоров, и уже к 1988-му их имела каждая вторая американская семья. В конце 90-х из десяти американских семей видеоманитофон имели девять, домашнюю видеокамеру — три, персональный компьютер — пять семей.

Одним из последствий внедрения видео в систему массовых коммуникаций США стало изменение в способе кинопроката. В первой половине 90-х годов прокат видеокассет в США ежегодно приносил 8 млрд. долл., а их продажа — 4 млрд., в то время как доходы киносети составляли около 5 млрд. долл. Из репертуара телесетей стали исчезать кинобоевики, поскольку зрители успевали посмотреть их в кинотеатрах, в видеозаписи или по специализированным платным кабельно-спутниковым каналам. Каждая сеть сохранила в недельном расписании один-два «вечера кино», но показывает в этих рубриках главным образом малобюджетные, сделанные по ее заказу телефильмы.

Общественное (образовательное) ТВ

В послевоенные годы при распределении частот в каждом регионе ФКС начала резервировать один канал под «некоммерческие операции». Первой заняла такой канал **учебно-образовательная станция** города Хьюстона в 1953 году, а через десятилетие подобных станций насчитывалось 75. Днем они показывали **уроки для школ**, вечером — **общеобразовательные и культурно-просветительные передачи**. Эти станции принадлежат городским властям, колледжам и университетам, всевозможным общественным организациям и финансируются ими, а также за счет пожертвований аудитории и даров корпораций.

Для государственной поддержки некоммерческого радио и телевидения в 1967 году была учреждена **Корпорация общественного вещания**. К термину «общественный» решили прибегнуть по тактическим соображениям, поскольку слово «образовательный» могло вызывать у зрителей неприятные ассоциации с классной комнатой. (Следует подчеркнуть, что американское общественное ТВ – это культурно-просветительное вещание, в то время как в Европе общественными телекомпаниями именуется государственные структуры, достаточно автономные от правительства.) Корпорация создавалась как буфер между вещанием и Вашингтонской администрацией для распределения ежегодных субсидий между отдельными станциями. Ее возглавляет совет директоров из 15 человек, назначаемых президентом по представлению сената. В 1969 году был подписан устав Службы общественного вещания (Пи-би-эс) — новой телесети со штаб-квартирой в Вашингтоне (сегодня она размещается в пригороде столицы, Александрии). Осенью 1970-го 128 станций начали трансляцию единой вечерней программы, в которую вошли такие **рубрики, как «Обзор Вашингтонской недели», «Французская кухня», «Цивилизация», «Чернокожая граница»**. Сама Пи-би-эс передач не готовит, а приобретает их у независимых продюсеров или заказывает местным общественным станциям и зарубежным организациям. Таким образом, ее сфера — программирование, приобретение передач и верстка расписания, а также техническое обеспечение сети, изучение аудитории и самореклама. Это своего рода кооператив, возглавляемый советом из управляющих местных образовательных станций, которые выделяют средства на содержание общей вечерней программы. Днем они работают по самостоятельным программам, обычно предлагая лекции и уроки.

Коммерческие телесети США приветствовали и поддержали Пи-би-эс, которая избавляет их от необходимости показывать высокохудожественные, но заведомо обреченные на узкую аудиторию передачи. Никакой серьезной конкуренции Пи-би-эс для них не представляет: ее средняя аудитория не превышает трех процентов, а лучшие передачи, вроде детской «Сезам-стрит»,

собирают не больше шести-семи процентов.

Система финансирования Пи-би-эс очень ненадежна. Частные пожертвования и дары корпораций уменьшаются при экономических спадах, а поддержка из государственного бюджета недостаточна (около 300 млн. долл. ежегодно на все общественные радио и телестанции, в то время как их общие расходы составляют 1,4 млрд. долл.). Обсуждаются такие возможные способы финансирования Пи-би-эс, как налог на покупаемые телевизоры, налоговые льготы для корпораций-спонсоров, а также косвенная реклама. В 80-е годы были проведены эксперименты с косвенной рекламой, но от этой идеи отказались, так как тем самым нарушался сам принцип некоммерческого вещания.

Как бы то ни было, Пи-би-эс создает альтернативу развлекательным программам коммерческого ТВ. Ежевечерне она предлагает четыре часа **общественно-политических передач** («Час новостей Макнилла-Лерера»), **передач по культуре, науке и технике** («Нова»), а также **серьезные развлекательные программы** (например, «Театр шедевров» — обычно это английские сериалы по литературным произведениям). В 80-е годы Пи-би-эс расширила свою деятельность, открыв Службу обучения для взрослых — систему заочных занятий, в которой принимают участие 1500 колледжей страны. При компании действует видеослужба, за небольшую плату продающая или предоставляющая напрокат записи образовательных передач школам, колледжам, библиотекам, больницам и другим организациям.

Кабельно-спутниковое изобилие

Первую кабельную систему в США проложил в **1950** году один пенсильванский торговец телевизорами, недовольный качеством изображения при приеме на обычную антенну. К 70-м годам пропускная способность одного кабеля возросла до 12-17 каналов. Кабельные системы стали ретранслировать все местные станции и станции соседних городов, что способствовало развитию дециметрового вещания.

Кабельное ТВ, однако, не спешило налаживать собственное производство передач — его доходы определялись абонентной платой и зависели от числа подключенных телевизоров, т. е. основные усилия направлялись на расширение аудитории. К 1980 году кабельные сети охватывали четверть населения, к 1990-му — две трети. Наиболее сильные системы, обычно насчитывавшие свыше 10 тыс. абонентов, выпускали «сверхлокальные» новости, а некоторые выделяли один-два канала под так называемый «открытый доступ», предоставляя эфирное время бесплатно или за символическую плату общественным группам, коллективам местной художественной самодеятельности и даже отдельным лицам, которые хотели прочесть лекцию или, например, сыграть на гитаре.

«Великая кабельная лихорадка» началась в США только после **1975** года, когда тарифы на спутниковую связь снизились настолько, что стало рентабельным распространять специальные программы для разрозненных кабельных систем, имеющих параболические антенны. Компания «Хоум бокс офис» через спутник в закодированном виде стала распространять за дополнительную плату относительно свежие кинофильмы, появились и другие тематические программы, или каналы, как их стали называть в США, дабы отличить от эфирных станций и сетей. В 1980 году в Атланте начала вещание «Сеть кабельных новостей» (Си-эн-эн) Теда Тернера, через пять лет ее стали транслировать через спутники на Европу и на весь мир. Возникли также музыкальный канал Эм-ти-ви, спортивный И-эс-пи-эн, документальный «Дискавери», канал «Артс энд энтертейнмент» («Искусство и развлечения»), «Канал погоды», сеть прямых трансляций из конгресса Си-СПЭН, канал для детей «Никельдеон», для женщин «Лайфтайм», канал киноклассики Т. Тернера Ти-эн-ти и т. д.

В начале 90-х годов существовало более ста общенациональных и региональных кабельно-спутниковых каналов, а пропускная способность типичной кабельной системы превышала 30 каналов. В стране насчитывалось свыше 10 тысяч кабельных систем. Расширение выбора привело к росту абонентной платы с 5-6 долларов в месяц до 25-30 за «базовый пакет», т. е. за несколько десятков каналов, отобранных системой для показа своей аудитории. Примерно 25 долларов дополнительно вносили те, кто подписывался на платный канал «Хоум бокс офис» или его аналоги. Кабельно-спутниковые каналы создавались кабельными объединениями, эфирными

телесетями, отдельными предпринимателями — благо для этого не требуется лицензии ФКС. В 1990 году на кабельном ТВ США работало 103 тыс. человек, а в эфирном вещании (радио и телевидение) на полной ставке — 159 тыс. человек, не считая тех, кто создает художественные передачи на голливудских кинотелестудиях.

Среди десятков спутниковых каналов есть один, передачи которого предназначены исключительно для зарубежной аудитории. Речь идет о глобальной спутниковой «Всемирной сети» («Уорлднет»), созданной в пропагандистских целях в 1983 году в системе ЮСИА — Информационного агентства США. Это телеаналог **радиостанции «Голос Америки»**, имеющий общую с ней цель — **«рассказывать миру о стране»**. Сначала по этой сети распространялись выступления и пресс-конференции высокопоставленных государственных деятелей. Их принимали на спутниковые антенны в американских посольствах и разбросанных по всему миру пресс-центрах ЮСИА, и на эти просмотры обычно приглашали зарубежных журналистов, предоставляя для их вопросов специальный радиоканал. Зарубежная кабельная аудитория «Уорлднет» ввиду ее явно пропагандистской направленности была поначалу мизерной, конгресс США был готов закрыть канал по соображениям экономии средств. Однако начавшиеся в Советском Союзе и странах Восточной Европы демократические преобразования, прекращение «холодной войны», равно как и рост зарубежной кабельной и спутниковой аудитории, позволили сохранить правительственную телеслужбу, изменив, однако, ее репертуар и тон передач. К середине 90-х годов среднесуточный объем вещания «Уорлднет» достиг 6 часов. Сеть показывает из Вашингтона новости, передачи по экономике, спорту, истории и культуре США. Ее бюджет, утверждаемый конгрессом вместе с бюджетом ЮСИА, составляет около 30 млн. долл. в год, персонал — триста человек. Для удешевления программа строится преимущественно из передач, предоставленных кабельным и эфирным ТВ («Мир денег Адама Смита» и «Час новостей Макнила-Лерера» Пи-би-эс, фрагменты трансляций из конгресса Си-СПЭН и т. п.). Они идут на английском языке без перевода. Часть рубрик, подготовленных самой «Уорлднет» («Досье новостей», «Мир науки», «Что нового на рынке»), имеет испанскую, французскую и арабскую версии. Обычно в расписании присутствуют уроки английского языка. «Уорлднет» принимается практически во всем мире, соперничая с телевизионным инновещанием Би-би-си, «Немецкой волны» и «Франс интернасьональ».

Некоторые кабельные каналы выступают на комиссионных началах как посредники при прямой продаже товаров. «Хоум шоппинг нетуорк», Кью-ви-си и другие каналы — «магазины на дому» — круглосуточно предлагают со скидкой бытовую технику, одежду, украшения и т. д. Обычно программа разбита на длинные тематические блоки, ведущий рассказывает о достоинствах демонстрируемого товара, а тем временем зрители по телефону делают заказ, который в течение одной-двух недель доставляется на дом. Таким путем ежегодно продается товаров на сумму до пяти миллиардов долларов.

Для показа **свежих кинобоевиков и популярных зрелищ** (спортивных состязаний, концертов модных рок-групп) кабельные системы создают аморфные адресные платные сети. Раньше заказ на подключение к такой сети для просмотра фильма принимался по телефону, теперь эту трудоемкую операцию выполняет компьютер (он же выписывает и счета). Обычно деньги, собранные при показе кинобоевика с индивидуальной платой (Пи-пи-ви), делятся пополам между киностудией и организаторами показа.

В 90-е годы благодаря уплотнению цифрового сигнала, повышающего пропускную способность канала в 4-8 раз, появилось так называемое **«видео по заявке»** — возможность выбирать для просмотра кинофильмы и передачи при почасовой оплате («меню» состоит из сотен названий). Однако внедрение интерактивного ТВ ожидается лишь в ближайшее десятилетие. В развитии кабельного ТВ сейчас, видимо, наступает новый этап — резкое увеличение набора выполняемых им функций. Двусторонние (интерактивные, адресуемые) системы расширяют объем так называемых сервисных услуг — от охраны дома и автоматического снятия показаний счетчиков электроэнергии, воды и газа до выполнения финансовых расчетов прямо из дома (телебанкинг) и приобретения товаров (телешопинг).

Широкое распространение кабельного ТВ в США сдерживает непосредственный прием передач

на домашние спутниковые антенны. В первой половине 90-х годов в стране насчитывалось 3-5 млн. спутниковых антенн. Обычно их приобретают жители сельских и горных районов, где нет кабельного ТВ. На спутниковые антенны принимаются те же программы, которые доступны кабельным абонентам. Все попытки создания прямых программ из космоса до сих пор терпели фиаско из-за недостаточного интереса американцев к домашним «**параболам**».

Кризис старых телесетей

Структурные перемены в американском телевидении ведут к падению доходности сетей — компаний, составляющих «большую тройку» (Эй-би-си, Эн-би-си, Си-би-эс): им приходится делиться рекламными заказами со все новыми и новыми конкурентами, а их аудитория тает. За последние полтора десятка лет выбор среднестатистической американской семьи возрос с 3-4 до 40 телеканалов и продолжает расти.

В середине 80-х годов, когда падение аудитории телесетей приняло постоянный и угрожающий характер, они попытались упрочить свое финансовое положение, впервые за всю свою историю сменив владельцев. Молодой энергичный коммуникационный конгломерат «**Кэпитал ситиз**» за 3,5 млрд. долл. купил Эй-би-си. Ар-си-эй вместе с дочерней Эн-би-си оказалась в составе «**Дженерал электрик**». Си-би-эс избежала слияния, предложив контрольный пакет акций и пост главного администратора Л. Тищу из «Льюис корпорейшн». Австралийский миллионер Руперт Мердок разом купил шесть крупных телестанций и голливудскую киностудию «XX век-Фокс» и, став американским гражданином, приступил в 1986 году к формированию из числа независимых местных станций, не входящих в старые телесети, четвертой коммерческой сети «**Фокс бродкастинг компани**» (Эф-би-си). К середине 90-х она обеспечивала входящие в нее филиалы вечерней программой объемом 15 часов в неделю.

Необходимость экономии, а также прямая конкуренция с Си-эн-эн заставили нью-йоркские телесети отказаться от планов перевода своих главных вечерних новостей с 30-минутного на часовой формат и даже сократить персонал отделов новостей с 1500 до 1000-1200 сотрудников. Сетевые новости уступают в оперативности Си-эн-эн, обгоняя ее в зрелищности. Они всегда придерживались и придерживаются «звездной» концепции персонификации информации — в отличие от Си-эн-эн, не признающей «звезд» в журналистике. Эта концепция предполагает, что получающий несколько миллионов долларов в год главный комментатор новостей (последние полтора десятка лет на Эй-би-си — Питер Дженнингс, на Эн-би-си — Том Брокау и на Си-би-эс — Дэн Разер, которому в начале 90-х «придали подкрепление» в лице соведущей Конни Чжун) делает информацию доступнее для усвоения, авторитетнее, интереснее, чем диктор — фигура, характерная обычно для государственного вещания. Постоянное улучшение «упаковки» новостей отодвигает на второй план их содержательную сторону. Новости не становятся аналитичнее при постоянной оглядке на рейтинг. Опросы показывают, что, несмотря на рост источников информации и повышение оперативности новостей, уровень информированности рядового американца остается таким же, как десять и двадцать лет назад.

В 1992 году опросы впервые зарегистрировали высокий **авторитет местных новостей**. На вопрос о том, какие новости наиболее точны и надежны, половина аудитории назвала местные и только четыре человека из десяти — общенациональные. Более того, почти 45 процентов опрошенных были готовы принять идею о роспуске коммерческих эфирных сетей при условии, что телезрители будут принимать Си-эн-эн и Си-СПЭН.

Кризис старых телесетей проявляется и в оскудении репертуара, сужении жанрового диапазона. В их программах остаются передачи только тех жанров, которые адресуются самой массовой аудитории: комедии, остросюжетные серии о полицейских, детективах, адвокатах и современная драма, а в дневное время — мыльные оперы (т. е. мелодрамы для домашних хозяек) и игры. С экранов телесетей исчезли некогда популярные эстрадные шоу, вестерны и триллеры, сократилось число одноразовых передач (спецвыпусков) и «минисерий» (непродолжительных сериалов, обычно экранизаций бестселлеров). Последние обычно имеют более высокое качество, чем серийная конвейерная продукция, но они «разрушают» аудиторию, а главное — не оправдывают высоких затрат при сокращающейся аудитории.

Уже в 70-е годы началось **вытеснение классической теледокументалистики** более легкими для

восприятия «новостными журналами», среди которых пальму первенства последние четверть века удерживают «60 минут» Си-би-эс. В 80-е широкое распространение получили информационно-развлекательные «риэлити-шоу», в которых документальные съемки искусно соседствуют с «восстановленными событиями» и игровыми сценами. Старая документалистика сегодня адресуется только вдумчивой, но очень узкой аудитории на обочине «большого ТВ» — на культурно-просветительной Пи-би-эс и на некоторых кабельных каналах, прежде всего на «Дискавери».

В середине 90-х годов каждая из сетей «большой тройки» собирала всего 11-13 процентов аудитории; четвертая «неполная» сеть «Фокс» — 7-9 процентов, на долю независимых местных станций приходилось 10, а культурно-просветительной Пи-би-эс — 2-3 процента аудитории. Между тем аудитория базовых кабельных каналов превысила 12, а платных — 3 процента аудитории. Дальнейшее дробление аудитории может привести к тому, что коммерческие телесети станут нерентабельными и полностью переключатся на другие виды деятельности (видео, специализированное кабельное вещание, производство развлекательных передач и т. п.). Четверть века назад подобный процесс ослабления общенациональных компаний произошел в американском радиовещании и привел к тому, что сегодня в эфире США безраздельно господствуют местные станции, специализирующиеся либо на информации, либо на музыке. Если конкуренция с новым средством массовой информации — телевидением — в свое время сильно трансформировала американское радио, то теперь традиционное ТВ болезненно приспосабливается к новейшим СМИ — кабельному и спутниковому вещанию, а также видео. Американские законодатели и ФКС пытаются смягчить неблагоприятные для «большой тройки» тенденции, как в первые десятилетия телевидения они сдерживали монополизацию эфира и поддерживали мелкий и средний бизнес. Коммерческим сетям разрешили, например, участвовать в кабельном ТВ. Был снят запрет и на участие телесетей в производстве развлекательных передач совместно с Голливудом. Это дает им дополнительный источник дохода при продаже премьерных передач местным эфирным станциям, кабельным каналам и зарубежным компаниям, т. е. на вторичном рынке.

Интеграция, цифровые технологии и интересы общества

Либерализацией отношений между производством и прокатом не преминули воспользоваться некоторые лос-анджелесские студии, до сих пор лишь продававшие свои передачи нью-йоркским сетям. В 1995 году на базе Голливуда возникают сразу две новые эфирные компании — сети «Уорнер бразерс» и «Юнайтед ПарамOUNT нетуорк». Подобно созданной за десять лет до этого сети «Фокс» Р. Мердока, они поначалу функционировали только несколько часов в сутки, из года в год наращивая объемы вещания. Обе компании распространяют новую и старую продукцию собственного производства и собирают по 4-5 процентов аудитории, преимущественно молодежь. В сентябре 1998-го начала вещание седьмая коммерческая общенациональная программа «Пакс», адресованная семьям. Появление этих пока еще «неполных» телесетей отражает тенденцию дифференциации и демассовизации СМИ и способствует дальнейшей индивидуализации зрительского выбора. Однако их создание ведет и к очередному отливу аудитории «большой тройки».

Рейтинги старых сетей упали так низко, что вначале они просто отказывались в это верить и потребовали от компании Нильсена расширить выборку (в середине 90-х она составляла 5 тыс. семей) и повысить точность измерений аудитории с помощью электронных счетчиков. Одновременно они были вынуждены заняться поиском стратегических партнеров по шоу-бизнесу. В 1995 году «Кэпитал ситиз / Эй-би-си» сливается с компанией «Уолт Дисней». В это объединение, помимо телесети Эй-би-си и знаменитой мультипликационной студии с ее парками аттракционов, вошли кабельно-спутниковый спортивный канал И-эс-пи-эн, семейный «Лайфтайм», канал новостей из мира зрелищ «Эй энд И», некоторые газеты и журналы. В том же году конгломерат «Тайм Уорнер» (киностудия «Уорнер бразерс» и издательство «Тайм») расширяется за счет медиаимперии Теда Тернера (компания Ти-би-эс, спутниковые каналы во главе с Си-эн-эн, фильмотеки МГМ и ЮА). В сентябре 1999 года объединение «Вайеком», в которое входят, в частности, Эм-ти-ви и «Дискавери», за 34,5 млрд. долл. приобретает сеть Си-би-эс, образуя

коммуникационный гигант стоимостью 80 млрд. долл. Наконец, в январе 2000-го происходит самое крупное слияние за всю историю американских коммуникаций: конгломерат «Тайм Уорнер», капитал которого достиг 96 млрд. долл., объединяется с телекоммуникационной компанией «Америка он лайн» с капиталом 141 млрд. (Отметим для сравнения, что как раз в это время российские специалисты оценивали ОРТ в 800 млн., а «Медиа-МОСТ» — в 1 млрд. долл.) Радикальные изменения в структуре собственности американских масс-медиа были вызваны объективной необходимостью. Вертикальная интеграция позволяет сосредоточивать в одних руках как производство, так и распространение программного продукта. Крупные игроки информационно-развлекательного рынка, перебрасывая капитал из одного сектора в другой, способны более эффективно противостоять конкуренции и идти на огромные инвестиции в новейшие технологии, прежде всего в цифровое телевидение.

К началу 80-х годов фирмы «Сони» и «Филипс» разработали **компакт-диск с цифровой записью звука**, и с этого времени понятие «цифровой» стало синонимом высочайшего качества звука, а затем и изображения. Цифровой сигнал, основанный на использовании всего лишь двух величин — логического нуля и логической единицы, — копируется без потери качества и застрахован от аналоговых искажений и шума. При участии специалистов по компьютерным технологиям к 1987 году были созданы первые серийные видеомагнитофоны серии «Ди» («дигитал», т. е. цифровой). Однако для перевода на цифровую систему всего ТВ-тракта — от студии до зрителя — пришлось разработать способы снижения потока сигналов до уровня аналогового телевидения и даже значительно ниже этого уровня. При этом в зависимости от применяемой степени компрессии (сжатия) сигнала качество изображения остается сравнимым с аналоговым и даже превосходит его.

Компрессия информации была впервые применена в видеосистеме «Дигитал Бетакам» в 1993 году. Для того чтобы данная система пользовалась на рынке спросом, разработчики включили в список ее возможностей воспроизведение существующих аналоговых записей. В профессиональной области аналоговые сигнальные тракты стали в массовом порядке заменяться цифровыми. Пользователи могли даже не знать, что их новые телевизоры, видеомагнитофоны или видеокамеры обрабатывают сигнал не аналоговым, а цифровым способом и лишь непосредственно перед воспроизведением или записью вновь преобразуют его в аналоговый. В сфере бытовой электроники начала быстро распространяться видеоаппаратура цифровых систем **Ди-ви** и **Ди-ви-ди**. В отличие от видеокассет цифровые видеодиски позволяли в любой момент (без перемотки ленты) выводить на экран дополнительную информацию. На это японские производители видеомагнитофонов ответили замедлением прохождения ленты, благодаря чему на одной стандартной кассете стало возможно записать по 12 часов изображения.

В середине 90-х годов были разработаны стандарты комплексной оцифровки всего телевизионного тракта на четырех уровнях качества — низком, нормальном, повышенном и высоком. В рамках этих уровней скорость сигнала и ширина используемого диапазона меняются в зависимости от характера изображения (так, показ хоккейного матча требует втрое большего потока информации, чем изображение комментатора). Применением компрессии достигается экономия средств: если раньше каждый канал (транспондер) спутникового ТВ передавал лишь одну аналоговую программу, то в цифровом виде он может транслировать от двух до шестнадцати программ.

Другим преимуществом цифрового телевидения является его интерактивность. Сближение двух до сих пор самостоятельных технологий (телевизионной и компьютерной) открывает дополнительные возможности перед телевидением (оплата за каждую просмотренную передачу) и перед «видео по заказу» (когда зритель выбирает нужное из предлагаемого репертуара, а заказанная программа транслируется из видеотеки сервера непосредственно на телевизор абонента).

Международный союз электросвязи рекомендовал **единый мировой стандарт** для производства цифровых телепрограмм и их обмена — 1080 строк при формате кадра 16:9. Но последнее слово принадлежит здесь скорее не японским производителям, а американскому рынку телеаппаратуры — ведь он составляет 60 процентов мирового и диктует свои правила игры.

В 1996-1997 годах в ряде американских городов прошло **тестирование всевозможных цифровых программ**, призванное предугадать платежеспособный спрос населения и обкатать цифровую аппаратуру. Федеральная комиссия связи отдала предпочтение рыночному подходу: вещателям предоставили право самим выбирать между 16 одобренными стандартами. Поэтому осенью 1998 года Эй-би-си начала цифровое вещание на стандарте 720 строк, а Пи-би-эс — 1080. Другие общенациональные сети задержали свой цифровой дебют на один-два года. По прогнозам ФКС, переход американского ТВ на цифровой сигнал завершится к 2006 году — при условии, что будут существенно снижены цены на приемное оборудование. При начале цифрового вещания декодер к аналоговому телевизору стоил 1800, а цифровой видеомагнитофон — 1000 долларов.

Предполагается, что наряду с внедрением всевозможных интерактивных служб непосредственным следствием оцифровки ТВ станет **развитие прямого спутникового вещания**. До сих пор кабельное ТВ было дешевле спутникового, что объясняет отставание США от Европы в распространении программ со спутника сразу на домашние антенны. Сжатие сигнала существенно удешевляет спутниковое вещание и снижает роль кабельных посредников. В этих условиях кабель и спутники из партнеров превращаются в конкурентов. Современные спутники могут распространять сигналы местных станций на ограниченную территорию. Так работает, например, созданная в преддверии всеобщей оцифровки телевидения многоканальная спутниковая система Эй-скай-би Р. Мердока. Просуществовавшее несколько десятилетий правило об обязательной бесплатной трансляции по кабелю близлежащих эфирных станций было отменено, и сейчас станции, желающие улучшить качество своего сигнала и расширить зону охвата аудитории, могут или придерживаться прежней практики, но уже за плату, или же использовать спутник. Перед американскими законодателями стоит нелегкая задача: поддерживать развитие новых средств массовой коммуникации и в то же время обеспечивать конкурентоспособность старых, не забывая при этом об интересах общества, которое опасается чрезмерной концентрации СМИ в одних руках. Несмотря на растущий зрительский выбор, закон сохраняет некоторые запреты на **«перекрестные владения»**. На местном рынке компания не может иметь более пяти или восьми радиостанций и более одной телестанции одновременно; нельзя также сочетать владение газетой и теле- или радиостанцией или кабельной системой.

Прямое вмешательство государства в содержание телепередач затруднено первой поправкой к конституции о свободе слова (например, нельзя ввести ограничения на объемы допустимой рекламы), но для того, чтобы подтолкнуть развитие массовых коммуникаций в желательном направлении, не посягая на основополагающий принцип свободы прессы, государство располагает экономическими рычагами и способами активизации общественного мнения.

Многолетняя дискуссия о губительном воздействии на детскую психику сцен насилия и жестокости в передачах привела к принятию в 1996 году **Закона о коммуникациях**, согласно которому телевидение обязано предупреждать зрителей об уровне насилия в каждой из них. Все телепрограммы делятся на шесть групп: для детей любого возраста; для детей старше 7 лет (в них допустимо «мягкое насилие», как в комедиях, но без ненормативной лексики и сцен секса); для детского просмотра в присутствии родителей; «не рекомендованные детям до 14 лет»; «только для аудитории старше 17 лет» и «для всех». Соответствующее обозначение появляется в левом верхнем углу экрана в первые 15 секунд после начала передачи, а если она идет свыше часа, индекс возникает вновь. От индексации освобождены новости, разговорные шоу и общественно-политические передачи, если в них участвуют официальные лица или первая леди. Телевизоры оснащаются специальным устройством — «ви-чипом» (где «ви» означает «вайоленс» — насилие), который на усмотрение семьи автоматически блокирует нежелательные передачи. Приставка с чипом стоит 40 долл., новые телевизоры уже снабжены встроенным чипом. Обычно такие приставки приобретают семьи из среднего класса, ответственно относящиеся к воспитанию детей. Беднейшие слои населения отнеслись к нововведению равнодушно. Как бы то ни было, внедрение «ви-чипов» рассматривается как разумная (хотя вряд ли достаточная) мера, призванная нейтрализовать отрицательные последствия сложившейся практики коммерческого вещания.

ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Берд и эксперименты с малострочным ТВ

В то время как в Америке В.К. Зворыкин закладывал основы электронного телевидения, по другую сторону Атлантики, в Англии, **Джон Лоджи Берд** и другие экспериментаторы пытались усовершенствовать механический диск Нипкова. 2 октября 1925 года Берд впервые получил телеизображение. Правда, на нем были лишь силуэты, детали не просматривались, а «картинка» имела оранжевый оттенок. 26 января 1926 года Берд провел публичную демонстрацию своего изобретения перед аудиторией, состоявшей из видных членов Королевского института Великобритании. Это событие произошло на Флит-стрит, 22 и спустя несколько дней было описано в лондонской «Таймс». Некоторые историки вещания именно эту дату считают днем рождения телевидения.

Дж. Берд оказался, таким образом, первым ученым, продемонстрировавшим телевизионную систему в действии. Это был неутомимый труженик и организатор. Для привлечения внимания к ТВ и координации поисков исследователей он в 1927 году создает Королевское телевизионное общество, под эгидой которого 1 марта 1928-го выходит первый в мире журнал, посвященный исключительно телевидению, — «Телевижн». Под руководством Берда был смонтирован **первый приемник со стандартом четкости 30 строк**, который, как ни странно, назывался телевизор (теперешнее его название звучит по-английски «телевижн-сет»). В 1929-1931 годах было выпущено около тысячи «телевизоров Берда», они продавались преимущественно любителям лабораторных курьезов и новинок техники. Следующий его телевизор был рассчитан на 60 строк и имел экран 4х9 дюймов. Любопытно, что **в 30-е годы Берд изготавливал и продавал видеодиски, позволявшие наблюдать стереоскопическое телеизображение**. Позднее он многое сделал для разработки и внедрения цветного ТВ. Пожалуй, никто не имел столько патентов на изобретения в области телетехники, как Берд.

Конечно, опасно наделять кого-либо титулом изобретателя новой техники, так как нет четких критериев, определяющих рождение крупного изобретения. Вклад Берда недооценивался на том основании, что созданная им система не принята сегодня. Но разве не то же случилось, к примеру, с Даггером в области фотографии? Негативно-позитивную фотографию предложил У. Тэлбот — многим ли знакомо это имя? В самой Англии слава изобретателя телевидения долгое время приписывалась Кэмпбеллу Суинтону. Действительно, он одним из первых высказал предположение, что будущее не за механическим, а за электронным телевидением, и в компании «ЭМИ-Маркони» работал над совершенствованием электронного кинескопа, придуманного Зворыкиным. Но «высказать предположение» не равносильно «изобрести». Иначе можно было бы считать изобретателем самолета Леонардо да Винчи, а подводной лодки — Жюль Верна.

С признанием заслуг Берду особенно не повезло на родине. Он был шотландцем, а англичане, как известно, не склонны возвеличивать своих северных соседей, да и, вообще, нет пророка в своем отечестве. Кроме того, в довоенные годы технической стороной дела на Би-би-си руководил человек, сводивший с Бердом личные счеты. В начале 1928-го серией рекламных объявлений Берд провозгласил о намерении открыть в Англии собственную телепрограмму для владельцев его приемников. Министерство почт и Би-би-си пытались убедить парламент и общественность в том, что дело не продвинулось дальше экспериментов. Но англичанам казалось, что благодаря Берду Великобритания обогнала конкурентов и может первой создать телесеть. Берд угрожал открыть вещание на Англию из Голландии или другой страны, если Би-би-си будет чинить ему препятствия. Поскольку телевидение формально не упоминалось в уставе Би-би-си, министерство почт уступило нажиму Берда, выдав ему отдельную лицензию. В сентябре 1929 года начались регулярные экспериментальные передачи, продолжавшиеся на малострочном стандарте вплоть до 1935 года. Англия, таким образом, тоже пережила ложный телевизионный бум, как США и Германия. Несовершенство механической системы, с которой работал Берд, стало очевидным, как только в США появилась электронная система. Первый прогон этой системы в Англии произошел в августе 1936-го на ежегодной выставке электронного оборудования. Компания «ЭМИ-Маркони» и Берд показывали свои передачи попеременно. Но если вершиной старой системы были 240 строк, то «ЭМИ-Маркони» предлагала изображение, разлагавшееся на 405 строк. Кроме того, электронная система (в Англии ее называли системой Кэмпбелла Суинтона) была не так сложна в обращении,

передачи содержали меньше помех, от актеров не требовалось особого грима, а качество изображения было вполне приемлемым.

Английский «эмитрон», разработанный компанией «ЭМИ», в сущности, копировал иконоскоп Зворыкина. Что и неудивительно: руководитель телевизионной группы компании Айзек Шенберг учился в петербургском Технологическом институте у Розинга, между ним и другим его учеником Зворыкиным поддерживался тесный контакт. Зимой 1933 года исследователи «ЭМИ» целых три месяца провели в лаборатории Зворыкина, а позднее Ар-си-эй и «ЭМИ» подписали соглашение об обмене научной информацией.

Предвоенные передачи Би-би-си

Учитывая быстрое развитие разработок в области телевидения за рубежом, Британская радиовещательная корпорация (Би-би-си) в середине 30-х годов приступила к формированию собственной телеслужбы. Если в США работы в этой области велись децентрализованно конкурировавшими между собой организациями без согласованного плана и без государственных дотаций (корпорации вкладывали деньги в научные изыскания под будущие прибыли от коммерческой эксплуатации ТВ), то Би-би-си занялась телевидением целенаправленно. Как уже отмечалось, в 1929-1935 годах в Англии шли регулярные передачи по механической системе Берда. В 1936-1937 годах использовались две системы: в 240 строк Берда и 405 строк «ЭМИ-Маркони», пока Би-би-си окончательно не остановила свой выбор на второй, по своим принципам максимально приблизившейся к ныне существующим.

2 ноября 1936 года Би-би-си начала регулярные передачи. Именно эта дата принята сегодня за начало истории регулярного телевидения в мире. Передачи шли по два часа в сутки шесть раз в неделю по заранее объявленному расписанию. Один день отводился профилактическому ремонту оборудования. Этой традиции придерживались позднее телеслужбы многих стран, даже если необходимости в ремонте не было: предполагалось, что один день в неделю аудитория должна отдыхать от телевизора и заниматься домашними делами.

Программы передач Би-би-си отличались выдумкой, разнообразием, хорошим вкусом. На весьма скромные средства (трудно поверить, что за первый год существования ТВ они составляли сумму, эквивалентную всего 1,2 млн. долл.) Би-би-си показывала концерты знаменитых английских и американских комедийных актеров, выступления певцов, представления из кабаре. Особо следует упомянуть театральные трансляции: «Макбета» из театра «Олд Вик» с Лоренсом Оливье, «Двенадцатой ночи» из «Феникса» с Майклом Редгрейвом и Пегги Эшкрофт и других знаменитых спектаклей той поры. Би-би-си успешно вела внестудийные передачи — репортажи с теннисных соревнований, гонок яхт, футбольных матчей, но вершиной предвоенных прямых трансляций было освещение коронации Георга VI в 1937 году.

Аудитория росла очень медленно. Далеко не все были богаты настолько, чтобы позволить себе купить телевизор. К началу войны в Англии насчитывалось 20 тыс. телеприемников. Все они принадлежали так называемому среднему классу и находились в Лондоне и его окрестностях. Этот процесс был прерван в день, когда немецкие войска вторглись в Польшу. На своем первом же чрезвычайном заседании правительство сочло, что антенны Би-би-си могут послужить ориентиром для немецких бомбардировщиков. Корпорации дали ровно десять минут, чтобы прекратить передачи. Шел мультфильм Уолта Диснея, в котором мышонок Микки как раз говорил: «Ну, кажется, всем пора по домам». После этого экран погас на семь лет.

В годы войны Би-би-си использовала телеоборудование для демонстрации мер против воздушных налетов, способов тушения зажигательных бомб, инструктажей по противовоздушным мероприятиям. Телетехника использовалась для воздушного наблюдения, автоматического управления самолетами, для обороны в темноте. Дж. Берд не раз говорил о способности ТВ «видеть во мраке». На эту его способность обратили внимание многие военные ведомства, нередко прямо или опосредованно субсидировавшие телевизионные изыскания в своих целях. Так, во время войны были смонтированы особые телекамеры для определения местонахождения самолетов в темноте.

Становление и развитие общественного ТВ

Би-би-си возобновила прерванные войной регулярные телепередачи в июне 1946 года **показом**

записи парада победы. Осознавая, что вещанию нужна постоянная финансовая база, корпорация ввела комбинированную радиотелевизионную абонентную плату.

Необходимо отметить, что многие руководители довоенной и послевоенной Би-би-си относились к ТВ сдержанно. «Старая гвардия» полагала, что не стоит форсировать развитие телесети, пока радио еще не исчерпало своих возможностей, ее пугали и огромные затраты на телепередачи для тогда еще узкой аудитории.

Тем временем производство телеприемников становилось массовым, улучшались их технические и потребительские характеристики, снижалась цена. В 1948 году Би-би-си показывала Олимпийские игры с лондонского стадиона Уэмбли, а в 1953-м — коронацию Елизаветы-II. Последнее событие побудило множество семей к приобретению телевизоров: в том году их число достигло 5 млн., а объем вещания — 40 часов в неделю. Доказательством упрочения позиций ТВ может служить и тот факт, что телеслужба Би-би-си получила своего директора. Позднее, в 60-е годы, в западной части Лондона был открыт новый телецентр (подобным образом в 30-е годы открытие лондонского Радиодома символизировало расцвет радиовещания).

Англия избежала ожесточенной борьбы за контроль над телевидением (что было характерно для большинства стран Западной Европы) благодаря высокой культуре политической жизни, а также заложенным в уставе Би-би-си принципам независимости информации от правительства и наработанным прессой и радио традициям ответственной журналистики. Структура управления Би-би-си стала образцом для подражания для государственного вещания большинства стран Британского содружества и ряда стран Европы. Совет управляющих Би-би-си из 12 человек назначается правительством на пять лет. Это видные представители культуры, прессы, промышленности и других сфер — «защитники национальных интересов» в области вещания. Совет подбирается на внепартийной основе, он определяет общее направление вещательной политики и финансирования, назначает руководящих работников корпорации, включая ее генерального директора. Управляющие проводят заседания раз в неделю, вникая в повседневную деятельность корпорации лишь в исключительных случаях, следят за соблюдением ее автономного статуса и дают отпор любым попыткам внешнего давления. Би-би-си не поддерживает публично ни лейбористов, ни консерваторов, а любой телефонный звонок «сверху» лишь укрепляет решимость показать тот или иной «нежелательный» материал, подрывая репутацию власть имущих.

Придерживаясь концепции «ответственного вещания», **английское правительство всегда вело открытую информационную политику.** Это означает на практике, что принятию важных решений в области вещания предшествуют заявления министров и других государственных деятелей, предварительная исследовательская работа под контролем парламентских комитетов, публикация правительственных Белых или Зеленых книг относительно ближайшего развития вещания, широкое их обсуждение в прессе и, наконец, принятие соответствующих решений в парламенте.

В начале 50-х расширение приемной сети поставило вопрос о необходимости второй телепрограммы. Дискуссия о разнообразии выбора зрителей оказалась связанной с проблемой монополии Би-би-си в эфире. Для некоторого «облегчения» телерепертуара в интересах массового зрителя парламент одобрил закон о создании коммерческого ТВ. В результате в августе 1955 года в Англии появился и надолго оставался единственным в Европе коммерческий канал Ай-ти-ви. Появление конкурента благотворно повлияло на деятельность Би-би-си, заставив ее следить за размерами аудитории, делать передачи более привлекательными. Как и в США, 50-е годы были в Великобритании периодом расцвета живой реалистической теледрамы. Самый плодовитый в Англии и во всем мире теледраматург Тед Уиллис (он занесен в книгу рекордов Гиннеса) получил титул лорда — свидетельство исключительно высокого положения сценариста на английском ТВ. Для облегчения финансового бремени и создания разнообразия в программах Би-би-си всегда допускала импорт американских серий, а когда возникла опасность американизации эфира, корпорация стала придерживаться добровольной квоты на импортную продукцию, которая составляет 14 процентов к объему ее вещания.

Вопрос о второй программе Би-би-си, поднятый в середине 50-х, вновь возник в связи с переходом

на цветное вещание. Англия, отдав предпочтение западногерманской системе ПАЛ, открыла Би-би-си-2 в 1964-1967 годах. Она создавалась как общеразвлекательная программа, включающая передачи и для меньшинств, не противостоящая Би-би-си-1, а дополняющая ее.

Коммерческое телевидение

Как уже говорилось, независимое телевидение появилось в стране в 1955 году. Англия первой в Европе сделала свою систему вещания смешанной, обогнав другие государства на два десятилетия. (В Италии первые частные телестанции явочным порядком, без какого бы то ни было разрешения властей, стали возникать начиная с 1975-1976 годов, а в 80-е произошло объединение большинства из них в три коммерческие телесети, принадлежащие коммуникационному магнату и будущему премьер-министру Сильвио Берлускони. В Германии и Франции частное ТВ появилось в середине 80-х, в Испании — в конце того же десятилетия и т. д.)

Коммерческое ТВ существует как обычное предприятие, стремящееся к извлечению прибыли путем продажи части своего вещательного времени под рекламу. Коммерческая организация делает телевизионную компанию независимой от правительства и обеспечивает широкий выбор программ, интересующих массового зрителя, поскольку от численности аудитории напрямую зависят рекламные тарифы. Если на общественное (государственное) вещание зритель может влиять как гражданин и избиратель, то на частное — прежде всего как потребитель, настроения которого выявляются регулярными опросами. Недостаток коммерческой организации — **постоянная зависимость от рекламодателей**, которые ради прибыли готовы потакать даже самым низменным вкусам и желаниям аудитории. Поэтому нужны сильные законодательные фильтры, которые позволяли бы коммерческому ТВ противостоять давлению заказчиков рекламы и побуждали его служить общественным интересам, культурному развитию аудитории.

Контроль над коммерческой компанией Ай-ти-ви с самого начала осуществлялось правлением, а в 1990 году, когда в ней появились и радиовещание, и кабельное телевидение, были созданы три администрации: для эфирного ТВ, кабельного ТВ и радио. Основной **способ контроля и регулирования в коммерческом вещании — лицензирование**. Ай-ти-ви имеет региональную природу: ее программы верстаются из передач полутора десятков местных частных компаний, каждая из которых получает лицензию самостоятельно — сейчас срок лицензии составляет десять лет. По истечении этого срока в зависимости от качества проделанной работы лицензия или продлевается, или передается на конкурсной основе другой компании. При этом может несколько меняться и география зоны, на которую вещает станция. В 1991 году впервые в мировой практике правление коммерческого ТВ не распределяло лицензии, а продавало их с аукциона. На 16 лицензий претендовало 40 компаний. Считается, что если у какой-то из них не хватает средств на приобретение лицензии, то, следовательно, она не сможет выпускать и качественные передачи, требующие все больших вложений. Ай-ти-ви зарабатывает на рекламе свыше 2 млрд. долларов в год, четверть этих средств поступает в казначейство в виде платы за лицензию, купленную на аукционе.

Доходы от рекламы позволяют коммерческому ТВ не только производить самому и покупать дорогостоящие зрелищные передачи, но и оплачивать услуги своего персонала в среднем на треть выше, чем на Би-би-си. (Правда, следует отметить, что работа во влиятельной и престижной корпорации остается исключительно привлекательной, хотя ее профсоюзы время от времени и проводят забастовки, требуя увеличения зарплаты персонала.)

В 1982 году в Англии была создана **«альтернативная» программа «Канал-4» («Чэннел фор»)**, управляемая особой администрацией, формально некоммерческая, но финансируемая за счет рекламы. Ее размещением в эфире первые полтора десятилетия занималась Ай-ти-ви, что позволяло «Каналу-4» целиком и полностью **сосредоточиться на творческих вопросах**. Согласно закону, программа должна предлагать зрителю то, что «не могут показывать другие каналы», быть полигоном для обкатки новых идей и приемов, культурным дополнением к Ай-ти-ви для вдумчивой аудитории. К 2000 году объем оригинальной продукции канала достиг 60 процентов. Остальное время занимают первоклассные документальные, культурно-просветительские и развлекательные передачи зарубежного производства вроде американского сериала «Скорая помощь». «Канал-4» собирает до 10 процентов аудитории, что можно считать большим успехом

для программы подобного профиля. Сегодня канал продает эфирное время самостоятельно. Его подвергают постоянной критике за стремление конкурировать с другими каналами, за чрезмерную эротизацию ночного блока; предлагают даже забыть об альтернативности и попросту его приватизировать. Как бы то ни было, «Канал-4» остается уникальным явлением в мировом телевидении, доказывая, что коммерческая основа может вовсе не препятствовать культурной миссии телевидения.

Таким образом, возникновение кабельно-спутникового ТВ страна встретила, имея смешанную систему эфирного вещания с двумя общественными и двумя коммерческими телеканалами, которые делят аудиторию примерно поровну. Эта тщательно продуманная система способствовала созданию сбалансированного выбора для зрителей. Английское телевидение оценивается профессионалами как одно из лучших в мире — если не самое лучшее.

Кабельно-спутниковое телевидение

Кабельное ТВ в Англии развивалось очень вяло. Имея первоклассный выбор эфирных передач, англичане не видели особого смысла в том, чтобы тратить деньги на новые источники развлечения и информации. Существенно сдерживало его развитие и видео: к 1990 году видеоманитофоны имели уже 56 процентов семей. Несмотря на газетную шумиху вокруг перспектив «интерактивного кабеля» и его возможностей, к середине 90-х на услуги кабельных сетей из 23 млн. семей подписалось немногим более 700 тысяч. И это при том, что (в отличие от США) английские телефонные компании вправе сочетать свою основную деятельность с кабельным ТВ и что местные законы стали допускать широкое присутствие иностранного капитала в телебизнесе. Вот почему возникавшие в стране спутниковые каналы на первых порах адресовали свои передачи не столько английской, сколько общеевропейской аудитории, владеющей английским как вторым языком.

Еще в 1977 году Международный союз электросвязи распределил между государствами частоты для спутникового вещания. Первая европейская частная спутниковая компания «Сэтеллайт телевижн» как-то незаметно начала вещание из Лондона в 1982 году. Она адресовалась преимущественно кабельным службам скандинавских стран, предлагая им дешевые программы из старых американских фильмов и сериалов. Уровень развития кабельных сетей в Скандинавии и Бенилюксе был несравненно выше, чем в Англии, а выбор зрителей ограничен одной-двумя государственными программами. В большом телебизнесе о «Сэтеллайт телевижн» заговорили только тогда, когда ее перекупил коммуникационный магнат Руперт Мердок. На ее базе был создан общеразвлекательный «Скай чэннел» («Небесный канал»). Позднее открыли вещание такие тематические каналы, как «Супер чэннел» (1984, общеразвлекательный), «Чилдренс чэннел» (1984, детский), «Лайфстайл» (1985, для женщин) и «Эм-ти-ви Европа» (1987, музыкальный). Поворотным стал 1989 год, когда в Европу пришло прямое (или непосредственное) телевизионное вещание со спутников. Оно принимается всеми зрителями, имеющими небольшие (60 см по диагонали) параболические антенны. Именно антенны-тарелки являются одним из признаков НТВ: чем мощнее спутник, тем меньшая и более дешевая антенна требуется.

В феврале 1989-го частная люксембургская компания запустила мощный спутник НТВ «Астра» и приступила к сдаче в аренду 16 каналов. В мае того же года Франция начала вещание со своего 5-канального спутника ТДФ-1, а осенью был запущен его западногерманский близнец «Сат-2» («Сат-1» оказался непригодным для эксплуатации). К концу десятилетия на Западную Европу вели передачи 40 спутниковых каналов, причем ни один из них не приносил прибыли. Аудитория, способная принимать спутниковые передачи на домашние антенны или по кабелю, не превышала 1,7 процента населения. В Англии положение было еще хуже: здесь эта аудитория составляла лишь полпроцента. Согласно опросам, более 80 процентов англичан отвечали отрицательно на вопрос относительно их намерения приобрести антенны-тарелки.

Между тем в стране разразилась «спутниковая война». Р. Мердок, используя «Астру», начал вещание сразу по четырем тематическим каналам своей системы «Скай». Немногим позже с пятью программами в эфир вышел и конгломерат «Бритиш сэтеллайт бродкастинг» (Би-эс-би).

Конкуренты вряд ли могли добиться успеха из-за несовместимости своих приемных систем: «Скай» использовала старую систему ПАЛ, в то время как Би-эс-би отдала предпочтение варианту

европейской спутниковой системы распространения сигнала Д-Мак. Для приема передач обеих компаний зрителям нужно было покупать две тарелки и два декодера. Естественно, что аудитория НТВ оставалась мизерной. Конкуренция истощала финансовые ресурсы обеих сторон (одни начальные затраты Би-эс-би превосходили 2 млрд. долл.). В конце концов, небольшие доходы от рекламы и малая аудитория заставили две самые сильные спутниковые системы Англии объединиться в компанию «Бритиш скай бродкастинг» (Би-скай-би), где половина акций принадлежит Р. Мердоку.

Первоначальный набор (пакет) Би-скай-би включал всего пять каналов: два киноканала и спортивный шли в закодированном виде, а общеобразовательный «Скай-1» и информационный «Скай ньюз» — в открытом режиме. За первые десять лет своего существования консорциум довел число подписчиков до 7 млн., они платили в среднем 12 фунтов стерлингов в месяц за базовый пакет и примерно вдвое больше, если в набор входили платные зашифрованные каналы. Возглавляемый Р. Мердоком спутниковый гигант расширял выбор подписчиков и усиливал свое присутствие в эфире Западной Европы. Он приобрел половину акций немецкой сети «Вокс», четверть акций европейского платного киноканала «Премьера», предпринял шаги к сближению с французским «Каналом-плюс». Крупнейший в мире коммуникационный магнат, которому в 2001 году исполнилось 70 лет, передает бразды правления дочери Элизабет (она стала генеральным менеджером Би-скай-би) и сыну Лелану (он возглавляет одно из австралийских информационных агентств). Известно, что наследники не очень ладят между собой, так что после ухода со сцены Р. Мердока его глобальный семейный бизнес может быть поделен и оказаться в новых руках.

В совокупном объеме телепросмотра на долю спутниковых каналов в Англии не приходится и пяти процентов времени. Интересно отметить, что рост потенциального выбора не ведет к увеличению времени, уделяемого населением телепередачам. Англичане — умеренные зрители. Согласно одному исследованию (1994), они уделяют ТВ немногим более 200 минут в сутки — по сравнению с 258 минутами, составляющими среднюю норму потребления для португальца, и 232 — для американца. Между объемами просмотра передач, их качеством, жизненным уровнем населения, многообразием выбора не зафиксировано прямой связи. Так, у шведов и немцев примерно равный выбор (18 каналов) и одинаковый жизненный уровень, но средний немец уделял телевидению 170 минут, а швед всего 40. Очевидно, здесь многое зависит от национального характера, образа жизни в той или иной стране. *Несомненно, однако, что с расширением выбора зритель ищет интересующие его передачи более осознанно, а это сказывается на приверженности аудитории к старым каналам.*

Общественное ТВ и рынок

По сравнению с государственными телекомпаниями других европейских стран Би-би-си относительно легко приспосабливается ко все новым и новым конкурентам в эфире: сорокалетний опыт сосуществования с Ай-ти-ви многому ее научил, и она всякий раз находит свою нишу в меняющейся обстановке, сдавая одни позиции, но отвоевывая другие.

В конце 80 — начале 90-х годов исповедуемая Би-би-си концепция служения обществу, патернализма (опеки над вкусами аудитории) испытывала давление сторонников так называемой **«индустриальной политики»**, видящих в вещании не столько средство распространения культуры, сколько продукт развития техники и рынка. Они отвергают взгляд на Би-би-си как на уникальный институт британского общества. В бытность свою премьер-министром Маргарет Тэтчер не раз подчеркивала, что Би-би-си могла бы избавить казну от финансовых затруднений, допустив коммерческую рекламу и сократив непомерно раздутый, по ее мнению, персонал. Тэтчер удивлялась, например, почему американцы берут у нее телеинтервью группой из двух человек, а англичане присылают «целую толпу»: в этом она видела «безответственность профсоюзов», искусственно завышающих занятость. Другой сторонник свободной игры рыночных сил в вещании Р. Мердок называл программы Би-би-си «парадом предрассудков и интересов одинаково мыслящих людей, контролирующих вещание», и призывал не оберегать всеми силами эту цитадель общественного вещания. Некоторые предлагали даже провести полную или частичную приватизацию корпорации.

Би-би-си подчинилась требованию правительства довести в течение пяти лет объем телепередач из

независимых источников до 25 процентов. Для этого ей пришлось распустить один из своих шести оркестров и обещать сократить общий персонал с 28 до 18 тысяч человек к дате пролонгации Королевской хартии, т. е. к 1996 году. Вместе с тем корпорация выступила против планов приватизации всех радиопрограмм и одного из двух ее телеканалов и решительно отвергла навязываемый ей способ финансирования через рекламу. Она провела широкую разъяснительную работу в прессе и эфире и убедила общественность в том, что независимость от рекламы позволяет ей сохранять независимость и в производственной деятельности, погоня же за рейтингом нарушит равновесие между информацией, образовательными и развлекательными передачами с потерей их качества, причем первой жертвой станут образовательные и общественно-политические программы, а затем настанет черед передач для меньшинств.

В программном документе «Би-би-си после 2000 года», подготовленном руководством корпорации, подтверждалась незыблемость целей Би-би-си как «краеугольного камня английского вещания» и «культурного рупора нации». Ее привилегии в получении абонентной платы (100 фунтов в год) оправдываются тем, что собираемые таким путем деньги используются эффективно для производства высококачественных передач, удовлетворяющих запросы максимально большой и разнообразной аудитории. И в новом столетии корпорация не намерена отказываться от абонентной платы, а связи с коммерческими партнерами станет расширять, если это партнерство будет выражаться в творческом вкладе.

Корпорация сохраняет свое лидерство в информационном вещании. В конце 90-х годов три четверти всех новостей в английском эфире имели своим источником Би-би-си и лишь четверть — коммерческое радио и телевидение. На производство одного часа новостей корпорация расходовала в среднем 78 тыс. фунтов — ее руководство сочло этот показатель чрезмерно высоким и для некоторого снижения расходов объединило службы радио- и телеинформации. Среди достижений документалистики Би-би-си последнего десятилетия — **сериал «Жизнь птиц»** прославленного режиссера Д. Аттенборо, **сериалы «Ренессанс» и «Прогулки с динозаврами»** (в последнем доисторическая фауна воспроизводилась по принципу виртуальной реальности). Би-би-си по-прежнему не знает себе равных в экранизациях классики, доказательством тому служат обновленные постановки **«Ярмарки тщеславия», «Дэвида Копперфильда», «Гордости и предубеждения»**. Экспорт серьезной теледрамы, наряду с продажей прав на свою продукцию производителям видеокассет, существенно увеличивает бюджет корпорации. Англия — одна из немногих стран мира, где телеэкспорт превышает импорт.

Всемирная телеслужба Би-би-си

Би-би-си вынашивала идею телеканала для зарубежной аудитории начиная с 1968 года, но понадобилось время, чтобы плата за аренду спутникового канала упала до приемлемого уровня и чтобы эту идею одобрил Форин-офис (английский МИД), курирующий иновещание. В 1986-м корпорация сделала первое представление в Форин-офис, запросив на канал около 8 млн. фунтов в год, но предложение было отвергнуто по бюджетным соображениям. Год спустя Би-би-си запросила вдвое меньшую сумму, но правительство вновь ответило отказом, хотя и не возражало в принципе против проекта, если корпорация воспользуется своими внутренними ресурсами. После этого Би-би-си поручила одному из банков разработать стратегию деятельности службы на полукommerческой основе и уже в 1988 году стала выпускать через спутник на кабельные системы Европы с общей аудиторией около одного миллиона абонентов подборку своих передач под названием **«Европейское ТВ Би-би-си»**. 11 марта 1991 года эта программа объемом 18 часов в сутки превратилась во Всемирную службу (ВС) Би-би-си — телеэквивалент знаменитой службы радиовещания, ведущей передачи на 41 языке. Программа готовится на телецентре Би-би-си и выходит из него. Однако существует рабочий канал, связывающий телецентр с Буш-хаус, резиденцией иновещания. Это означает, что в случае необходимости материал, подготовленный для теленовостей Всемирной службы, можно до выхода в эфир показать отделам иновещания для консультаций.

Особенностью ВС телевидения Би-би-си является то, что она не зависит ни от денег, собираемых в виде абонентной платы, ни от правительственных субсидий на иновещание, а работает как **коммерческое предприятие**. Примером может служить соглашение с базирующейся в Гонконге

азиатской спутниковой системой «Стар ТВ», которая предоставила Всемирной службе один из своих каналов. «Стар ТВ» вставляет в программу Би-би-си свои рекламные блоки и в таком виде транслирует ее на азиатский континент, делясь с корпорацией частью доходов. Учитывая, что система «Стар ТВ» имеет специализированные каналы, посвященные спорту, музыке и развлечениям, ВС придала своему азиатскому вещанию информационно-публицистический характер и сделала его круглосуточным. Помимо постоянно обновляемых новостей в начале каждого часа, канал включает в свой репертуар сводки погоды, оригинальные бюллетени Би-би-си-1 для английской аудитории, разнообразные информационные и общественно-политические передачи Би-би-си-1 и Би-би-си-2, такие как «Новости на завтрак» или «Вечер новостей». Европейское вещание построено по образцу азиатского, однако по вечерам предлагает смесь развлекательных передач производства Би-би-си. Специальную «упаковку» имеют «африканский луч», который ретранслируется через коммерческую сеть ЮАР «Эм-нет», а также арабская версия программы.

Основной конкурент Всемирной службы на мировом рынке — американская Си-эн-эн, которая сильна оперативным освещением новостей с места события, располагая более мощными техническими ресурсами. Она использует, например, свыше десятка спутников для охвата сигналом самых отдаленных уголков земного шара. Для сравнения: в 1997 году Си-эн-эн освещала похороны принцессы Дианы для 170 млн. абонентов, ВС Би-би-си — для 50 миллионов. Но никто не возьмется утверждать, что американский канал дает взаимосвязанную и глубоко проанализированную картину мира. К тому же он подмочил свою репутацию, превратившись в политическую платформу США в первые дни «войны в Заливе». Достоинство ВС Би-би-си — ее марка, самая привлекательная в мировом вещании. Новости ВС точны и беспристрастны, в них содержится анализ событий, освещается весь их контекст.

В конце 90-х годов Би-би-си осуществила регионализацию своего спутникового вещания с учетом специфики целевой аудитории. Европа стала принимать круглосуточные информационные передачи «Би-би-си уорлд», Азия — «Би-би-си прайм», абоненты кабельных систем США — подборку развлекательных программ под названием «Би-би-си Америка». Интересно отметить, что на самый труднодоступный американский рынок Би-би-си проникает через посредника — документальный канал «Дискавери», который обеспечивает ей рекламу и маркетинг. Вместе с «Дискавери» создаются два спутниковых ответвления для кабельного телевидения Латинской Америки. Наконец, Би-би-си приобретает пакет акций в глобальном спутниковом канале «Энимал плэнет» (экология). Корпорация создает все новые и новые телециклы для изучающих английский язык (их готовят специалисты из отдела «Английский на Би-би-си») и здесь она не имеет равных себе в мире. Внутренней (преимущественно кабельной) аудитории в 90-е годы Би-би-си смогла предложить два тематических канала — «Ю-Кей гоулд» (старые сериалы) и «Ньюз-24» (круглосуточная информация). Таким образом, адаптируясь к новым реалиям, английское общественное телевидение без ущерба для своей репутации весьма успешно занимается бизнесом.

Пятый канал и консолидация коммерческого ТВ

В опубликованной еще в 1988 году Белой книге английского правительства «Вещание 90-х: конкуренция, выбор и качество» содержалось предложение об открытии пятого эфирного телеканала, финансируемого за счет естественного прироста средств на рекламу. Под канал предлагались частоты аэронавигационных служб. Однако, поскольку вещание на новых частотах могло создать помехи владельцам видеоманитов, пятому каналу предлагалось взять на себя расходы по «ретьюнингу» — **перенастройке домашних электроустройств**. Кроме того, для охвата гористых Шотландии и Уэльса, а также Ольстера сигнал необходимо было дублировать через спутник и по кабелю. Все это снижало привлекательность новой телепрограммы в глазах делового мира: вместо «лицензии на печатание денег» (как в свое время назвал коммерческое ТВ лорд Томсон) можно было столкнуться с «запланированной катастрофой».

Вот почему, когда идея обрела форму парламентского акта и правление (комиссия) Ай-ти-ви объявило конкурс, лицензией заинтересовалась лишь одна компания, к тому же не заручившаяся достаточной поддержкой финансовых кругов. Конкурс повторили, выделив под канал дополнительные частоты. Из трех претендентов победил консорциум в составе «Пирсон

телевижн» (его ядро составляла студия «Темз», вещавшая до перераспределения лицензий 1991 года на Лондон в будние дни), компаний лорда Холлика «Меридиен» и «Англия» (коммерческое вещание на юг и юго-восток страны), одного банка и люксембургской КЛТ. Комиссия сочла, что в таком составе владельцы обеспечат на канале качественное вещание и сумеют выплачивать в казну 22 млн. фунтов ежегодно.

Набор персонала, разработка расписания, закупка оборудования и передач, их обкатка заняли свыше полутора лет, и только в марте 1997-го «Канал-5» («Чэннел файв») вышел в эфир. Авторы концепции программы обещали, что она, по сравнению с Ай-ти-ви, будет «более смелой, даже вызывающей» и начнет приносить прибыль через два-три года. Ставка была сделана на новые американские сериалы, спортивные трансляции, а после 8-часовых новостей — на кинофильмы и легкие развлекательные шоу. Иными словами, создавался еще один многожанровый канал без какой-либо специализации, без индивидуального лица. В первые годы он собирал около шести процентов аудитории, преимущественно из числа «молодых взрослых», не имевших выхода на кабельное или спутниковое телевидение.

Поскольку новый конкурент угрожал снизить аудиторию и рекламные доходы третьей программы (Ай-ти-ви), английское правительство пошло на некоторое смягчение регулирования в сфере частного вещания с конечной целью оставить в эфире сильнейшие объединения. Если раньше перепродажа лицензий запрещалась, то в середине 90-х годов одной и той же вещательной компании разрешили иметь сначала две, а затем — и больше лицензий. Стали допускаться и «перекрестные владения»: получила допуск в эфир мощная газетно-издательская индустрия. В результате Великобритании захлестнула волна слияний и поглощений. Рынок внес сильные коррективы в структуру собственности Ай-ти-ви, существовавшую после лицензирования 1991 года. Десять лицензий оказались в руках трех китов — компаний «Карлтон» во главе с Майклом Грином (вещание на Лондон в будние дни, а также на центр и юго-запад страны), «Юнайтед ньюз энд медиа» лорда Холлика (юг, восток Англии, Уэльс) и «Гранада» во главе с Джерри Робинсоном (север, северо-восток, Йоркшир, а также Лондон в выходные дни).

Сегодня все сильнее распространяется мнение, согласно которому созданная в 50-е годы как межрегиональная ассоциация Ай-ти-ви вообще должна принадлежать только одной компании, чтобы энергично действовать в глобальном масштабе и противостоять растущей конкуренции на внутреннем рынке. Однако для этого необходимо устранить разногласия между тремя магнатами — Грином, Холликом и Робинсоном и изменить антимонопольные статьи закона об Ай-ти-ви. В Зеленой книге «Регулирование коммуникаций» (1998) правительство обещало продолжать политику «облегченного подхода» к управлению и контролю СМИ. Предполагается, что не учитывающие общественные интересы каналы будут так или иначе закрываться через рыночные механизмы. Но пока большинство населения смотрит передачи эфирного ТВ, говорится в Зеленой книге, о полном отказе от государственного регулирования говорить преждевременно.

Консолидации эфирного частного ТВ Англии сопутствует «рационализация производства». За 90-е годы число штатных сотрудников третьей программы с 15 тысяч сократилось вдвое — за счет расширения заказов у независимых продюсеров. В 1998-м Ай-ти-ви пошла на беспрецедентный шаг, отказавшись от своего главного вечернего информационного выпуска «Новости в 10 часов». Теперь в «прайм-тайм» развлекательные шоу, сериалы и кинофильмы идут сплошным потоком. Интересами повышения рейтинга было продиктовано и увеличение объема мыльных опер. Ай-ти-ви традиционно удерживает пожилую и менее образованную аудиторию устоявшимися сериалами, среди которых неизменно лидирует «Коронейшн-стрит». Этот сериал с некоторым социальным уклоном выходит с 1960 года, а с середины 90-х вместо трех показывается по четыре его выпуска в неделю. Три сериала вместо двух стала выходить «сельская» мыльная опера «Эммердейл» и т. д. В итоге за одно десятилетие объем времени, занимаемого в английском эфире мыльными операми, возрос вдвое, а выпускаемый для поклонников этого жанра журнал «Инсайд соуп» (т. е. «Внутри мыла») увеличил свой тираж до 200 тыс. экземпляров. Таким образом, на структурные изменения в эфире третья программа ответила перегруппировкой в составе владельцев и усилением развлекательно-потребительской ориентации своих передач.

Переход на цифровое вещание

Наряду с запуском пятого канала важнейшим событием 90-х годов стал переход от традиционного аналогового на цифровой способ трансляции радио- и телесигнала. Это означает улучшение качества изображения и звука, возможность двухсторонней связи, но прежде всего — многократное увеличение числа каналов за счет сжатия сигнала. В соответствии с духом открытой коммуникационной политики все аспекты **«перехода на цифру»** подвергались в Англии всестороннему предварительному обсуждению в специальной Белой книге, в профессиональной и общей прессе, в парламенте — накануне принятия Акта о вещании. Было решено разделить эфир на шесть «пакетов» (мультиплексов) по девять каналов в каждом. Один мультиплекс передавался Би-би-си, другие — Ай-ти-ви, четвертому каналу, службе телетекста и т.д. Одновременно снимались ограничения на «перекрестные владения» — при условии, что ни одно объединение не будет контролировать свыше 15 процентов аудитории.

Цифровое вещание началось летом 1998-го на Би-би-си, когда из Франции транслировался чемпионат мира по футболу. Цифровой канал получил название «Би-би-си чоис». На цифровой способ перешли обе телепрограммы корпорации и созданный для кабельных систем круглосуточный информационный канал «Новости-24», а затем — все эфирное радио. В октябре того же года дочь коммуникационного магната Элизабет Мердок (генеральный менеджер спутниковой системы Би-скай-би) торжественно открыла сразу 140 цифровых спутниковых каналов. Из них 70 были заняты показом художественных кинофильмов (оплата в розницу по системе Пи-пи-ви). На том же спутнике Би-скай-би разместила и все свои каналы, продолжающие вещать в старом аналоговом режиме, службу интерактивного ТВ для осуществления покупок и финансовых операций. Пять каналов арендует здесь Би-би-си. Полтора месяца спустя заработал проект консорциума цифрового коммерческого эфирного ТВ, рассчитанный на 30 каналов. Его организаторами были наиболее сильные члены ассоциации Ай-ти-ви компании «Карлтон» и «Гранада», создавшие свои спутниковые ответвления и вынашивающие амбициозные планы вещания из космоса. На спутнике разместился канал под названием Ай-ти-ви-2, цифровой вариант существующей третьей программы, выходящий, однако, не по регионам, а централизованно, с единого передатчика. В консорциум вошло несколько новых каналов, например, «Первый» (трансляция важных событий, спорта) и «Мэгэзин чэннел» (материалы, подготовленные журналами), интерактивная служба и цифровые каналы Би-би-си. Между спутниковым и коммерческим консорциумами, использующими разные системы кодирования, сразу разгорелась ожесточенная борьба, напоминавшая «спутниковую войну» 1989 года.

Относительно слабое кабельное ТВ Англии перешло на цифровой способ в 1999-м. Не исключено, что это даст наконец толчок его развитию: ведь кабельные компании предлагают абонентам, помимо обычного набора программ, и «видео по заказу», и телефонное обслуживание, и выход в Интернет.

Согласно закону, аналоговое вещание прекратится только после того, как свыше половины населения страны начнет принимать цифровые передачи, а это ожидается не ранее 2008 года. При начале цифрового вещания три четверти английских семей не принимали ни кабельных, ни спутниковых передач и были вполне удовлетворены добрым старым эфирным телевидением. Теперь число спутниковых каналов в Европе возросло с 40 в 1980-м до 150 — многие из них так же быстро исчезали, как и появлялись. Самый популярный мердоковский развлекательный «Скай-1» собирал не более 1,7 процента зрителей, и опросы подписчиков показывали, что при всем многообразии выбора они смотрят не более 8-12 спутниковых каналов, причем чисто английского содержания. Предполагается, что интерес к подписным каналам начнет расти, когда будет разработан единый стандарт декодера, а цифровые телевизоры станут дешевле.

Переход на цифровую систему связан с большими финансовыми затратами со стороны и вещателей, и потребителей. Так, для цифрового вещания Би-скай-би пришлось построить новый телецентр, всего же спутниковая система затратила на оцифровку сигнала свыше 1 млрд. фунтов. В 1998 году цифровой телевизор стоил 1 тыс. фунтов (свыше полутора тысяч долларов), коробка декодеров к аналоговому телеприемнику на Би-скай-би продавалась по 400, а в консорциуме коммерческого эфирного вещания — по 200 фунтов.

Начало цифрового вещания в Англии, как и в других странах, вызвало много разговоров о новом разделении населения на «информационно бедных» и «информационно богатых». Впрочем, развитие коммуникаций показывает, что такое неравенство возникало не раз (скажем, при начале цветного ТВ), но технические новинки рано или поздно становились массовыми и быстро дешевели, вызывая выравнивание возможностей в их приобретении.

ГЕРМАНИЯ

От механической системы к электронной

Немецкие ученые приступили к экспериментам с механическим телевидением в 1926 году, начав с развертки изображения в 30 строк без звука. Система, которую разработал живший в Германии венгр **Денеш фон Михайи**, демонстрировалась в 1928-м на ежегодной Берлинской радиовыставке, в том же году Михайи основал компанию «Телехор АГ». Над собственной системой, базирующейся на диске Нипкова, работал и другой пионер немецкого ТВ **Август Каролус**, сотрудник электротехнического концерна «Телефункен». Модель Каролуса была представлена в марте 1929 года — передача шла один час 20 минут на экране 8x10 сантиметров. Третья компания, вовлеченная в разработки телевидения, называлась «Фернзе АГ». Ее создали Леве, Пейс и Бош совместно с англичанином Бэрдом. Для координации усилий в 1929 году была основана ассоциация телевидения (Фернзе-Ферайн), начавшая с 1930 года публиковать свой журнал «Фернзеен» («Телевидение»).

Первым, кто продемонстрировал передачу по электронной системе со стандартом 100 строк, оказался **Манфред фон Арденне**. Это произошло на той же знаменитой радиовыставке в 1931 году. Фон Арденне и З. Леве смонтировали в Берлине экспериментальную станцию. Тогда же в Германии появились и первые телевизоры с электронным кинескопом. К работе подключились компании ТКЛ, «Мюллер», «Лоренс». Начиная с 1933 года Имперское радиообщество показывало экспериментальные программы со стандартом развертки 180 строк, причем первые прямые трансляции принимались на большой экран в зале берлинского телецентра.

На службе у нацистской пропаганды

Нацистское руководство, осознавая огромные потенциальные возможности нового средства массовой информации, всячески поддерживало его внедрение. В марте 1935 года было объявлено, что передачи берлинского телецентра становятся регулярными. По этому поводу министр почт направил Гитлеру телеграмму, поздравляя его с «рождением телевидения». *«Наша цель, мой фюрер, состоит в том, – говорилось в ней, в частности, — чтобы донести всей Германии Ваше слово. Придет время, когда с помощью национал-социалистского телевидения Ваш образ, мой фюрер, глубоко тронет немецкие сердца».*

Передачи шли трижды в неделю. Это были спектакли, музыкальные концерты, скетчи, выступления партийно-государственной номенклатуры. Позднее стали выходить специальные передачи для молодежи, регулярные пропагандистские беседы. Была показана специально написанная для телевидения 30-минутная опера «В ласточкином гнезде».

Нехватку телеприемников пытались компенсировать коллективными просмотрами передач. 9 апреля 1935 года в берлинском музее почт появился первый телесалон на 30 человек с двумя телевизорами, а осенью того же года открылся телетеатр с проектором на 300 человек.

С 15 января 1936-го берлинский телецентр показывает передачи со стандартом 180 строк ежедневно с 20.00 до 22.00. Его сотрудники стали готовиться к освещению Олимпийских игр. Присутствие на них телекамер связывалось с престижем немецкой науки и техники и приобретало политический характер. Во время игр, проходивших в Берлине в августе 1936 года, объем прямых трансляций возрос до 7-8 часов в сутки. Они обычно выходили в эфир в 10-12, 14-16, 17-18 и 20-22 часа. В 25 пунктах Берлина работали просмотрные залы. Сообщалось, что за Олимпиадой по телевизору следило в общей сложности 150 тыс. человек. Игры можно было видеть и в Гамбурге, куда был проложен кабель. Позднее коаксиальная связь столицы была налажена также с Лейпцигом, Нюрнбергом, Мюнхеном и Кельном.

Тот факт, что в Германии телевидение оказалось связанным с интересами нацистской пропаганды, не умаляет вклада немецких изобретателей и электротехнических фирм. Это были впечатляющие достижения, но историки телевидения все же отдают пальму первенства в открытии регулярного

вещания Англии, которая начала регулярные передачи по более совершенной системе в ноябре 1936 года (если быть точным, то с ноября 1936 по февраль 1937 в Англии использовались даже два стандарта — в 240 строк Берда и 405 строк «ЭМИ-Маркони»). Даже если не учитывать стандарт развертки, поставив во главу угла регулярность программ, то все равно придется признать лидерство Англии, где регулярные передачи малострочного ТВ шли в 1929-1935 годах. По политическим соображениям **немцы преувеличивали свои достижения**, хотя качество их передач было ниже английского. Впрочем, и немцы, и англичане в конце концов пришли к технологии, разработанной В. Зворыкиным.

Основную ставку нацистская пропаганда делала, конечно, на радио. Так называемые «**народные приемники**» перед войной стоили всего 35 марок, что составляло недельную зарплату рабочего, радио охватывало 90 процентов семей. Существовала даже комиссия для выяснения того, какие семьи не приобрели приемники и по каким причинам. По насыщенности радиоприемниками Германия занимала первое место в мире (в других странах подобная ситуация возникла лишь через два десятилетия — с появлением транзисторов). Поэтому тогда казалось, что именно в Германии телевидение имеет наибольшие шансы превратиться в такое же массовое средство информации, как и радиовещание. Технические исследования велись полным ходом. К 1937 году четкость изображения подняли до 441 строки. Появилась аппаратура, позволявшая передавать цветное изображение. Были предприняты попытки выпустить телевизор со стандартом развертки 1029 строк, однако он оказался слишком дорог, чтобы найти широкое распространение. Во всех городах, где принимались передачи, власти поощряли создание салонов для коллективного их просмотра. В феврале 1939-го в продажу поступили телевизоры для массового зрителя. Они имели экран 19,5x22,5 см. Гарантировалось четкое изображение в радиусе 22 километров от Берлина. Первая партия «народных телевизоров» включала 10 тысяч приемников, но с началом войны программу серийного производства пришлось свернуть.

Существовавшую технику стали использовать для показа легких развлекательных передач раненым солдатам, находившимся на лечении в Германии. Эти передачи (обычно концерты) шли спорадически и прекратились 26 ноября 1943 года, когда в здание берлинского телецентра попала бомба.

Создание общественно-правового вещания

Телепередачи были возобновлены в Германии только в 1950 году. За два года до этого на съезде инженеров, занимавшихся телевидением, было решено взять в качестве норматива европейский стандарт — 625 строк. Гамбургское радио, проводившее эту встречу, договорилось с английской военной администрацией о возобновлении телевещания, и в ноябре 1950 года Гамбург показал первые экспериментальные программы. Передатчик работал трижды в неделю по два часа. В 1951 году заработали передатчики в Западном Берлине и ряде других городов, но единой телесети еще не существовало. Нужно было определить и правовую базу вещания.

Западные державы-победительницы, поставившие уцелевшие радиостанции «третьего рейха» под контроль оккупационной администрации, стремились избежать прежней концентрации вещания, чтобы не допустить влияния на него правительства или какой-то одной партии. Вещание в ФРГ развивалось под знаком «двойного отрицания» (нет — коммунизму, нет — нацизму), что находило отражение как в кадровой политике, так и в репертуаре. Для радиокompаний, а позднее и для телеорганизаций был избран статус «**общественно-правовых учреждений**», формально не зависимых от государства и подчиненных землям (административные единицы, из которых состоит ФРГ), а не федеральным властям. Это означало, что они не могут принадлежать непосредственно государству (как во Франции) или быть коммерческими предприятиями (как в США). Образцом стала английская система с ее концепцией внепартийного вещания, служащего благому всего общества.

Для решения общегосударственных задач и согласования интересов земель в области радио в 1950 году в ФРГ было создано межземельное надрегиональное объединение — **Рабочее содружество общественно-правовых радиорганizations** (АРД). В 1953-м радиокompании земель согласились ежедневно выпускать общую двухчасовую телепрограмму. Ответственность была возложена на постоянный комитет телепрограмм АРД. Он состоял из представителей всех земель, но тон в нем

задавали Гамбург и Мюнхен. Для выпуска единой программы нужна была ретрансляционная сеть. В 1953-м вступили в эксплуатацию релейные линии Гамбург — Кельн и Гамбург — Берлин, а вскоре передачами была охвачена вся территория ФРГ. Набиравшая силу на волне западногерманского «экономического чуда», промышленность страны наладила массовый выпуск телевизоров.

В результате этих усилий появилась общая Первая программа (или ARD). Она функционирует примерно так же, как независимое ТВ в Великобритании: земли самостоятельно создают телецентры, которые ведут собственные передачи, а в определенные часы объединяются для выпуска общей программы. Сейчас региональное окно на ARD установлено с 17.30 до 20.00. Утренняя и вечерняя программы, общие для всех земель, строятся по твердой схеме из материалов, подготовленных земельными телецентрами из совместных постановок и совместно купленных сериалов. Новости и информационно-аналитические передачи готовит Гамбург. В юридическом плане немецкое вещание испытало американское влияние: общие основы законодательства разрабатывает бундестаг, детализацией занимаются земли, каждая из которых имеет свой закон о вещании, и законы эти не всегда совпадают. Поэтому при вещании на всю страну приходится иметь дело с набором земельных законов, что создает массу неудобств. Контрольные функции в ARD возложены на независимые телерадиосоветы. Это своего рода аналог совета управляющих Би-би-си, но с одним существенным отличием. В Англии члены совета управляющих назначаются правительством — политическая культура страны обеспечивает гарантию их независимости. В Германии правительство не пользуется таким доверием. Поэтому здесь создана система представительства различных общественных групп (партий, профсоюзов, молодежных, женских организаций и т. д.), которые делегируют в телерадиосоветы своих представителей. Советы назначают руководителей вещания. На практике во главе телерадиоорганизации обычно оказывается сторонник правящей партии, а его заместители представляют оппозицию; при изменении политической ситуации в результате выборов они нередко попросту меняются креслами. Этот принцип позволяет избегать серьезных политических трений вокруг вещания, но ведет к тому, что телерадиоорганизации постепенно обрастают бюрократическим жирком, раздувают административный аппарат.

Спустя несколько лет после создания ARD стали раздаваться жалобы на монопольный статус этой организации, появились обвинения и в политической предвзятости. Тогда правительство поставило вопрос о создании второго телеканала. Организацию коммерческой сети по образцу английской Ай-ти-ви на местах сочли преждевременной. Для создания новой телепрограммы, в отличие от ARD не зависящей от земель, пришлось ввести специальную статью в конституцию ФРГ. «**Второе немецкое телевидение**» (Цвайтес дойчес фернзеен, или ЦДФ) в отличие от кооперативного сообщества ARD носит общегосударственный характер. У него есть своя штаб-квартира в Майнце и с десяток студий по всей стране. Передачи ЦДФ начались 2 апреля 1962 года. На обоих каналах реклама была разрешена, но ограничена — по 20 минут в день. Основным источником финансирования является абонентная плата, размеры которой, как и любых других налогов, определяет парламент (сегодня — 300 марок в год). Было решено, что налоги на радиоприемники и телевизоры будут собирать сами общественно-правовые компании. Это требует определенных административных затрат, но создает гарантию того, что доходы действительно поступят в распоряжение компаний. 30 процентов от абонентной платы идет ЦДФ, 70 — ARD. Такая доля ARD объясняется тем, что она занимается еще и радиовещанием. И если персонал ЦДФ насчитывает 3 тыс. человек, то в структуре ARD — 20 тыс. сотрудников. Кроме того, под эгидой ARD в 1970 году была открыта **Третья программа — культурно-просветительная**, сильно децентрализованная, как и первая.

В таком виде телевидение ФРГ просуществовало вплоть до середины 80-х годов, когда ему пришлось столкнуться с конкуренцией кабельно-спутникового и частного эфирного вещания. Осознавая, что частное ТВ значительно увеличит в эфире долю развлекательных передач, правительство форсировало создание спутниковых ответвлений ARD и ЦДФ-каналов «Айнс-плюс» и «Драй сат».

«Драй сат» стал ответом на выход в эфир в январе 1984 года франкоязычной спутниковой

межгосударственной программы ТВ-5. Вещание на новом канале началось в конце того же года как результат кооперации ЦДФ, австрийского государственного телевидения ОРФ и швейцарского СРГ с «деликатной и благородной целью» — беречь, развивать и распространять немецкоязычную культуру. Главную роль в «Драй сате» играет, безусловно, ЦДФ, предоставившая в его распоряжение весь свой технический комплекс в Майнце. В вещании канала, которое ведется с 13.00 до 01.00, преобладают повторы передач, показанных участниками консорциума, — документальных, научно-популярных, литературно-драматических, устраиваются ретроспективы кинофильмов маститых режиссеров, концерты серьезной музыки, выходят театральные спектакли с рассказами искусствоведов о творчестве драматургов. Зарубежные передачи исключены во избежание конфликтов на почве авторских прав. Почти сто миллионов человек считают немецкий родным языком, и «Драй сат» смотрит около 2 процентов этой аудитории от Люксембурга до Восточной Европы (вполне приемлемая доля, учитывая профиль канала).

В 1986 году был создан спутниковый канал «Айнс-плюс» — культурно-просветительное дополнение к первой программе. Он выходит в эфир с 18.00 до 24.00 из Мюнхена и включает лучшие передачи АРД. Как «Драй сат», так и «Айнс-плюс» существуют за счет общей абонентной платы, обходясь без рекламы.

Соперничество систем ПАЛ и СЕКАМ

Если американское общенациональное телевидение в 1967 году завершило перевод своих программ на цвет, то для других ведущих теледержав это был год начала регулярного вещания в цвете. Японская Эн-эйч-кей открыла такое вещание в сентябре 1967-го. Уже через два года основная часть передач этой компании и ее коммерческих соперников шла в цвете — по американской системе Эн-ти-эс-си. Тесно связанные с США политико-экономическими узами, Канада, страны Латинской Америки, Филиппины, Южная Корея также приняли на вооружение американскую систему, хотя уже тогда были очевидны ее недостатки по сравнению с европейской. В частности, она рассчитана на очень надежные линии связи и в случае малейшего нарушения технических параметров цвет на экранах искажается. Все последующие годы эту систему постоянно дорабатывали и улучшали.

А в Европе разворачивалось **соперничество между Францией и ФРГ**. Каждая из стран-фаворитов стремилась протолкнуть на мировой телерынок свою систему цветного ТВ. Французская система **СЕКАМ** (эта аббревиатура расшифровывается как «последовательный цвет и память») была предложена изобретателем Анри де Франсом и развивала идеи О. Адамяна по последовательной передаче цвета. Регулярное цветное вещание после 10-месячного эксперимента было открыто по второй французской программе 1 октября 1967 года. Французскую систему сразу же избрал Советский Союз, где эксперименты с цветным ТВ по самостоятельным программам велись еще с 1954 года. Это было время политического сближения с Францией. Пробный показ передач по французской системе в Москве поразил экспертов высоким качеством изображения. Но он проводился в студийных условиях, и позднее оказалось, что система неэффективна при передаче сигнала на большие расстояния. Ее пришлось дополнять западногерманской системой. Тем не менее систему СЕКАМ приняли около 40 стран — Восточная Европа (кроме Югославии), Греция, многие арабские и африканские страны.

В Германии экспериментальные цветные передачи шли начиная с 1962 года. Система **ПАЛ** (дословно «строка чередования по фазе»), как и Эн-ти-эс-си, основана на одновременной передаче цвета: один из цветовых сигналов меняет полярность между чередующимися строками. Она надежна, проста и относительно дешева. Ее приняли около 80 стран, в том числе большинство европейских, а также Австралия, Китай и Индия. Би-би-си-2 перешла на ПАЛ 2 июля 1967 года, Ай-ти-ви и Би-би-си-1 — 15 ноября 1969-го. В самой же Германии официальное открытие цветного вещания состоялось 25 августа 1967 года, а регулярные передачи начались по АРД и ЦДФ в октябре. Уже к 1970 году цветные передачи занимали на АРД 60, на ЦДФ — 55 процентов. Соперничество между американской, французской и западногерманской системами цветного ТВ имело не только технический аспект. Речь шла о борьбе за сферы влияния и рынки сбыта. В этих условиях предложения принять единую систему, звучавшие на различных международных конференциях, остались нереализованными. Мир оказался расколотым на три системы вещания,

что имело негативные последствия и для международного обмена, и для телезрителей — транскодирование из системы в систему стоит довольно дорого. Лишь спустя два десятилетия, когда началось движение за единую Европу, за «телевидение без границ», удалось сблизить системы ПАЛ и СЕКАМ. Начиная с 1985 года все европейские телевизоры выпускаются на стандарте ПАЛ/СЕКАМ. Так как обе европейские системы основаны на стандарте развертки 625 строк, а американская — 525, то лишь современные, лучшие модели телевизоров способны самонастраиваться на любой из этих стандартов.

Напомним, что первые разработчики использовали три электронные пушки — для красного, зеленого и синего цветов и металлический фильтр — теньевую маску, нагревание которой искажало цвет. Японская компания «Сони» предложила объединенную электронную пушку, не подверженную температурным колебаниям и более миниатюрную. Экран «Сони» стал плоским по вертикали, что снижало уровень геометрических искажений в картинке. В 1986 году появилась **система «Тринитрон»**, которая произвела настоящую революцию на рынке цветного ТВ, и в соревновании по улучшению телеприемника на десятилетие вперед вырвалась «Сони» с самыми популярными, но и самыми дорогими телевизорами. Компания давно стала транснациональной, имеет свои предприятия в Европе и адаптирует приемники к европейским стандартам.

Для европейских стран, вступивших в «цветной клуб» после 1967 года, характерен более высокий темп внедрения цвета по сравнению с США. Первые цветные приемники стоили в Европе вдвое-втрое дороже черно-белых, но благодаря массовому производству цены быстро снижались.

Торговля дополнялась системой проката. В Англии 85 процентов первых цветных телевизоров были взяты напрокат, хотя условия были довольно жесткие: первый взнос составлял плату за 42 недели, требовался еще и залог.

Внедрение цвета отражалось на репертуаре телепрограмм: предпочтение стало отдаваться цветным кинофильмам, а также спортивным трансляциям и развлекательным передачам, выгодно смотревшимся в цвете; в культурно-просветительном вещании на первый план выдвинулись те виды искусства, где цвет несет дополнительную информацию. Что касается новостей, то считалось, что цвет может отвлечь от содержания, усиливая эмоциональное воздействие.

Информационные выпуски во многих странах годами выходили в смешанном варианте: диктор представлял передачу из цветной студии, а сюжеты шли как на черно-белой, так и на цветной пленке. Однако с начала 70-х годов новости в Европе стали выходить в цвете уже полностью.

Частное телевидение

Одной из особенностей развития немецкого вещания является, пожалуй, то, что сложившаяся здесь после войны структура «общественно-правового» радио и телевидения взламывалась через так называемые новые средства массовой коммуникации — кабельные и спутниковые, за которыми стояли крупные газетно-журнальные концерны и прокатчики. Их стараниями, и прежде всего наследников медиамагната А. Шпрингера и прокатно-производственной компании Л. Кирха, 1 января 1985 года начала вещание первая частная кабельно-спутниковая программа «Sat-1». Ее торжественное, под звуки симфонии Дворжака «Новый мир», открытие означало конец монополии АРД и ЦДФ. Чуть раньше с территории Люксембурга западные земли ФРГ начал «обстреливать» немецкоязычный общеразвлекательный спутниковый канал RTL, одним из совладельцев которого является концерн Бертельсмана, а в 1986 году в эфир вышла первая «обычная» частная программа в Баварии.

Частное вещание в ФРГ появилось позже, чем в других западноевропейских странах из-за позиции стоявших у власти социал-демократов, которые опасались усиления связанной с крупным капиталом демохристианской оппозиции. Гельмут Шмидт, которого называли «омерзительно интеллектуальным канцлером» и сторонником **«книжных развлечений»**, не раз повторял, что частное вещание создаст опасность «гораздо более серьезную, чем ядерная энергия». Он призывал зрителей раз в неделю выключать телевизор и посвящать досуг семейному общению, театру, музыке, экскурсиям. Но не прошло и года после дебюта канала «Sat-1», как уже отставной канцлер начал вести здесь «Беседы о времени» — рядом с рекламой, старыми американскими кинофильмами, а также **«шпрингеровскими» новостями**, которые диктор читал с черным котом на коленях.

Такое изменение позиций было вообще характерно для социалистов и социал-демократов Западной Европы. Превратив вопрос о частном ТВ в объект политического лавирования и торгов, они от полного непризнания пришли сначала к ограниченному его допуску, а затем и к активной поддержке. Так, в Италии частные телецентры появились на десятилетие раньше, чем в ФРГ, безо всякого на то юридического основания, и социалисты не раз спасали от закрытия полузаконные телесети С. Берлускони. В Испании в середине 80-х социалисты представили парламенту проект создания трех общенациональных частных сетей, и этот проект вскоре был реализован. Во Франции в феврале 1986 года усилиями президента Ф. Миттерана были открыты частные Пятая и Шестая программы и т. д.

Общественность ФРГ в целом не возражала против частного вещания: программы ARD и ЦДФ были слишком серьезны, дидактичны, в эфире не хватало легких развлекательных передач. Именно поэтому **первые частные каналы не пошли по пути узкой специализации**, а постарались восполнить дефицит в развлечениях и обойти общественное ТВ, часто снижая уровень программ, отказываясь от моральных ограничений и попросту потакая низменным вкусам обывателей. Доля покупной (прежде всего американской) продукции в их репертуаре достигла двух третей: они считают более экономичным и менее рискованным показывать то, что уже опробовано на международном телерынке. Ограничения на рекламу в общественном вещании позволили частным станциям привлекать все больше и больше рекламных заказов. В 1990 году РТЛ-1 впервые обогнала ЦДФ по размерам рекламных доходов и вскоре открыла второй канал РТЛ-2. Теперь РТЛ распространяется не только на кабельные системы и индивидуальные спутниковые антенны, но и через эфир, обгоняя по популярности ЦДФ и ARD. Для вещания на территорию Германии каналу пришлось перенести свою штаб-квартиру из Люксембурга в Кельн и зарегистрироваться в качестве немецкой компании. Из спутникового в эфирно-кабельно-спутниковый канал превратился и общеразвлекательный «**Sat-1**».

В 1987 году в Мюнхене заработал еще один эфирно-спутниковый канал «Про-7», принадлежащий Г. Акермансу и Л. Кирху. Он уступает лидерам частного ТВ «Sat-1» и РТЛ по размерам аудитории, поскольку строит свой репертуар преимущественно из американских старых серий и кинофильмов. С 1990 года «Про-7» ведет передачи круглосуточно и выпускает в течение вещательного дня 15 информационных блоков. В 1993-м группа немецких и американских компаний начала передачи по частному каналу Н-ТВ. Это информационный канал типа Си-эн-эн для немецкоязычных жителей Европы. Его передачи ведутся из Берлина круглосуточно.

С весны 1991-го в ФРГ действует также платный канал «Премьера», принадлежащий концерну Бертельсмана, французскому «Каналу-плюс» и группе Л. Кирха. Конкуренты объединились, с тем чтобы максимально выгодно использовать свои сильные стороны: Бертельсману принадлежат права на показ важных футбольных матчей. Кирх имеет богатую фильмотеку, «Канал-плюс» знает «кухню» платного вещания. Платная часть канала «Премьера» включает относительно свежие фильмы, спортивные трансляции и концерты звезд эстрады. Для привлечения зрителей часть программы идет в закодированном виде и оплачивается за счет рекламы и спонсорства.

Проведенные в ФРГ исследования показывают, что на новых каналах зрители ищут прежде всего не высокохудожественные, а развлекательные передачи, которые хотя и имеются на общественном ТВ, но в гораздо меньшем количестве. Возможно, это вызвано тем, что люди подсознательно избегают информационных перегрузок, всего того, что плохо понимают. Получается, что раздробленная по множеству каналов аудитория воссоздает себя — массовую аудиторию, выбирая одно и то же содержание.

Сравнительная нехватка новых произведений ведет к их «вторичному распределению» — по бесконечному числу циклов. Некоторые исследователи говорят даже, что новые средства массовой коммуникации созданы для того, чтобы перерабатывать кино- и телехранилища. В этих условиях возрастает значение телевизионного проката. Он становится важным фактором всей системы вещания.

Показательна в этом отношении история немецкого коммуникационного магната Лео Кирха, ежегодный оборот которого достигает 2 млрд. долларов. Она началась в 1956 году, когда Кирх, в то время помощник профессора Мюнхенского университета, взял в банке ссуду, эквивалентную 54

тыс. долл., для приобретения прав на прокат в немецкоязычных странах шедевра Ф. Феллини «Дорога». Иностраный фильм был слишком дорогим, ни один немецкий прокатчик не хотел иметь с ним дела. Однако на долю «Дороги» выпал огромный зрительский успех, что позволило Кирху несколько лет спустя купить права на пакет из ста американских фильмов и основать ряд компаний, в том числе «Таурис-фильм» — крупнейшее прокатное объединение. Сегодня в фильмотеке Кирха 15 тыс. художественных фильмов и телепрограмм общим объемом 50 тыс. часов. Его группа поставляет материалы для ARD и ЦДФ, не говоря уже о спутниковых каналах. Она выпускает (самостоятельно и совместно с другими компаниями) до 400 часов телепрограмм ежегодно. Кирх контролирует шесть спутниковых каналов в ФРГ и за рубежом, но главным направлением его деятельности остается покупка прав и лицензирование фильмов для показа по ТВ. Раньше права продавались на 15 лет, сейчас не больше чем на семь, чаще всего на четыре-пять лет с правом двух- или трехразового показа. Фильмы покупаются на фестивалях и телерынках. Представители Таурис-фильма» в Лос-Анджелесе, Нью-Йорке, Париже и Риме следят за кино- и телепроизводством круглый год.

Общественно-правовое ТВ в условиях конкуренции

С появлением частного вещания перед общественными программами и разработчиками информационной политики в правительственных сферах ФРГ встали вопросы, характерные для всей Западной Европы. Стоит ли общественному ТВ полагаться на те же самые жанры, с помощью которых его коммерческим конкурентам удалось завоевать огромную аудиторию? Следует ли вообще стремиться к максимально возможной аудитории? Каковы критерии успеха общественного вещания?

Конкуренция помогла оживить общественное ТВ, поднять культуру выпуска передач, улучшить их оформление, ускорить ритм, отказаться от старомодной высокомерной дикторской подачи новостей и т. д. Была усовершенствована система электронного измерения аудитории. Телевизоры пяти тысяч семей соединены по кабелю с центральной ЭВМ, которая подсчитывает рейтинг каждой передачи. ARD и ЦДФ стали внимательно учитывать настроения аудитории. Если в 60-70-е годы общественное ТВ ФРГ отводило новостям, общественно-политическим и документальным передачам до трети эфирного времени, то теперь, чтобы окончательно не растерять аудиторию, программы пришлось значительно облегчить. В раннее вечернее время по общественному ТВ пошли викторины и мелодрамы, а после 22.00 место интеллектуальных и трудных для восприятия передач заняли приключенческие и остросюжетные. ARD и ЦДФ объединили утренние передачи в совместное информационно-развлекательное шоу и сократили свои главные информационные выпуски с 45 до 30 минут — приходится учитывать, что самые нетерпеливые зрители получают информацию со спутниковых каналов Н-ТВ, «Евроновости», Си-эн-эн и др.; стали заказывать больше передач независимым постановщикам, у которых много новых оригинальных идей. Иными словами, ARD и ЦДФ «самокоммерциализировались». Рекламе по-прежнему отводится по 20 минут в сутки (ЦДФ покрывает за счет рекламы 40 процентов своих расходов). Из казны общественно-правовое телевидение не взяло ни одной марки. Однако из-за того, что его аудитория сократилась (сейчас общественное и коммерческое ТВ ФРГ делят аудиторию примерно поровну), могут значительно упасть поступления от рекламы и придется поднимать абонентную плату. Фрагментация аудитории имеет и другую негативную сторону: различные слои общества теперь информируются по-разному, и это исчезновение «социального клея», считают некоторые специалисты, может обернуться непредсказуемыми последствиями.

В то время как общественное телевидение ФРГ искало способы размежевания с частными конкурентами, объединение Германии поставило вопрос о включении в систему ФРГ вещания ГДР, которое развивалось как государственная монополия под контролем Социалистической единой партии Германии. Главным партийным рупором были выпуски новостей «**Актуальная камера**», выполнявшие такие же функции, как программа «**Время**» в СССР. Не удивительно, что до 80 процентов населения ГДР смотрели передачи из ФРГ.

Восточногерманское вещание не укладывалось в конституцию ФРГ, действие которой было распространено на бывшую ГДР: его нельзя было считать ни земельным, ни центральным. Было решено сохранить его организацию до 31 декабря 1991 года, с тем чтобы влиться в новую

реальность было менее болезненным, и постепенно децентрализовать его по пяти новым землям. На радио и телевидении ГДР работало 14 тыс. человек. В несколько раундов были проведены сокращения персонала, журналисты прошли переподготовку, чтобы начать работать в западных традициях. ТВ восточных земель ежегодно получало от правительства 600 млн. марок, теперь этот источник финансирования иссяк, и абонентную плату за пользование радиоприемниками и телевизорами постепенно повысили, чтобы она сравнялась с существующей на западе страны. В восточных землях были сформированы органы, ведающие средствами массовой информации, и началось лицензирование радио- и телестанций. Общественно-правовые станции вошли в АРД. ЦДФ открыла в новых землях свои корпункты. Частные компании «Сат-1», «РТЛ-плюс» и другие изменили условия своих лицензий и получили право вслед за АРД и ЦДФ законно распространять передачи на бывшую ГДР.

«Государственный договор о радио и телевидении в объединенной Германии» от 31 августа 1991 года оформил все эти изменения. В качестве приложения в него вошли федеральные договоры по АРД и ЦДФ. Кроме того, в государственный договор были внесены основные статьи Европейского соглашения о телевидении без границ 1989 года, в частности правила, регулирующие рекламу, и положение о предпочтениях при показе европейской продукции.

1 апреля 1992 года официальное иновещание ФРГ «**Немецкая волна**» дополнило свои радиопередачи из Кельна ежедневной спутниковой телепрограммой того же названия, которая преследует ту же цель, что и радиовещание на зарубежные страны: «распространять информацию о Германии во всем мире». Этот телеканал стоит в том же ряду, что и «Уорлднет» США, Всемирная телеслужба Би-би-си и «Канал Франс интернациональ». Пока что речь идет о двухчасовом блоке с последующими двумя повторами, выходящими в эфир непосредственно друг за другом, т. е. о часах суточного вещания. Первые полчаса в каждом блоке отводятся последним известиям, слегка обновляемым при повторе. Их сменяет тематический журнал: в разные дни недели это «Мнения», «16 земель», «Сделано в Германии», «Трио» (о культуре), «Паллада» (о науке и технике) и т. д. За ним следуют очерковая передача и получасовые новости на английском языке. Осенью 1992-го вышел получасовой обзор новостей на испанском языке. Для этого, помимо спутника «Евелсат», сигналы которого принимаются по всей Европе, от Канарских островов до Москвы, стали использовать спутник «Интелсат», вещающий на Азию и Америку. С 1995 года «Немецкая волна» ведет передачи круглосуточно.

Все программы «Немецкой волны» разрешается без какого-либо предварительного согласования с Кельном принимать непосредственно со спутника и ретранслировать на местном или региональном уровне с переводом на тот или иной язык.

В структуре станции существует редакция телепрограмм для Восточной Европы, выпускающая еженедельный журнал «**Европейский калейдоскоп**» (в русском варианте «Европа сегодня») с двумя сюжетами специально для немцев, проживающих в этом регионе. Передачу переводили на русский язык и языки стран Балтии и через посольства распространяли на видеокассетах для показа по местному телевидению. Передача регулярно демонстрировалась в Волгограде и нерегулярно – в десятках российских городов.

Часть 2

ФРАНЦИЯ

Рождение телевидения

Первые эксперименты с «**радиовидением**» во Франции вела лаборатория Рене Бартелеми, где был смонтирован **первый французский малострочный телеприемник** и в 1929 году проведен первый публичный телесеанс. Из лаборатории Бартелеми в школу электричества прошла первая телепередача на расстоянии. Изображение было очень грубым (развертка – всего 10 строк), тем не менее оно принималось и можно было говорить о рождении французского ТВ. Это произошло 14 апреля 1931 года.

Подстегиваемые интенсивными разработками в Англии и Германии, французские власти взяли под свое покровительство дальнейшие эксперименты. Бартелеми получил помещение на улице Гренель, ставшее первой студией парижского телевидения. Вскоре учеными были разработаны телеприемные устройства на катодных трубках, что позволило увеличить развертку до 180 строк.

В 1934 году была проведена первая съемка на улице.

От улицы Гренель к Эйфелевой башне, где находился передатчик с антеннами, проложили **коаксиальный кабель**. С апреля 1935 года передачи стали более или менее регулярными – этот год официально считается во Франции датой рождения ТВ. Репертуар парижской студии строился из номеров кабаре, цирка и т. п. На передачи в студию приходили ведущие актеры и танцовщицы «Пари опера». Из-за прожекторов температура в студии к концу рабочего дня достигала 35 градусов, но никто не жаловался и актеры не требовали гонораров.

В 1936 году французские экспериментаторы начали использовать иконоскоп Зворыкина, им удалось поднять стандарт развертки изображения до 455 строк. На международной выставке в Париже 1937 года можно было увидеть телеустановку такого стандарта, там же демонстрировались домашние телевизоры вполне приемлемых размеров. Посетителей выставки интервьюировал **Жак Доно, первый репортер французского ТВ**, и первые зрители увидели прямой репортаж с улицы.

В 1938 году правительство объявило о намерении покрыть всю страну телесетью. На Эйфелевой башне смонтировали новое передающее устройство (стандарт 455 строк). Передачи стали ежедневными, хотя их общий объем и не превышал 15 часов в неделю. В стране насчитывалось всего лишь 500 телевизоров, которые изготавливались полукустарным способом. Поэтому специальная комиссия по телевидению призвала частный сектор приступить к массовому их выпуску.

Во Франции, так же как в Англии и Германии, расходы на экспериментальное ТВ покрывались из абонентной платы за пользование радиоприемниками. Одно время французское правительство было склонно разрешить функционирование коммерческих телецентров, но этим планам суждено было сбыться только через полвека. В 30-е же годы в вопросах вещания политические соображения преобладали над экономическими: европейские правительства не спешили делить контроль над эфиром с промышленно-финансовыми кругами.

Когда началась война, Бартелеми вел свои эксперименты в «Компании счетных приборов» (там он разработал, между прочим, видеоаппаратуру на 1000 строк). Немецкие оккупационные власти потребовали, чтобы телевидение наладило передачи для раненых солдат вермахта, лечившихся в парижских госпиталях. В апреле 1943 года такие передачи начались и шли по 14 часов.

Телеоператоры, режиссеры, дикторы приобретали, таким образом, опыт, студия действовала. И после освобождения не понадобилось много времени, чтобы наладить дело. Главная же трудность первоначально состояла в том, что передатчики на Эйфелевой башне были аннексированы американцами для выпуска военных радиопередач.

Тем не менее в марте 1946 года французское ТВ возобновило вещание спектаклем «Танец в перьях». Опять пошли трансляции из кабаре и цирка, появились красочные драматические и оперные спектакли («Тулуз Лотрек», «Тоска») в постановке известных режиссеров театра и кино. В 1948 году была создана дирекция телепрограмм. Она входила в состав правительственной организации «Радиодифюзьон франсез», созданной еще в 1939-м при министерстве почт для лицензирования радиостанций. После войны ее передали в ведение министерства информации, а когда появилось массовое телевидение, она стала называться **«Радиодифюзьон-телевизьон франсез» (РТФ)**.

Изображение передавалось уже по стандарту 819 строк. Однако в стране насчитывалось не более 8 тыс. телевизоров. Их производство еще не стало массовым, цены оставались высокими. Чтобы поднять популярность телевидения, было решено передавать прямые репортажи со спортивных и политических мероприятий. Появилась и такая передача, как **телегазета**. Инициатором ее создания был **Пьер Сабах**. В 1949 году его группа передала первый прямой репортаж для телегазеты – соревнование воздухоплателей на воздушных шарах. Сам Сабах вместе с оператором находился на одном из шаров, они вели съемку до тех пор, пока неожиданно не произошел взрыв и не начался пожар. Успех телегазеты был столь велик, что уже к концу года она стала выходить дважды в день. С 1949 по 1953 год объем вещания увеличился с 14 до 34 часов в неделю. В 1950-м в Лилле, на северо-западе Франции, был открыт первый региональный телецентр. В 1952-м состоялась франко-британская теленеделя: по радиорелейной линии Париж –

Лилль – Лондон в обеих столицах транслировалось по 13 часов прямых репортажей. Первые зерна Евровидения были брошены в июне 1953 года, когда на Францию транслировалась коронация Елизаветы II. За неделю, пока шли торжества, во Франции было продано 5 тыс. телевизоров.

Государственная монополия

После войны во Франции казалось естественным, что телевидение является частью иерархической системы, подконтрольной министру информации. У власти в то время перебивалось множество партий, каждая из которых разделяла убеждение в том, что правительственный контроль над вещанием необходим для восстановления экономики и для сплочения нации. На практике вещание использовалось против двух «отклоняющихся групп» – **голлистов** и **коммунистов**. Эта дискриминация мотивировалась заботой о «национальных интересах Франции». Любопытно отметить, что де Голль, пришедший к власти в 1958 году, отождествляя интересы общества с интересами своей партии (его сторонники получили на выборах в парламент большинство), считал себя вправе использовать для укрепления режима личной власти все имеющиеся средства, включая радио и телевидение. Коммунисты сходились с голлистами в том, что правительственный контроль является лучшим средством защиты от коммерческих интересов и что вещание не должно находиться в частных руках.

В 1959 году РТФ получила свой первый устав, закреплявший существующую государственную монополию на эфир. Правительство назначало генерального директора вещания и отказывало организации даже в праве иметь свой совет директоров. К ее названию добавилась начальная буква «О» («office»), чем лишним раз подчеркивалось, что радио и телевидение – одно из подразделений государственной машины.

Один из министров информации того периода Ален Пейрефит вспоминал: *«Мой предшественник показал мне рабочий стол с целым рядом кнопок и сказал: «Эта для вызова швейцара, другая – вашего личного секретаря, а остальные для вызова руководителя телевидения, редакторов всех передач новостей, руководителей программ и руководителя радио. Каждый день примерно в пять часов вам следует созваниваться для уточнения основных моментов вечерних новостей. Вы можете давать инструкции и по прямой линии. Не покидайте кабинет на обед до 1.30 и на ужин до 8.30. После передачи вам будут звонить коллеги с жалобами на то, что им не понравилось».*

Эта система, возникшая еще до войны, последовательно использовалась десятками министров, уверенных в том, что журналисты существуют для того, чтобы как можно скорее и лояльнее распространять то, что они говорят. «О нас думают так же, как о проститутках, – признавался один видный журналист. – Мы нужны, но достойны презрения». Сменявшие друг друга правительства реформировали вещание «под себя», бесцеремонно смещая руководителей радио и ТВ, ломая их организационные структуры – до 80-х годов структура вещания менялась десять раз. Вряд ли была другая страна в Западной Европе, где вещание столь сильно зависело от министерских капризов.

Правда, в 1964 году, открывая **вторую государственную телепрограмму**, которая должна была вести передачи в цвете, парламент создал ОРТФ с советом директоров. Но все директора, включая руководителя ОРТФ, назначались опять-таки правительством.

Период 1968-1974 годов был кризисным в истории французского вещания. Майские выступления леворадикальной молодежи в 1968-м создавали угрозу как государству, так и хрупкой системе вещания. Верное правительству руководство телерадиовещания пыталось замалчивать «майскую революцию», хотя публика узнавала о событиях из газет и передач зарубежных радиостанций. Многие журналисты ОРТФ, сознавая, как стремительно они теряют авторитет, пошли на забастовку. Когда же голлистское большинство летом 1968 года опять одержало победу на выборах и ОРТФ была поставлена на колени, участники забастовки были уволены или переведены на другие должности (хотя формально они не являлись государственными чиновниками, от них требовали дисциплины сотрудников госаппарата).

И все же майский дух противоречия и критики поколебал ОРТФ. Как и все другие институты французского общества, организация продолжала испытывать кризис. Забастовки, политические и финансовые скандалы, отставки руководителей, парламентские расследования следовали одно за другим. Все это свидетельствовало о постепенной деградации ОРТФ.

В 1969 году министерство информации было распущено, а ОРТФ поставлена непосредственно под контроль президента и премьер-министра. **Телевидение получило некоторые свободы**, в том числе «право на соучастие и объективность». Время от времени оппозиции стали предоставлять эфир. Телевещание от открытой цензуры переходило к самоцензуре. Его руководители перестали ждать звонков от министров. Теперь звонили второстепенные чиновники и намекали на то, что «министр был бы рад, если бы...». В любом случае заведующие информационными отделами (программы работали по принципу взаимодополняемости, но имели разные службы новостей) знали правила игры. Президенты подчеркивали, что ТВ остается голосом и зеркалом Франции и что тележурналисты не должны работать так, как газетные репортеры.

В 1972 году без особого шума на Париж и пригороды стала вещать **третья программа**. Идеологический климат менялся, все чаще справа и слева подвергалась сомнению безгрешность государства, свобода стала отождествляться с политическим плюрализмом в эфире. Левые круги после мая 1968-го выдвинули тезис о том, что общественная монополия не должна превращаться в партийную или правительственную и что ни одна партия не должна отождествляться с государством.

Не удивительно, что когда в 1974 году Жискара д'Эстен привел к власти неолибералов, официальная доктрина была подвергнута корректировке. Президент подчеркивал, что телевидение – это «не голос Франции», выступал за плюралистическую организацию его каналов, конкуренцию между ними и повышение качества тележурналистики. В конце 1974 года правительство решило распустить ОРТФ. Государство сохраняло за собой монополию на выпуск и планирование передач, но делегировало контроль над ними трем телекомпаниям: ТФ-1, Антенн-2 (А-2) и ФР-3. По крайней мере на поверхности произошел раскол монолита, каким были РТФ и ОРТФ 15 лет. Каждую организацию возглавил совет из шести директоров, из которых государство представляли двое, правительство оставило за собой и право назначать председателей советов. Однако теперь в советы вошли представители парламента, который получил права по финансированию вещания: отныне каждую осень обе палаты рассматривают отчеты радио и ТВ и решают вопрос о распределении вещательного бюджета. Закон 1974 года возлагал на ТФ-1 и А-2 обязанность освещать главные дебаты в парламенте и предоставлял каждой партии, имеющей свыше 20 депутатов, право пять-шесть раз в году выходить в эфир с 15-минутными политическими передачами, а мелкие политические группы получали доступ на ФР-3.

Следует отметить, что, в то время как сначала вторая, а затем третья программа начали вещание в цвете, а французская система **СЕКАМ** уже использовалась множеством зарубежных стран, ТФ-1 вплоть до середины 70-х годов оставалась черно-белой. Поскольку для расширения телесети и ее модернизации требовались средства, абонентная плата постепенно повышалась. В 1968 году, когда возник второй канал и ТВ отчаянно нуждалось в средствах, на французском телеэкране стали появляться коммерческие объявления. Первые десять лет для них существовало множество ограничений: ТФ-1 и А-2 могли отводить рекламе не более 18 минут в сутки, запрещалось рекламировать детские игрушки, грампластинки, кинофильмы и другие способы проведения досуга, не говоря уже о сигаретах и алкогольных напитках. Контролировался и стиль рекламы: запрещались, например, такие определения, как «новый» или «лучший». Рекламой нельзя было прерывать основные передачи. Даже концовки рекламных роликов требовали разнообразия. Выявляемые путем интервьюирования сведения о размерах аудитории передач и показанных в них рекламных роликов не публиковались, дабы, как считалось, не возникало какой-либо связи между деньгами и характером той или иной передачи и не началась погоня за зрителем. Только раз в год телесети узнавали, эффективно ли они работают.

После реформы 1974 года в структуре французского радио и телевидения появилась новая полуавтономная компания – Аудиовизуальный институт, финансируемый тремя телекомпаниями и радиовещанием. При нем был создан богатый архив, налажена подготовка и переподготовка кадров, запущено производство экспериментальных телепередач, для чего приглашались известные документалисты и мастера художественного кино.

Коммерциализация эфира

Вопрос о расширении зрительского выбора за счет создания коммерческих телеканалов перешел

из гипотетической в практическую плоскость, когда в середине 70-х в соседней **Италии** стали возникать **частные радио- и телестанции**. В 1981 году президент Франсуа Миттеран объявил о создании во Франции частного радио. В следующем году был принят закон, по которому три важнейшие региональные станции в Лилле, Лионе и Марселе были объявлены независимыми. Это требовало денег, и было решено показывать рекламу и по программе ФР-3, причем в порядке эксперимента она стала принимать от рекламных агентств объявления в записи не на киноленту, а на видео пленку. Таким образом, все три государственные телекомпании Франции расширили базу финансирования за счет рекламы. Интересно отметить, что на это пошли социалисты, до тех пор активно выступавшие против коммерциализации эфира.

В начале 80-х Жискард д'Эстен и голлисты развернули **кампанию против государственной монополии в эфире** (когда сами они были у власти, эта монополия их вполне устраивала). Ф. Миттеран и поддерживавшие его социалисты обещали не повышать больше абонентной платы и в то же время расширить выбор зрителей. В качестве ближайшей цели был выдвинут вариант четвертой программы, которую оплачивали бы сами абоненты. У этого варианта были противники, которые, ссылаясь на опыт платного кабельного ТВ США, подчеркивали, что такой способ оплаты разделит аудиторию в зависимости от материального положения.

Миттеран, понимая, что рано или поздно в стране появится частное вещание, предпринял шаги, чтобы контроль над всеми новыми коммерческими структурами достался не его противникам, а политическим сторонникам. В ноябре 1984 года частично принадлежащий правительству **конгломерат «Гавас»** открыл, наконец, **платную телекомпанию «Канал-плюс»**, которую возглавил Андре Руссле, сподвижник Миттерана и бывший член его кабинета. Четвертая программа вначале распространялась как эфирная, а затем – и через спутник в расчете на кабельных абонентов и владельцев индивидуальных спутниковых антенн. Сигнал выходил в искаженном виде, и для его приема нужно было особое устройство – дешифратор, или декодер. Ежемесячно подписчики платили сумму, эквивалентную 13 долл., за декодер и 50 долл. в год за программу. Для распространения сигнала через эфир использовалась сеть, оставшаяся от первой программы ОРТФ, работавшей, как уже упоминалось, в режиме черно-белого изображения со стандартом 819 строк. Основу репертуара «Канала-плюс» составили кинофильмы – самый любимый французами «тележанр». Не случайно на заставке телесети изображена латинская «с», начальная буква слов «канал» и «кино» на французском языке. Прежде чем фильм может появиться на «Канале-плюс», должен пройти год со дня его премьеры в парижских кинотеатрах. Для остальных сетей это время втрое больше (или вдвое, если телекомпания выступает как сопостановщик).

Для привлечения новых абонентов «Канал-плюс» в разные годы менял продолжительность «открытого периода» (от 2 до 4,5 часа), т. е. шел в незакодированном виде для всех, показывая мыльные оперы, документальные передачи, новости американской Си-би-эс с переводом на французский язык. Эта часть насыщена рекламой, приносящей каналу до 10 процентов дохода. В «платной» же части реклама не идет.

Порога рентабельности – 750 тыс. абонентов – «Канал-плюс» достиг всего за один год. С коммерческой точки зрения это был один из самых крупных успехов французского вещания за всю его историю. Кабельная модель платного ТВ к тому времени была уже опробована в США, но из-за неразвитости своих кабельных сетей Франция прибегла к его эфирной модели. На европейском континенте возник первый платный киноканал, за которым последовали скандинавский «Фильм-нет» (1985), английские «Скай мувиз плюс» (1989) и «Муви чэннел» (1990), немецкая «Премьера» (1991) и др. За первые пять лет своего существования «Канал-плюс» увеличил аудиторию до 3 млн. абонентов и стал ежегодно приносить свыше 1 млрд. франков прибыли, которая позволяет ему открывать филиалы за рубежом (в Бельгии, Испании, Германии, Польше, Африке). Значительную часть средств он вкладывает в совершенствование технической базы, и в частности декодеров. Надежных декодеров техника еще не предложила: срок их действия – пока «умельцы» не найдут ключ к шифру и на черном рынке не начнут продаваться по относительно низким ценам нелегальные устройства. Для борьбы с подделками пришлось установить штраф для их покупателей, а для производителей и распространителей этой

нелегальной аппаратуры – штраф с тюремным заключением до трех лет.

Выход в эфир «Канала-плюс» был лишь частью большого плана ликвидации государственной монополии на эфир, разработанного и осуществленного в середине 80-х годов президентом Миттераном. Суть этого плана была изложена в январе 1985-го в телевизионном выступлении президента. Французское правительство учло опыт создания частного радиовещания: «освобождая» радио, оно в спешке пренебрегло техническими стандартами, что породило наложение волн и массу злоупотреблений в использовании диапазона, а появление тысячи новых радиостанций привело к полному хаосу в эфире. С телевидением дела обстояли еще сложнее. В своем выступлении Миттеран попытался изложить французам основные принципы распределения волн в вещании и объяснить, что такое ширина волны (уникальный в истории случай выступления главы государства на подобную тему). Он прибег к сравнению с движением автомобилей на улице, чтобы показать: число телестанций не может быть безгранично – «в эфире не хватает места для провоза изображения». Во Франции, сказал президент, может быть 80-85 региональных телецентров, но для начала правительство разрешит 40.

План Миттерана создать **«новые области аудиовизуальной свободы»** вызвал шквал критики и справа, и слева. Правые назвали его «либерализацией на поводке», поскольку правительство сохраняло над частным вещанием слишком много контроля. Коммунисты объявили, что частным компаниям, наоборот, предоставлено слишком много прав и что этот план означает «свободу для финансовых appetitов». Местные газеты отвергали любые планы коммерциализации, опасаясь отлива рекламных заказов из своих изданий. Общественные организации опасались, что на новых каналах появятся «километры и километры американского и японского импорта». Учитывая эти настроения, правительство обещало газетам налоговые скидки в случае падения прибылей от конкуренции с частным ТВ, киноиндустрии – часть прибыли от коммерческого ТВ, независимому телепроизводству – новые заказы. В октябре 1986 года парламент утвердил закон, предоставлявший специальной комиссии право выдавать лицензии частным телецентрам и открыть 40 региональных телекомпаний.

Однако еще в феврале того же года одна за другой вышли в эфир две коммерческие общенациональные программы. С учетом трех государственных программ (ТФ-1, А-2 и ФР-3) и «Канала-плюс» их назвали Пятой и Шестой (М-6, где «М» означало сначала музыку). **Пятая программа** досталась группе инвесторов во главе с французским магнатом прессы Робером Эрсаном и итальянским владельцем трех частных сетей Сильвио Берлускони. Первое время она выходила в эфир после 7.30 вечера всего 4 часа. Блок в записи сразу же шел повтором, а на другой день показывался утром и днем. Затем вся программа стала оригинальной, чему способствовало подписание соглашения с правительством о праве показывать по 250 кинофильмов в год и создавать развлекательные передачи по образцу итальянских. Пятая никогда не имела особого успеха. Французам не понравилось, что ее передачи на американский манер прерываются рекламой в любом месте, в то время как они привыкли к блочной рекламе между передачами. Пятую тут же окрестили «программой больших денег и больших бюстов» из-за массы игр, викторин и шоу с большими выигрышами и обилием полураздетых женщин. Обе коммерческие программы имели ограниченную аудиторию, так как для их приема требовалась смена антенн, что было недешевой операцией. В довершение ко всему начались ссоры между генеральным директором компании Берлускони и командой Эрсана, который вскоре покинул Пятую программу. В конце концов она оказалась в долгах и в 1992 году была закрыта.

Программа М-6 принадлежит люксембургскому радио и лионской парфюмерной компании. После некоторой перетряски через год после начала вещания ее превратили из музыкальной в общеразвлекательную и стали именовать «Метрополь-6». Однако по настоянию индустрии грамзаписей она не менее 30 процентов эфирного времени посвящает музыке – от хит-парадов до классики, остальное время заполняет дешевыми американскими и европейскими сериалами. М-6 адресует свои передачи молодежи и «молодым взрослым», но все еще имеет слишком мало ретрансляторов и принимается далеко не во всех городах Франции (ей удалось охватить территорию, на которой живет лишь треть населения).

С созданием Пятой и Шестой программ процесс разгосударствления французского вещания не

завершился. Политики правого направления настаивали на приватизации одной или двух государственных телекомпаний и после своей победы на парламентских выборах 1986 года провели закон о приватизации **первой программы (ТФ-1)**. Европейское ТВ впервые столкнулось с новым феноменом, хотя случаи денационализации в промышленности были известны на континенте с первых послевоенных лет.

Контроль над ТФ-1 был передан консорциуму, в котором главенствующую роль играет строительная компания Франсиса Буига. В консорциум вошли также английский издатель и телемагнат Роберт Максвелл (вскоре погибший при загадочных обстоятельствах на своей яхте в море), ряд французских банков и издательств: по закону ни одной группировке в телекомпании не может принадлежать более четверти капитала. 40 процентов акций поступило на биржу, 10 процентов было предложено купить сотрудникам компании. Передача ТФ-1 под контроль новых хозяев состоялась в апреле 1987 года.

Таким образом, за три года Франция покончила с государственной монополией вещания и перешла к смешанной системе. Французская аудитория почувствовала, что такое настоящая конкуренция в эфире, когда приватизированная ТФ-1 стала переманивать из государственного телевидения звезд журналистики и эстрады и избавляться от непопулярных ведущих. В основу программирования ТФ-1 был положен железный закон рейтинга: из репертуара безжалостно изгонялись все передачи, популярность которых начинала падать. Компания увеличила в своих программах число кинофильмов, игр, легких сериалов и других передач, не претендующих на интеллектуальность, создав в глазах общественности прочный имидж канала, соответствующего настроениям «средней Франции». Программа выбрала путь наименьшего общего знаменателя и вымостила его золотом. «Колесо фортуны» с заманчивыми призами стало собирать втрое больше зрителей, чем идущие в это время передачи А-2. За первый же год аудитория ставшей коммерческой ТФ-1 возросла с 40 до 50 процентов.

В новой ситуации основной государственной программой оказалась «**Антенн-2**». Согласно уставу, она обязана адресоваться и массовой аудитории, и меньшинствам. А-2 столкнулась с альтернативой: либо быть похожей на американскую Пи-би-эс, задавленную конкурентами, либо подражать Би-би-си. Предпочтение было отдано европейской традиции общественного вещания, ставке на более интеллектуальные передачи, даже если это чревато потерей аудитории. Для повышения конкурентоспособности государственного ТВ проводится политика взаимодополняемости второй и третьей программ. С целью улучшения координации между ними и экономии средств обе компании имеют общего президента. Для них установлен довольно высокий потолок на доходы от рекламы – около 500 млн. долл. в год, до которого они пока не дотягивают. Если частная первая программа сегодня существует полностью за счет рекламы, то вторая на 40 процентов финансируется из абонентной платы и на 60 – за счет рекламы, в то время как третья покрывает за счет рекламы 15 процентов своего бюджета. Начиная с 1993 года оба главных государственных канала дают прибыль.

Стабилизация

Развитие частного телевидения и увеличение зрительского выбора привели к тому, что политические трения вокруг вещания стали значительно слабее. Общая тенденция последнего десятилетия состоит в попытке создать независимую систему радио и телевидения, окончательно отделив регулирование их деятельности от политики. Французское ТВ, тем не менее, остается самым «зарегулированным» в мире.

Любопытно отметить, что при обсуждении ныне действующего аудиовизуального закона сто с лишним его статей потребовали в сенате 196 часов дискуссии. Был установлен рекорд и по числу поправок – 1800. Как бы то ни было, на основе принятого закона в январе 1989 года начал действовать **Высший аудиовизуальный совет**. В его составе девять членов, из которых три назначаются президентом и по три – председателями обеих палат парламента из числа видных деятелей вещания, культуры и академических кругов. Совет распределяет радио, телевизионные и спутниковые частоты и лицензирует кабельные каналы; назначает руководителей государственных теле- и радиокompаний (на три года – по контракту), а также Национального института архивов и спутникового агентства ТДФ – совместно с парламентом, правительством и

постоянным персоналом компаний; определяет условия работы с частными вещательными компаниями; следит за беспристрастностью вещания в период выборов, а также за соблюдением квот на импортную продукцию в целом и показом на экране насилия и секса в частности; наказывает нарушителей закона путем штрафов или временного прекращения передач. Одна из задач совета – не допускать злоупотребления телевидением как инструментом личной власти или коммерческих интересов.

На примере Франции можно наблюдать, как историческое развитие меняет концепцию государственного вещания. Сначала идея государственного ТВ кажется убедительной и необходимой. Но постепенно французское правительство вынуждено уменьшать влияние на телевидение (как, впрочем, и на радио) и делиться своими правами на эфир с парламентом. В конечном итоге вещание получает независимость и становится общественным. Государственное (или зависимое от государства) радио и телевидение утрачивает доверие публики, и это тем заметнее, чем больше у аудитории альтернативных источников информации. В условиях конкуренции государственные телеслужбы предпочитают отказаться от роли правительственного рупора и действовать независимо, руководствуясь интересами общества. Разработав правовые условия деятельности общественного вещания, власть дистанцируется от выбора его руководителей, содержания конкретных передач и распределения финансовых средств. Этот подход повышает роль профессионалов: если в государственном ТВ ценятся партийная принадлежность и лояльность властям предрержащим, то в общественном – прежде всего талант, объективность, профессионализм. Интересно отметить, что, хотя идеальная модель общественного вещания в лице Би-би-си существует давно, из-за различий в политической культуре этих двух стран Франция лишь сегодня приближается к тому, что десятилетия назад утвердилось по другую сторону Ла-Манша.

Для защиты национального телепроизводства Франция придерживается откровенно протекционистской политики в отношении импорта. Аудиовизуальный совет следит за содержанием вещания, с тем, чтобы программы, сделанные на французском языке, занимали не менее 40 процентов эфира. Всего же европейским передачам должно принадлежать не менее 60 процентов времени, причем это предпочтение распространяется не только на страны ЕЭС, но и на Восточную Европу, включая Россию. Согласно ныне действующим правилам, вещательные каналы обязаны минимум 15 процентов своих поступлений вкладывать в производство оригинальной телепродукции и еще минимум 3 процента – в производство французских фильмов. Кроме того, с этой целью по сложной схеме перераспределения в вещание направляется часть налога на рекламу. Телевизионные компании своими силами снимают только новости, общественно-политические и некоторые эстрадно-развлекательные передачи. В 80-е годы были приняты меры для стимулирования независимого телепроизводства, и уже к 1990-му треть художественно-драматических передач создавалась независимыми студиями по контракту с телекомпаниями. Сначала вещательные компании заказывали передачи независимым производителям, только подчиняясь требованиям закона, так как опасались больших расходов на сериалы и связанного с ними риска. Они приобретали передачи, а потом решали, когда их выпустить в эфир. Сегодня сериалы заказываются под конкретное место в программе передач. Положение независимых студий становится лучше и благодаря появлению вторичного рынка для их продукции – зарубежного и кабельно-спутникового вещания.

В 1989 году в число государственных телепрограмм вошла еще одна – **Седьмая, или «Ла сет»** (название образуют начальные буквы организации, взявшей за создание канала, – «Сосьете д'эдисьон де программ де телевизьон»). Эта «европейская культурная сеть» долго ждала своего места на спутниковом ретрансляторе и была обречена на незначительную аудиторию из-за узкой трансляционной базы, а также из-за содержания. Ее смотрит лишь несколько процентов аудитории, однако лучшие передачи «Ла сет» идут по двум другим государственным каналам. В 1992 году освободившиеся после краха Пятой программы частоты были отданы новому культурно-просветительному каналу «Артэ», владельцами которого выступают «Ла сет» и немецкие компании ARD и ЦДФ. Канал «Артэ» финансируется из бюджетов этих организаций и за счет государственных ассигнований. Его программы выходят из Страсбурга с 17.00 до

полуночи на французском и немецком языках. Это культурные и образовательные передачи, кинофильмы, спектакли, концерты для «утонченного зрителя». Канал мыслится как общеевропейский, но пока охватывает две страны и часть Восточной Европы, для чего используется спутник. С 1995 года днем на ее частотах идут всевозможные передачи и циклы, преследующие цель повысить квалификацию врачей, учителей и т. д. Необходимо добавить, что с 1992 года телепрограммы А-2 и ФР-3 именуется по-новому – «Франс-2» и «Франс-3».

Кабельно-спутниковое ТВ

Кабельное ТВ было обещано Франции в начале 70-х президентом Жоржем Помпиду, но сменивший его Жискара д'Эстен запретил такое вещание по причине «избытка информации». В 1982 году правительство опубликовало **амбициозный «План-кабель»**, согласно которому к 2000 году каждую французскую семью предполагалось подключить к общенациональной волоконно-оптической сети. План провалился: и по причине появления новых эфирных каналов, и по причине своей дороговизны. Финансированием строительства и эксплуатацией крупных кабельных систем занимается компания «**Франс телеком**», а выпуском передач – частные компании, с которых «Телеком» взимает почти половину абонентной платы.

В начале 90-х во Франции кабельными сетями пользовались только 0,5 млн. семей. Темпы прироста составляли 18 тысяч семей в месяц, и, как указывали специалисты, Франции понадобится еще полвека, чтобы достичь хотя бы 50-процентного охвата аудитории. Для оживления кабельного ТВ правительство передало под контроль «**Канала-плюс**» несколько специализированных кабельных программ: **документально-информационную «Планет»**, «**Канал Ж**» для детей от 2 до 14 лет, «**Канал Джимми**» («ностальгический» – для развлекательных повторов), «**ТВ-спорт**». Вещание «Планет» состоит из документальных лент (старых и новых), архивных фильмов, научно-популярных и видовых передач, фильмов о путешествиях. Это аналог американского «канала нехудожественных развлечений» «Дискавери», но в нем больше общественно-политических и информационных материалов. Примерно четверть передач «Планет» – импортные. Кроме четырех перечисленных, во Франции есть еще два относительно крупных кабельных тематических канала – «**Пари премьер**» и «**Сине сине**».

В Париже из 18 кабельных каналов примерно половина отдана под иностранные программы – Всемирной службы Би-би-си, Эм-ти-ви, «Скай оан», испанской РТВЭ. Французское кабельное ТВ пока убыточно и вынуждено обращаться к дотациям из казны. Столичная компания, занимающаяся прокладкой и эксплуатацией кабельных сетей, на треть принадлежит муниципалитету.

В целом же Франция отстает от лидеров европейского кабельного ТВ – Бельгии и Голландии – на пару десятилетий, хотя положение в ней лучше, чем в ряде других стран, например в Италии, где кабельного ТВ вообще нет.

В области спутникового ТВ достижения более впечатляющи. Французские ученые и бизнесмены активно участвовали в ряде европейских спутниковых проектов. Страна имеет свой космодром во Французской Гвинее (Южная Америка) и выводит на орбиту всевозможные спутники, в том числе коммуникационные, для собственных нужд и для других государств.

В 1984 году Париж сформировал **межгосударственную франкоязычную спутниковую программу ТВ-5**. Такое название она получила вследствие того, что ее владельцами стали три французские компании (ТФ-1, А-2 и ФР-3), а также государственные телеслужбы Бельгии и Швейцарии. Позднее к консорциуму присоединилась Канада, и программа стала выходить в трех вариантах: «ТВ-5 Европа», «ТВ-5 Квебек» и «ТВ-5 Африка» (для 14 франкоговорящих стран континента). Канал считает своей целью популяризацию французского языка и знакомство международной телеаудитории с культурой и образом жизни франкоязычных стран. Его передачи делятся на «легкие» – для начинающих изучать французский, «промежуточные» и «нормальные» – для тех, кто владеет языком свободно. Соответственно меняется темп речи, лексика, а в случае необходимости передачи снабжаются субтитрами. Дважды в день выходят уроки французского языка, по воскресеньям демонстрируется игра со словарем и т. д. Наибольшую аудиторию ТВ-5 собирает в Англии и Скандинавии, где университеты и школы используют ее сюжеты для улучшения лингвистических знаний студентов и школьников.

Наряду с ТВ-5 начиная с весны 1989 года функционирует **спутниковый «Канал Франс интернасьональ»** – телеэквивалент официального французского радиовещания на зарубежные страны. Он финансируется из государственного бюджета и координирует свою работу с министерством иностранных дел и министерством по делам содружества. Кроме оперативной информации канал предлагает кинофильмы, развлекательные, спортивные и культурно-просветительные передачи. К 1990 году приемное оборудование для передач КФИ было установлено в 24 странах, преимущественно африканских, которые ретранслируют его целыми блоками.

С марта 1993 года Париж – место пребывания редакции круглосуточного канала «Евроспорт», владельцами которого стали первая программа французского ТВ, «Канал-плюс», Европейский союз радиовещания и крупнейшая американская спортивная кабельно-спутниковая сеть И-эс-пи-эн.

В том же 1993 году начал вещание мультилингвистический канал общеевропейской ориентации **«Евроновости»** со штаб-квартирой в Лионе. Его официальный владелец – Европейский союз радиовещания, канал содержит материалы, поставляемые странами-членами союза, и финансируется ими. Новости и другие информационные программы идут на английском, немецком, французском, испанском и итальянском языках, планируются русский и арабские звуковые каналы. Особенностью здесь является отсутствие дикторов и ведущих, что связано с необходимостью давать разный аудиоряд при общем видеоряде. «Евроновости» конкурируют с американским каналом оперативной информации Си-эн-эн и Всемирной телеслужбой Би-би-си.

Современный этап

В 90-х годах государственное ТВ Франции находилось в полукризисном состоянии.

Абонентная плата, составлявшая в 1986-м, перед приватизацией ТФ-1, 541 франк за цветной приемник, к 2000 году поднялась до 751 франка. Однако собираемых средств постоянно не хватало, и руководство «Франс телевизьон», включающей в себя каналы «Франс-2» и «Франс-3», непрерывно **расширяло продажу эфирного времени под рекламу**. К концу десятилетия реклама стала покрывать половину бюджета государственного ТВ. Впрочем, и этих денег все равно оказывалось недостаточно, чтобы создавать столь же яркие и разнообразные зрелища, как на частном ТФ-1. Государственному сектору, постоянно пребывающему в состоянии организационного хаоса, пришлось пережить несколько забастовок: операторы требовали равного с журналистами статуса в освещении новостей, сотрудники «Франс-3» настаивали на повышении их зарплаты до уровня «Франс-2». В целях экономии были пересмотрены контракты с высокооплачиваемыми ведущими ток-шоу (по совместительству продюсерами собственных передач), но это привело лишь к закрытию ряда популярных рубрик и созданию ненужных бюрократических должностей. Руководители «Франс-2» обещали поднять рейтинг своих передач, обновить новости, выработать индивидуальный стиль канала – но смогли предложить лишь бледные копии боевиков ТФ-1. Не удивительно, что самые радикальные критики государственного вещания требовали попросту приватизировать второй канал.

В несколько лучшем положении оказалась третья программа, питаемая французской провинцией. Она выпускала интересные региональные новости «19/20», увеличила объем документалистики и вписалась в изменившийся телевизионный ландшафт, найдя в нем свою нишу.

Как уже отмечалось, в 1992 году частная Пятая сеть была упразднена и создан франко-германский культурный канал «Артэ», распространением сигнала которого во Франции занимается сеть «Ла сет» (Седьмая). В 1994-м начала вещание еще одна государственная программа – **«Санкьем»**, выходящая в эфир после 19.00 и в свободное время транслирующая «Артэ». Обе программы выполняют сходные функции, у них общий президент, и предполагается, что рано или поздно они сольются. Их совокупная аудитория не превышала в конце 90-х четырех процентов, в то время как ТФ-1 собирал 35, «Франс-1» – 23, «Франс-3» – 17, «Канал-плюс» – около 5 и М-6 – 12 процентов зрителей.

Однако передачи французских культурных каналов имеют и международную аудиторию – их показывает ТВ-5. С января 1999 года этот франкоязычный спутниковый канал предлагает пять версий своей программы – на каждый континент, причем его вещание на Африку по-прежнему

дополняет государственный **«Канал Франс интернасьональ»** (по заведенной практике они имеют общего президента). Высший аудиовизуальный совет разрешил ТВ-5 показывать рекламу. Другим нововведением на канале стали ежечасовые новости. Судя по всему, ТВ-5 отходит от первоначальной концепции – быть пропагандистом французской культуры за рубежом, становясь обычным телевизионным иновещанием по типу «Немецкой волны» или Всемирной службы Би-би-си.

Осознавая низкую эффективность государственного аудиовизуального сектора, французское правительство в конце 90-х выступило с идеей пересмотра закона 1986 года. В частности, оно предложило снизить для государственных каналов объем допустимой рекламы с 12 до 5 минут в час. Для улучшения управления каналами было предложено объединить их в единый «холдинг с гарантией плюрализма». Поскольку разработка законопроекта в парламенте грозила затянуться на многие годы, правительственные рекомендации начали проводить поэтапно. Так, была принята серия поправок к старым законам, облегчающих внедрение цифрового вещания. Правительство получило право назначать руководителя **«Франс телевизьон»**. Однако в Национальном собрании нет единства взглядов на сокращение рекламы в государственном секторе – многие опасаются, что перелив рекламных заказов в частное ТВ лишь укрепит позиции последнего при покупке дорогостоящих передач. Парламент до сих пор не ратифицировал общеевропейскую директиву 1989 года «Телевидение, без границ», предусматривающую меры по защите прав малолетних, прежде всего их защиту от сцен насилия и секса. Идея холдинга дала первую трещину, когда в начале 2000-го правительство решило оставить за его пределами канал «Артэ». Таким образом, объявленная социалистическим правительством Франции модернизация аудиовизуального сектора – и всех политических институтов страны – рискует надолго затянуться.

В частном секторе наиболее уверенно в 90-е годы развивался «Канал-плюс». В 1998-м его полностью поглотила «Компани женераль дез о». Компания занимается водоснабжением, обустройством территорий и транспортом, но теперь основной сферой ее деятельности стали коммуникации – телефон, телевидение, Интернет, реклама. К 2000 году «Канал-плюс» довел число своих телезрителей до 4,6 млн., из которых одна половина принимает передачи по кабелю, а другая – через спутник. Ежемесячная подписка на канал составляет 175 франков. Половина эфирного времени **«Канала-плюс»** приходится на кинофильмы: по правилам, установленным Высшим аудиовизуальным советом, он тратит на их приобретение 25 процентов бюджета (эта сумма достигла 2 млрд. франков). Сегодня каждый пятый французский фильм выходит при финансовой поддержке «Канала-плюс». Помимо кинофильмов, репертуар канала примерно в равной пропорции состоит из документальных передач, спортивных репортажей и телесериалов. Так что «Канал-плюс» нельзя отнести ни к многожанровым, ни к узкотематическим каналам, представленным в кабельно-спутниковом телевидении Франции.

В 90-е годы основные французские телесети продолжали создавать свои спутниковые тематические ответвления. **ТФ-1 выкупила у американской И-эс-пи-эн ее долю в «Евроспорте»** и стала контролировать две трети его активов (к 2000 году «Евроспорт» транслировался на 17 языках в 47 странах). Под контролем ТФ-1 находятся также информационный канал ЛСО, документальный **«Одиссей»** и детский **«Телетун»**.

Государственные «Франс-2» и «Франс-3» выступают как организаторы каналов «Франс курс». «АБ сат», «Фестиваль», «Меццо», «Истуар» и «Регионы», а молодежный М-6 – каналов «Тева», «Сери клуб», «Фан Ти-Ви», «Пари премьер» и «М-6 мюзик». «Канал-плюс» предлагает целый «пакет» (во Франции используется слово «букет») из двух десятков каналов – комедийный, погодный, игр, путешествий, музыки и т. п. Наконец, компания ИП, принадлежащая люксембургскому ТВ и студии УФА, транслирует на Францию программы «РТЛ-9» и американские «Фокс кидс» и Эм-ти-ви. Если классифицировать эти каналы (французы именуют их «сетями») не по принадлежности, а по специализации, то накануне массовой дигитализации («оцифровки») французского эфира аудитория могла уже выбирать из 14 киноканалов, 9 музыкальных, 7 документальных, 7 спортивных, 5 молодежных и 10 «прочих» («Игры», «Путешествия», «Комедия», банковские услуги и т. п.). Услугами кабельно-спутникового ТВ стала пользоваться каждая десятая семья. По данным социометрической службы «Медиаметри», 17

процентов французов в конце десятилетия могли принимать не менее 15 программ. «Медиаметри» перешла на счетчик, позволяющий регистрировать пребывание у экрана каждого члена семьи, и увеличила выборку до 2750 семей, причем в 2000 году 280 из них были «цифровыми», т. е. имевшими декодеры для приема передач в цифровом формате. Лидером внедрения цифровых технологий во Франции является объединение «Канал-спутник», созданное «Каналом-плюс». Уплотнение сигнала позволило ему запустить новые сети, в том числе интерактивные. В 1999 году «Канал-спутник» распространял в цифровом виде 60 теле- и свыше 40 радиoproграмм.

Необходимо, впрочем, отметить, что возрастание выбора не меняет радикально привычек и вкусов массовой французской аудитории. Она по-прежнему верна многожанровым «общим» эфирным программам и не спешит приобретать дорогостоящую аппаратуру для улучшения изображения и звука «в режиме кино». Тем не менее старые телекомпании вынуждены учитывать появление перспективных конкурентов и оставляют в своем репертуаре преимущественно рентабельные, популярные жанры. Служба «Медиаметри» отмечала в 1998 году, что в традиционном эфирном ТВ 27 процентов репертуара приходилось на всевозможные документальные журналы – они собирали до 15 процентов зрителей, второе место принадлежало «художественному ТВ», т. е. сериалам, – 22 процента от общего объема программ и 26 процентов аудитории. Далее шли теленовости – 5,7 и 14,4 процента соответственно, кинофильмы – 5,5 и 8,4, игры – 4,6 процента эфира при 8,2 процента аудитории. Как предложение, так и потребление телепродукции во Франции свидетельствует о том, что передачи по интересам для узкой аудитории оставляются малобюджетным «тематическим сетям».

ЯПОНИЯ

Вне Европы и Северной Америки есть только одна страна, история телевидения которой уходит в довоенный период, – Япония. **Телевизионные исследования начались здесь с 1925 года.**

Японцы дублировали у себя каждый значительный шаг американцев. Большой интерес вызвало у них освещение Олимпийских игр 1936 года берлинским ТВ. В Японии намеревались последовать немецкому примеру на Олимпиаде-40 в Токио, которая, как известно, не состоялась из-за войны. 13 мая 1939 года в стране прошла пробная передача, включавшая 12-минутную экспериментальную драму, и было объявлено о скорой продаже относительно дешевых телевизоров. Но война помешала реализации этих планов: регулярные передачи так и не начались, все силы были брошены на укрепление иновещания с прицелом на Тихоокеанский бассейн и США. После войны первым делом пришлось восстанавливать радиовещательную корпорацию (Эн-эйч-кей) и увольнять тех ее сотрудников, кто имел ярко выраженные милитаристские взгляды. Радиопередачи были возобновлены в ноябре 1945-го под контролем американских оккупационных властей. Началась разработка закона о вещании, который гарантировал бы свободу слова, не допускал милитаристской и шовинистической пропаганды и способствовал демократизации общественной жизни. Этот закон, принятый в 1950 году, предусматривал создание смешанной системы вещания – наличие и государственных, и частных радиостанций и телецентров. Был создан государственный орган для выдачи лицензий на частное вещание.

Телепередачи обновленной государственной Эн-эйч-кей начались (по американским стандартам) 1 февраля 1953 года, а уже 28 августа в эфир вышла первая коммерческая сеть «Ниппон телевижн», принадлежащая газете «Йомиури». В 1955-м начались передачи «Токио бродкастинг систем» (Ти-би-эс), в 1959-м – сетей «Асахи» и «Фудзи». Все они принадлежат газетным издательствам, страховым и промышленным группировкам.

Эн-эйч-кей – самоуправляемая общественная компания, получившая право самостоятельно собирать абонентную плату на свои нужды. Она имеет автономный статус по образцу Би-би-си, что ограждает ее от мелочной опеки государства. Корпорацией управляет совет из 12 директоров, назначаемых премьер-министром из числа авторитетных граждан и утверждаемых обеими палатами парламента. В свою очередь совет директоров выбирает президента корпорации. Ее ежегодный бюджет принимается парламентом.

Когда в Японии начиналось регулярное телевидение, в стране насчитывалось всего 800 телевизоров, нередко они устанавливались в витринах магазинов и в ресторанах. Цена их

равнялась средней зарплате за несколько месяцев. Тем не менее через пять лет число телесемей превысило один миллион. В 1960 году в связи со свадьбой наследного принца впервые была разрешена прямая передача из императорского дворца. Это заранее объявленное событие породило телебум в стране, где обожают императора и пышные зрелища, – в конце года число телевизоров превысило 4 миллиона. Через четверть века в стране было уже более чем по два телевизора на семью. Японцы – самые «запойные» телезрители в мире: среднестатистический житель страны проводит у экрана свыше четырех часов в сутки. Одни объясняют это сильной усталостью японцев от работы, а другие – высоким качеством передач.

В первое десятилетие вещания происходило размежевание функций между общественным и частным ТВ. В то время как Эн-эйч-кей занималась информацией и просвещением, а также экспериментировала с новой техникой, коммерческие телекомпании дополняли ее программы легкими развлекательными и спортивными передачами, сделанными на американский манер шоу, «домашними драмами» и самурайскими историческими сагами, постепенно уменьшая число образовательных передач, которые поначалу были вменены им в обязанность. Эн-эйч-кей, напротив, совершенствовала культурно-просветительное вещание, часто подкрепляя учебные телепередачи радиоуроками и специальными учебниками.

В 1959 году корпорация создает самостоятельный второй канал – Образовательный, в то время как первая программа, именуемая теперь Общей, ориентируется, на оперативное освещение текущих событий и общественно-политические передачи. Многовековая самобытная культура страны интенсивно вбирала в себя современную американскую технологию, но местные телекомпании покупали в США лишь лучшие кинофильмы и сериалы. Никаких квот и ограничений здесь не существует – просто японцы отдают предпочтение национальным передачам.

Эн-эйч-кей раньше других общественных телекомпаний мира нашла свою нишу. Несмотря на соперничество с сильным частным вещанием, она остается одной из самых мощных и авторитетных телеслужб. Подобно Би-би-си, она обходится без коммерческой рекламы. Ее доходы от абонентной платы и подписки на дополнительные каналы составляют сегодня 4,5 млрд. долл., в то время как совокупный доход коммерческого ТВ превышает 16 млрд. долларов в год. Гибкая политика государства в области информации, направленная на сглаживание противоречий, ограждает общественное вещание от кризисов, характерных для государственных компаний большинства других стран. Эн-эйч-кей не страдает и от конкуренции спутникового и кабельного вещания, а также видео, поскольку сама ими занимается. Еще одна причина стабильного успеха Эн-эйч-кей – ее лидерство в разработках и внедрении новых телевизионных технологий. Но так было не всегда. В 1964 году позором для японского телевидения стала токийская Олимпиада. Американцы и европейцы привезли на нее массу съемочного оборудования, у японцев же практически ничего не было. Рядом со стадионом, где проводились игры, зиял огромный котлован: здесь сооружали 23-этажную штаб-квартиру корпорации с двумя 8-этажными крыльями. Но Олимпиада заставила японских инженеров по-новому оценить значение электронной техники, дала толчок к созданию лучшей в мире аппаратуры. Сегодня японские предприятия занимают ведущее положение на мировом видеорынке. Все заводы в США, выпускающие телевизоры, принадлежат японским радиотехническим компаниям.

Еще в 1968 году японцы начали разработку телевидения высокой четкости (ТВЧ), а в 1990-м, не дожидаясь принятия всемирного стандарта, запустили экспериментальную программу ТВЧ (стандарт развертки – 1125 строк при экране 3:5). Эн-эйч-кей была единственной телеорганизацией мира, которая в 1988 году освещала Олимпиаду в Сеуле по системе ТВЧ. С июля 1987 года корпорация имеет две спутниковые программы НТВ, и к 1995-му в Японии насчитывалось около 12 миллионов спутниковых тарелок.

Для японцев, живущих вне страны, усилиями «Марубени», «Мицукоси» и других частных фирм начиная с 1990 года передачи ведет спутниковый канал «Джапан саттелайт телевижн». В его программе информационные и развлекательные передачи, фильмы, спортивные репортажи и сериалы на родном языке, уроки английского и немецкого, а также реклама. Сегодня лишь немногие страны могут позволить себе специальный спутниковый канал для соотечественников за рубежом.

РОССИЯ

Экспериментальный период

У истоков электронного телевидения в России стоял уже упомянутый профессор Петербургского технологического института **Борис Львович Розинг**. В 1907 году он доказал, что для передачи сигналов на расстояние можно использовать катодную электронно-лучевую трубку. В 1911-м Розинг продемонстрировал картинку, состоящую из пересекающихся линий на светлом фоне. Развертка изображения осуществлялась у него в принципе так же, как и в современном ТВ. Несмотря на мировую, а затем гражданскую войны и последующую разруху, эксперименты с телеизображением не прекращались. Так, в начале 20-х годов сообщалось, что радиолaborатория в Нижнем Новгороде открыла «новый фотоэлемент, который при усовершенствовании может передавать изображение на расстояние».

В Ленинградском физико-техническом институте при содействии академика **А.Ф. Иоффе** молодой инженер **Лев Сергеевич Термен** к 1926 году создал три установки «электрического дальновидения» – сначала на 6 строк развертки, а затем – на 32 и 64. Аппаратура позволяла передавать движущееся изображение с расстояния до 50 метров на полутораметровый экран. С помощью установки Термена летом 1927-го К.Е. Ворошилов наблюдал за передвижением офицеров во дворе здания наркомата обороны, узнавая их лица.

Это было электромеханическое ТВ, причем более высокого качества, чем в США и Англии, и до электронного оставался один шаг, но изобретателю не дали его сделать. Л. Термена посылают советским резидентом в США, где, помимо этой деятельности, он организует собственную фирму и монтирует аппарат «терменвокс» – электромзыкальный инструмент, в котором звук рождался от движения руки возле антенны. Он становится миллионером, его знают Ч. Чаплин, А. Дункан и другие знаменитости. Когда же в начале войны Термен возвращается на родину, его арестовывают, а бесценную аппаратуру ломают. Потом – лагеря, совместная работа с С.П. Королевым и А.Н. Туполевым за колючей проволокой, долгие годы забвения и нищенская старость.

Мировой бум механического ТВ затронул и СССР. Пробные передачи в средневолновом диапазоне с использованием механической системы сканирования и диска Нипкова начались в Москве в апреле 1931 года. Разрешающая способность составляла 30 строк/12 полей в секунду. В октябре того же года на комплексе, созданном **П.В. Шмаковым**, из московского радиовещательного узла начались передачи «на основе твердой программы». Система стала действовать и в Ленинграде. Движущееся изображение удалось показать лишь в августе 1932 года, а изображение со звуком – в ноябре 1934-го.

Вряд ли в погоне за приоритетами малострочные передачи в СССР можно принимать за начало телевизионного вещания. Регулярные передачи по механической системе в 1929-1935 годах шли в Англии, но там их считают лишь предысторией ТВ.

К середине 30-х годов повсюду в мире стало ясно, что механическое ТВ достигло предела своих возможностей. Советские ученые были хорошо осведомлены о состоянии разработок в Европе и США, поддерживали контакты с зарубежными исследователями. Так, в начале 30-х лабораторию В.К. Зворыкина в США посетили специалисты в области радиоэлектроники **С.А. Векшинский** и **А.Ф. Шорин**, а **Зворыкин** приезжал в Москву и довольно обстоятельно рассказывал о своих работах в Доме ученых. Большой интерес у «отца электронного ТВ» вызвал наш многокаскадный умножитель – преобразователь света в электрический ток. Позднее Зворыкин разработал аналогичный прибор у себя. Таким образом, обмен научной информацией носил двусторонний характер.

Во Всесоюзном электротехническом институте **С.И. Катаев** создал передающую телевизионную трубку и кинескоп. Это позволило начать в 1937 году опытные передачи на УКВ в Ленинграде. В лабораторных условиях здесь удалось поднять четкость изображения до 431 строки, т. е. до стандартов, достигнутых на Западе. Однако передачи Опытного ленинградского телецентра шли на оборудовании в 240 строк. Телерепертуар включал эстраду, фрагменты оперных и балетных спектаклей, фотогазету.

Между тем в Москве на Шаболовке заканчивалось строительство нового телецентра возле

знаменитой шуховской радиобашни, сооруженной еще в 1922 году. Центр был оснащен американским оборудованием на 343 строки. Его обкатка началась 25 марта 1938 года показом кинофильма Ф. Эрлера «Великий гражданин». Аудитория была невелика: в Москве насчитывалось всего 30 телевизоров. К началу войны их успели выпустить около тысячи. Регулярное вещание по «высококачественному электронному способу» (как тогда говорили) открылось 10 марта 1939 года демонстрацией хроникального фильма о XVIII съезде ВКП(б). Передачи – обычно спектакль плюс кинофильм – велись пять вечеров в неделю. Было принято решение перевести телевидение на стандарт в 441 строку. Позднее наиболее целесообразным признали стандарт в 625 строк.

Во время войны передачи в Москве и Ленинграде были прекращены, но исследования в области телетехники, связанные с военными целями, продолжались. В 1943 году в Московском энергетическом институте была даже создана кафедра телевидения. День радио 7 мая 1945 года был отмечен возобновлением телепередач. Программы шли до сентября 1947-го, пока не началась реконструкция шаболовского телецентра, и возобновились 16 июня 1949-го уже на стандарте 625 строк, которого российское, как и европейское ТВ, придерживается до сих пор.

Развитие материально-технической базы

В январе 1955 года передачи московского телецентра стали ежедневными. Тогда здесь работало около 80 человек, а в столице насчитывалось 15 тыс. телевизоров.

14 февраля 1956 года вышла в эфир **вторая (московская) телепрограмма**. (Третья – в помощь высшей и средней школе – открылась в 1965-м.) В середине 50-х начался массовый выпуск отечественных телевизоров. Можно точно назвать время вхождения телевизора в среднюю московскую семью – 1956-1957 годы, когда ТВ показывало невероятно популярный цикл лекций о зарубежном кино профессора ВГИКа **Г.А. Авенариуса** с привлечением никому не известных архивных лент, а затем – прямые трансляции с Международного фестиваля молодежи и студентов. Еще в предыдущем десятилетии открылись телецентры в Ленинграде и Киеве, позднее — в Риге, Харькове, Свердловске. В конце 50-х на территории СССР насчитывалось около 60 программных студий.

В 1961 году первую московскую программу стали принимать в Ленинграде, и в том же году Европа впервые увидела прямую трансляцию из Москвы: репортаж о торжественной встрече первого в мире космонавта Ю.А. Гагарина. Сигнал из Москвы по кабелю поступал в Ленинград, оттуда – в Финляндию и далее по каналам Евровидения распространялся на другие страны. Советский Союз с его огромной территорией был одним из первых государств, наладивших использование спутников связи для телевизионного вещания. В 1965 году был запущен ИСЗ «Молния-1», а к 1967-му были введены в эксплуатацию первые 20 наземных станций спутниковой системы связи «Орбита». Система охватывала все 11 часовых поясов страны – от Калининграда до Камчатки. Позднее появились более экономичные системы «Экран» и «Москва».

К сожалению, по политическим мотивам советское ТВ выбрало тупиковую систему цветного вещания **СЕКАМ**. Этот выбор стал одной из причин упадка как французской, так и советской телевизионной промышленности. СССР отгородился ею от «большого телевизионного мира». Как бы то ни было, обкатка цветного телевидения началась в ноябре 1967 года, когда в эксплуатацию был сдан новый московский телевизионный центр в Останкине. Он имеет самую высокую телебашню в Европе – 540 метров (выше ее только телебашня в канадском Торонто – 553 метра). В последнее десятилетие телебашня расширяла свои мощности за счет трансляции все новых и новых телеканалов, УКВ-радиостанций, пейджинговых, сотовых и других служб и была загружена до предела, когда в августе 2000 года в верхней ее части вспыхнул пожар, оставивший на три дня без передач 16 млн. зрителей Москвы и Подмосковья и причинивший ущерб на 80 млн. долларов. На территории СССР была создана самая крупная в мире система телевизионного и радиовещания, включавшая 160 программных радиотелецентров, более 18 тыс. телевизионных и 1,2 тыс. радиопередатчиков, 10 спутников и 500 тыс. километров наземных линий связи. Она обеспечивала почти полный охват населения на территории страны двумя телевизионными и тремя радиопрограммами из Москвы. В каждой из союзных республик (кроме России) существовала также программа, вещавшая на местном и русском языках. Накануне распада СССР

в системе Гостелерадио СССР работало около 90 тыс. человек, из них 23 тыс. в Москве. По объему телепросмотра советские зрители находились на среднеевропейском уровне, значительно уступая японцам и американцам. Согласно одному из подсчетов, в типичной семье «голубой экран» горел 2,8 часа в будние дни и 3,9 часа в субботу и воскресенье.

В Ленинграде в начале 80-х годов были проведены эксперименты со стереоскопическим ТВ – использовался принятый в США и ряде других стран простейший, так называемый **«очковый»**, метод. Велись эксперименты и со стереозвуком, и телетекстом. Советское ТВ пыталось быть арбитром между американскими, японскими и западноевропейскими электротехническими компаниями в выборе общемирового стандарта для телевидения высокой четкости (ТВЧ).

Обслуживание пропаганды

Советские пресса, радио и телевидение официально именовались **«средствами массовой информации и пропаганды»**, информационные и развлекательные передачи воспринимались под углом их пропагандистского предназначения. Роль вещания в СССР на последнем этапе его существования была сформулирована тогдашним главным идеологом Политбюро ЦК КПСС Е.К. Лигачевым: «Все телевизионные и радиопередачи должны быть подчинены одной цели – разъяснению и претворению политики партии». Тотальный политический контроль над вещанием оправдывался целью **«повседневного политического, культурного и эстетического воспитания населения»**. Председателя Гостелерадио назначало Политбюро, руководство ЦК следило за кадровыми перемещениями на вершине вещательной пирамиды и за содержанием программ, особенно информационных и публицистических.

Еще в 1952 году установилась традиция: каждую субботу показывать киножурнал «Новости дня». Но поскольку кинохроника не могла заменить собой оперативной информации, с 1956 года Центральная студия телевидения нерегулярно, но обычно в конце вещательного дня стала повторять в дикторском исполнении «Последние известия», прозвучавшие по радио. Позднее эти новости стали дополняться двумя-тремя сюжетами, снятыми операторами специально для ТВ. Тем не менее вплоть до 1960 года первые пять минут «Последних известий» представляли собой сокращенный выпуск радионовостей в чтении теледиктора. Размежевание с радио заставило переименовать выпуски информации в **«Телевизионные новости»** («ТН»). В 1968-м их заменила программа **«Время»**.

Эта главная пропагандистская передача собирала рекордную аудиторию – до 150 млн. человек ежедневно – благодаря не столько каким-то своим достоинствам, сколько программированию. Она выходила в эфир в 21.00, и так как ее были обязаны дублировать все каналы, то у зрителей просто не было никакого выбора. Хотя к тому времени во многих странах уже был накоплен опыт представления информации звездами журналистики – ведущими, официальная стилистика передачи требовала присутствия в ней дикторов, которые поочередно зачитывали текст с листа, бесстрастно озвучивая агитационно-пропагандистские материалы. Существенную часть «Времени» занимала официальная некомментируемая хроника: приезды и отъезды руководителей партии и государства, встречи на высшем уровне, многочисленные заседания. Порой слово предоставлялось передовикам производства, видным деятелям науки и культуры – в основном для того, чтобы они могли поблагодарить с экрана партию и правительство за «отеческую заботу» о них. Значительная часть программы посвящалась рассказу об успехах социалистического содружества и бедственному положению трудящихся в мире капитала. В зависимости от очередной пропагандистской кампании акцентировки могли меняться, но все материалы имели тенденциозную двухцветную окраску – «у них и у нас» и подавались сухим, казенным языком.

Использование ТВ с целью «воспитания советских людей», формирования «нужного» общественного мнения имело переменный успех. Зрители скептически относились к подслащенным сообщениям на внутренние темы: рапорты об успехах сельского хозяйства, например, вызывали недоумение у человека, отстоявшего очередь за продуктами. В меньшей степени этот скептицизм распространялся на официальные версии зарубежных событий: рядовой зритель редко пересекал «железный занавес», западные радиостанции глушились, в продажу из-за границы поступали только коммунистические газеты.

Идеологизация распространялась не только на информацию, но и на развлекательные и культурно-просветительные передачи. Партийные руководители не упускали случая подчеркнуть, что ТВ использовало еще не все резервы для «морального и эстетического воспитания трудящихся». В ответ на эти призывы «голубой экран» предлагал зрителям такие претенциозные эпопеи, как **«Летопись полувека»**, **«Правда о великом народе»**, **циклы о Ленине**. Телефильмы воспевали «человека труда» и подчеркивали преимущества советского образа жизни. На экране отсутствовали многие жанры, давно вошедшие в обиход мирового телевидения: мыльные оперы, ток-шоу, триллеры и т. п. Зритель был огражден от мирового кинопроцесса, в лучшем случае он мог составить некоторое представление о зарубежном кино по отрывкам из **«Кинопанорамы»**. Интересные советские киноленты лежали на полке, предпочтение отдавалось фильмам о рабочем классе и историко-революционным, как бы топорно они ни были сработаны. На этом сером фоне демонстрация удачных отечественных сериалов (**«Семнадцать мгновений весны»**) или редких зарубежных постановок (**«Сага о Форсайтах»**) воспринималась как событие, о котором «все говорили».

На волне хрущевской оттепели в самом начале 60-х появились передачи, выпадавшие из этого общего ряда. Важной вехой в становлении экранной публицистики было еженедельное обозрение **Ю. Фокина «Эстафета новостей»**. Это были неотретированные беседы известных людей с ведущим, иногда сопровождаемые специально снятыми кинокадрами. Зрителей подкупала именно импровизационность, спонтанность передачи. Рубрика выбивалась из общей стилистики, когда все, от генерального секретаря партии до передовика производства, говорили по бумажке. Разумеется, «живые» передачи с идеологической точки зрения таили опасность своей непредсказуемостью и по мере внедрения студийных видеомagneтофонов подвергались цензурной правке в записи.

В 1961 году впервые вышла в эфир популярнейшая передача **«Клуб веселых и находчивых»**, или **«КВН»**. Это были построенные на импровизации состязания в эрудиции и остроумии команд, состоявших из студентов вуза или представителей какого-то предприятия или города. (Позднее такая же популярность выпала на долю **игры эрудитов «Что? Где? Когда?»**)

На застойном этапе отечественной истории наибольшего успеха достигли авторы передач, носивших образовательный уклон, – «Клуб кинопутешествий», «В мире животных», «Очевидное – невероятное», «Кинопанорама». Выбор зрителя был невелик, и любая рубрика, более или менее свободная от идеологической зашоренности, могла рассчитывать на гарантированную массовую аудиторию, особенно если ее создавали яркие талантливые личности.

Перестройка

Значительные перемены как в стране, так и на телевидении начались только после 1985 года. Новое руководство СССР во главе с М.С. Горбачевым использовало СМИ для поиска путей выхода из застоя, для того, чтобы сломить бюрократическое сопротивление реформам, для **пропаганды «нового политического мышления»** (отказ от образа врага, приоритет общечеловеческих ценностей, свобода выбора). Взятый горбачевским руководством курс на гласность означал постепенное снятие традиционного контроля над словом, переход от монолога и назидательности к дискуссии. ТВ постепенно переставало бояться инакомыслия и приучало себя к плюрализму мнений.

После пяти лет необъявленной войны в Афганистане советские телезрители впервые увидели в новостях сцены, снятые на месте военных действий. Отсутствие в СССР широкой оппозиции той войне можно объяснить, в частности, тем, что она замалчивалась средствами массовой информации. И хотя с экрана поначалу все еще говорили, как и прежде, об «ограниченном контингенте», выполняющем в Афганистане свой «интернациональный долг», у тех, кто научился воспринимать официальные передачи «боковым зрением» и читать между строк, новые сюжеты создавали ощущение, что рассчитывать на скорое окончание войны не приходится и надо выводить армию из Афганистана.

На экране наметился поворот от производственных тем к проблемам социальной жизни. Преступность, наркомания, СПИД, личная жизнь советских руководителей перестали быть запретными темами, однако на руководящую роль партии, КГБ и Ленина прежние стереотипы все

еще распространялись – полной свободы слова не было. В авангарде движения гласности на ТВ шла передача «Взгляд» с молодыми задорными ведущими, которые в своих репортажах-расследованиях затрагивали острые болезненные темы, нередко в сенсационной манере.

С ноября 1989 года по воскресеньям **вместо программы «Время» пошло часовое аналитическое обозрение «Семь дней»**, автором которого был Э. Сагалаев, до этого принимавший участие в создании «Взгляда» и молодежной передачи «12-й этаж». Даже тяжеловесное «Время» не избежало инъекции «нового мышления»: в конце передачи стал выходить 10-минутный отчет о недостатках и просчетах под названием **«Прожектор перестройки»**.

Менялось само понятие «новость». Обычным делом стало освещение стихийных бедствий и катастроф. Авария на Чернобыльской АЭС стала подлинным испытанием новой политики советского ТВ и, несмотря на неуверенность и колебания первых дней, оно выдержало это испытание.

В конце 80-х СССР прекратил глушение западных радиостанций, признал право своих граждан выбирать источники информации и свободно распространять информацию любого рода любым способом. В 1990 году был упразднен Главлит – орган государственной цензуры.

Показателем демократизации телеэфира стал рост объема прямых передач с ответами на телефонные вопросы зрителей в ходе передачи. На экране появились интервью с западными деятелями, в том числе политическими оппонентами, телемосты. Чаще стали идти зарубежные передачи и сериалы, такие как – «Спрут», «Шоу Фила Донахью», «Жизнь на Земле», «Джейн Эйр», «Рабыня Изаура» и др. В мае 1988 года была показана первая зарубежная реклама – пепси-колы с М. Джексоном, ставшая бестселлером на советском черном видеорынке. Зарубежные телекомпании активизировали свою деятельность по налаживанию долгосрочных контактов с Москвой. В 1986-м Т. Тернер и Гостелсрадио СССР подписали соглашение об обмене новостями, спортивными и развлекательными передачами.

Исключительное значение для утверждения принципов плюрализма и гласности имели прямые трансляции с заседаний Первого съезда народных депутатов СССР. Буквально вся страна следила за полными драматизма и непредсказуемости баталиями между демократическими и консервативными силами, происходившими в Кремле. Все понимали, что в этой эмоционально насыщенной многосерийной драме решается будущее страны.

Кризис государственного вещания

Августовский путч 1991 года, когда консервативные силы попытались вернуть страну к прежним порядкам и потерпели сокрушительное поражение, привел к окончательному краху КПСС и распаду Советского Союза. Старая структура Гостелерадио была разделена по республикам. В России на сузившемся информационном пространстве передачи вели две большие государственные компании. Первоначально предполагалось, что первый канал (в 1992-1995 – «Останкино») будет обслуживать Содружество Независимых Государств в качестве межгосударственной компании. Но эта идея не осуществилась, и он остался, по существу, программой России, принимаемой в СНГ. Эта ориентация канала до сих пор прослеживается в большом числе сообщений из ближнего зарубежья в новостях, а также в отборе развлекательных передач.

В мае 1991 года начал работать телеканал **«Россия»**, принадлежащий Всероссийской государственной телерадиокомпании (ВГТРК). В советских условиях он стал рупором более демократически настроенного российского парламента во главе с Б.Н. Ельциным. Когда КПСС потеряла монополию на государственную власть и между различными политическими силами началась борьба за контроль над средствами массовой информации, главным яблоком раздора стало телевидение. В сложной обстановке российский канал пропагандировал реформы, курс президента Ельцина. Противостояние привело к попытке оппозиции силой взять власть, захватить телецентр в Останкине в ночь с 3 на 4 октября 1993-го. Отношение к тем октябрьским событиям раскололо общество. Через два с половиной месяца на выборах в Государственную думу на авансцену неожиданно выдвинулся лидер либерал-демократической партии В.В. Жириновский, наиболее изобретательно использовавший в этой кампании политическую рекламу на ТВ. Однако,

проголосовав за КПРФ и ЛДПР, большинство населения тем не менее поддержало новую конституцию, наделявшую президента самыми широкими полномочиями. Государственное телевидение оказалось под полным контролем исполнительной власти.

Со сменой политического климата телеканал «Россия» утратил свою оппозиционность, смелость и объективность. Раздираемый внутренними противоречиями, лишенный стабильного руководства, он страдал от постоянного недофинансирования. Реклама не покрывала и десятой доли затрат. В центре и на местах аудитория государственного телевидения сокращалась под напором коммерческих конкурентов. Весной 1998 года на долю государственного сектора приходилось не более 20 процентов эфира.

Для проведения единой линии в сфере информации с перспективой на очередные парламентские и президентские выборы указом президента в мае 1998 года все государственные электронные СМИ были объединены в холдинг, куда вошли телеканал «Россия» и созданный годом раньше канал «Культура», «Радио России», «Маяк», иновещание, Останкинский технический телецентр и все государственные региональные телерадиокомпании. Для последних вскоре был изменен «режим кормления»: центр получил право назначать их руководителей без согласования с местными властями, что позволяло региональному вещанию избавиться от репутации рупора местной администрации и способствовать проведению единой государственной информационной политики на основе новых принципов федерализма. В 1999-2000 годах **было улучшено финансирование РТР, модернизирована главная новостная передача «Вести»**, усилен журналистский персонал, изменен кинорепертуар – и российскому каналу, таким образом, удалось остановить падение роста своей аудитории.

На первом канале из-за частой смены руководства, творческих конфликтов и ожесточенной борьбы различных групп за контроль над рекламой положение было таким же неблагоприятным, как и на РТР. Указом президента с 1 апреля 1995 года частоты «Останкино» передавались **акционерному обществу закрытого типа «Общественное российское телевидение» (ОРТ)**. 51 процент акций в нем принадлежали государству (Госкомимуществу и ИТАР-ТАСС), а остальные – частному капиталу (концерну «ЛогоВАЗ» и группе банков). По существу создавался смешанный частно-государственный канал проправительственной ориентации, весьма далекий от того, что в мировой практике называют общественным ТВ. Государство покрывало не более одной пятой расходов ОРТ, банки-соучредители, поняв, что отечественное телевидение слишком рискованный бизнес, перестали его финансировать. Основные деньги поступали от структур, контролируемых предпринимателем Б.А. Березовским, получившим пост первого заместителя председателя совета директоров ОРТ. Березовский в 1996-1999 годах был близок к властным кругам и активно занимался политикой. Когда же с победой В.В. Путина на президентских выборах 2000 года началось его преследование по обвинению в финансовых махинациях, долг ОРТ перед государством достигал 170 млн. долларов.

Как бы то ни было, в отличие от РТР, первому каналу удалось сохранить лидирующее положение в эфире благодаря доставшемуся ему богатому наследству – наибольший охват территории, лучшие передачи советского периода, коллекции популярных отечественных фильмов и сериалов, – а также ориентации на ностальгические чувства в основном пожилых и сельских зрителей.

Зарубежные сериалы типа «Богатые тоже плачут» и талантливые стилизации вроде «Старых песен о главном» закладывали основу новой «утешительной» мифологии, охотно воспринимаемой населением, 40 процентов которого оказалось за чертой бедности. Открывший когда-то перестройку на ТВ «Взгляд», в начале такой искренний и свежий, принял новые правила игры и коммерциализировался, а его команда оказалась на ключевых постах в «Останкино». А. Любимов в качестве директора новостей ОРТ проводил политику «новых государственников», которые вполне удовлетворены результатами первой волны реформ и приватизации и ждут от телевидения «пропаганды стабильности».

На Москву и область в начале и середине 90-х годов передачи вел канал, состоявший из трех частей – **Московской телерадиовещательной компании (МТК), каналов «2x2» и «Подмосковье»**. МТК занимал нишу новостей города, его социальной проблематики (раскрываемой «по-домашнему», с прицелом на массового зрителя), а также «престижного

развлечения» (американский «шикарный» сериал «Даллас»). Канал «2x2» предлагал дешевые сериалы, рекламные блоки, передачи на «магические» и «торговые» темы, а его ежечасовые новости рвали любую передачу. Коммерческая ориентация обуславливала динамичную манеру подачи материала: именно здесь телевидение освоило свою служебную, «фоновую» роль и здоровый цинизм в подходе к аудитории. Дешевизна вещания не резала глаза, поскольку конкуренция в эфире тогда еще не вполне сложилась.

По мере роста авторитета московского мэра Юрия Лужкова все яснее становился официальный характер МТК. В 1997 году **третий канал был реорганизован в компанию «ТВ-центр»**, ставшую полноценным столичным вещателем с выходом на регионы. Согласно концепции, утвержденной Ю. Лужковым, «ТВ-центр» должен был способствовать национальной консолидации российского общества, утверждать патриотизм и – учитывая растущее разочарование политикой Б. Ельцина – отделять образ столицы от образа Кремля. Московское правительство модернизировало техническую базу канала. Его профессиональный костяк составили «беженцы» с РТР, возникла новая команда опытных прагматиков, осторожная в отношении к радикальным идеям. **Программа «Московия»**, сменившая «Подмосковье», стоит на «почвенных» позициях и в целом выпадает из имиджа канала, но объем ее передач невелик. Необходимо также отметить, что еще в 1994 году столичное правительство объединило оказавшиеся в бедственном финансовом положении разрозненные кабельные студии и стало патронировать единую кабельную **программу «Столица»**.

До 1997 года статус общегосударственной телепрограммы имел «Петербург-5». Он принимался преимущественно в северных и восточных районах страны, пока его частоты не были переданы новому каналу «Культура». Последний заполнил нишу, возникшую после распада учебной программы и просуществовавших несколько лет при РТР «Российских университетов». По нему идут передачи о музыке, живописи, театре и литературе, старые классические кинофильмы, новости культурной жизни. Административное управление каналом поручено ВГТРК, персонал насчитывает около трехсот человек, усилиями которых создается до трети всей его продукции. К сожалению, канал «Культура» принимается не на всей территории России и, подобно своим зарубежным аналогам («Артэ» в Европе или Пи-би-эс в США), привлекает прежде всего наиболее образованную аудиторию.

Таким образом, за годы реформ в России сложилась система государственного телевидения с сильной централизацией, оправдываемой потребностью в «наведении порядка» и обеспечения «национальной сплоченности». Эта система все еще далека от европейской модели общественного телевидения, формально и фактически не зависима от опеки исполнительной власти, не являющегося ни правительственным, ни президентским, ни парламентским. Слишком тесная связь телевидения с государственными структурами вызывает в обществе опасения за беспристрастность и объективность информации и прямые обвинения в попытках превратить ТВ в инструмент пропаганды политической элиты, находящейся в данный момент у власти.

Рождение рекламного рынка

Переход России к рыночным отношениям совершенно естественно пробудил основные механизмы регуляции рынка, в том числе и рекламу. В условиях административно-командной экономики она оставалась рекламой без выбора, без конкуренции, без товара, а на телевидении практически отсутствовала. **Первенцем российского рекламного бизнеса в стране стала компания «2x2»**, делившая третий канал с Московской программой в 1989-1997 годах. С началом рыночных реформ реклама появилась и на общероссийских каналах. Она казалась экзотикой, пришедшей из другого мира, и раздражала зрителей, поскольку была бесконечно далека от его нужд: преобладала реклама различных, только что созданных банков и финансовых пирамид, таких как МММ, «Хопер-инвест», «Гермес», «Русский дом Селенга». Редакции без зазрения совести допускали «джинсу», т. е. скрытую рекламу под видом информации. Одним словом, при своем рождении российский рекламный рынок был диким и вороватым. Принятый в 1991 году *закон «О средствах массовой информации»* легализовал рекламу, щедро разрешив отводить под нее до 25 процентов эфира. Этот же лимит был подтвержден и *законом «О рекламе»*, в спешном порядке принятом в 1995-м после скандального краха финансовых пирамид. Закон содержал требования,

предъявляемые к рекламе, и вносил определенный порядок в рекламный процесс. В середине 90-х годов в России наряду с сотнями рекламных агентств возникают и специализированные службы, занимающиеся рекламным мониторингом, т. е. отслеживанием прохождения рекламных роликов в эфире, и медиаметрированием, т. е. измерением аудитории путем анкетирования или телефонных опросов, а в столице – и с помощью электронных счетчиков («ТВ-метров» в НИСПИ, «пиплметров» в «Гэллап-медиа»). Под размещение рекламы в прессе, на радио и телевидении (медиапланирование) подводится, таким образом, некая научная основа по западным методикам. Рейтинги, т. е. процент собранной аудитории, становится базой для расчетов с рекламодателями, основой программирования, барометром настроений зрителей. Телепрограммирование все сильнее ориентируется на рейтинги, коммерциализируется. В условиях экономического спада присутствие в российском эфире зарубежной рекламы обеспечивало телевидению значительную финансовую поддержку (на иностранных заказчиков приходилось до 70-80 процентов рекламы). Наши рекламисты получили возможность, ежедневно знакомясь с продукцией зарубежных специалистов, успешно учиться, хотя реклама «с чужого плеча» все еще слабо учитывала психологию отечественного массового потребителя, только что вырвавшегося из тисков товарного дефицита. Разразившийся в августе 1998-го финансовый кризис привел к падению рекламных поступлений в два-три раза. Телекомпании и рекламные агентства ввели строгий режим экономии, отказались от дорогостоящих проектов, увеличили число повторов, сократили персонал. Однако начавшееся после кризиса оживление отечественной экономики позволило поднять удельный вес рекламы российских товаров и услуг и постепенно вернуть утраченные позиции. Стоимость одной рекламной минуты на ОРТ, например, составлявшая в главное смотровое время 12 тыс. долл. в 1994 году, достигла в 1999-м 40 тысяч. К 2001 году российская реклама вновь имела докризисные показатели, когда ежегодные вложения в нее составляли около 2 млрд. долларов. На телевидение приходится примерно треть этой суммы, как рекламодатель оно занимает второе место после прессы.

Независимое телевидение

Одна из главных тенденций развития отечественного вещания 90-х годов состояла в разгосударствлении эфира и его коммерциализации: в центре и на местах создавались независимые частные компании, в которых реклама становилась основным источником финансирования.

1 января 1993 года в эфире впервые прозвучали позывные «ТВ-6 Москва» – первого в России независимого телеканала, который возглавил известный публицист Э. Сагалаев. Убежденный в том, что «государственного телевидения будет все меньше, а независимого все больше и больше», он упорно формировал сеть нового типа. Первые полтора года канал опирался на поддержку американской «Гернер бродкастинг компании». Между ними до лета 1994-го существовал договор о создании акционерного общества на паритетных началах, что позволяло Э. Сагалаеву ежедневно включать в свою программу новости Си-эн-эн, американские кинофильмы и сериалы.

Активно используя спутниковую связь, ТВ-6 создает общенациональную телесеть, предоставляя новым частным компаниям в других городах специальные антенны и право

бесплатной трансляции своей программы вместе с включенной в нее рекламой. Одновременно наращиваются объемы вещания и собственное производство передач. Руководство канала, считая его прежде всего коммерческим предприятием, не стремится втягиваться в большую политику. Канал замыслился как многожанровый – для семьи, однако рост конкуренции заставил изменить концепцию его программирования. Лицо канала начинают определять непродолжительные, имеющие быстрый темп развлекательные передачи для молодежи, своего рода телевизионный поп-арт. Сменивший Сагалаева генеральный директор ТВ-6 И. Демидов, по выражению одного из критиков, создает большой «кукольный дом» с инфантильными новостями и попсовыми шоу, напоминающими по своему оформлению аляповатые цветные открытки. Некоторые наблюдатели считают подобную специализацию ошибочной и говорят о творческом кризисе канала. Как бы то ни было, по размерам аудитории он сильно отстает от ОРТ, РТР и своего основного коммерческого соперника – канала НТВ.

Независимый канал НТВ («Н») предлагалось расшифровывать как «негосударственное», «новое», «независимое») вышел в эфир 10 октября 1993 года, имея солидную основу: среди его учредителей были банк «Столичный» и финансовая группа «Мост». Сначала передачи шли с 6 вечера до полуночи, а в 1996-м компания НТВ открыла и дневные передачи, заняв весь четвертый метровый канал. НТВ сразу и убедительно заявило о себе сильными новостями в западном стиле, забрав из «Останкино» известных журналистов Е. Киселева, Т. Миткову, М. Осокина, а позднее из РТР – С. Сорокину. Именно новости, а также отличный репертуар из лучших американских и европейских фильмов позволили НТВ быстро создать себе лояльную аудиторию, ориентированную на западные ценности и имеющую более высокий уровень образования. Компания наращивала объем собственных передач, среди которых еженедельные аналитические «Итоги» Е. Киселева, новаторские для своего времени «Впрок» и «Времечко», сатирические «Куклы» и «ИтогО», публицистические расследования и сериалы.

В сентябре 1996 года компания открывает спутниковое ответвление – «НТВ-плюс». Сегодня владельцы спутниковых антенн могут принимать благодаря «НТВ-плюс» свыше 40 тематических каналов (с февраля 1999 – в цифровом формате). К сожалению, из-за низкого жизненного уровня населения на услуги «НТВ-плюс» смогли подписаться лишь один-два процента зрителей (и только 6 млн. человек используют Интернет).

Начиная с 1997 года компания НТВ входит в частный холдинг «Медиа-мост» – наряду с радиостанцией «Эхо Москвы» и издательским домом «7 дней» (газета того же названия, журналы «Итоги» и «Караван историй»). Возглавивший «Медиа-мост» предприниматель В.А. Гусинский вряд ли рассчитывал на быстрое приращение капитала, но расширял холдинг и оснащал его самым современным оборудованием в расчете на будущие доходы, которые позволили бы ему расплатиться с кредиторами. В преддверии выборов-99 в Государственную думу Гусинский поддержал блок Лужкова-Примакова, который, по его мнению, лучше других политических сил был способен обеспечить в России свободу слова и развитие цивилизованного медиабизнеса. В информационной войне во время парламентских выборов на одной стороне находились финансируемое Березовским ОРТ и государственный канал РТР, откровенно поддерживавшие движение «Единство», на другой – НТВ и ТВЦ, симпатизировавшие блоку «Отечество – Вся Россия». Победило, как известно, «Единство», для поддержки которого Кремль использовал все административные и пропагандистские ресурсы. «Война с олигархами», начатая новой властью, привела к тому, что Гусинский был обвинен в финансовых злоупотреблениях. Руководителям НТВ пришлось в счет погашения долга передать часть акций «Газпрому», за которым стоят государственные структуры.

С появлением ТВ-6 и НТВ завершается раздел метрового диапазона. Поэтому во второй половине 90-х осваиваются дециметровые частоты. В 1996 году на дециметровых каналах открывают вещание общеразвлекательные «РенТВ» Ирены и Дмитрия Лесневских и СТС («Содружество телевизионных станций»), созданное на деньги американской телекоммуникационной корпорации «Стори Ферст», в 1998-м стартовала созданная «Медиа-мостом» сеть ГНТ («Твое новое телевидение»). Позднее к числу дециметровых каналов в столице добавились М-1 (бывший 31-й, постоянно менявший своих владельцев) и «Дарьял-ТВ», а также

два музыкальных канала, один из которых специализируется на зарубежных, а другой – на отечественных видеоклипах. Одновременно происходит объединение новых региональных станций в сети: местные компании по договору ретранслируют столичные каналы, вставляя в отведенные им эфирные окна передачи собственного производства и свою рекламу.

Согласно данным медиамониторинга НИСПИ, в 1999 году по объему потенциальной телеаудитории лидировал телеканал ОРТ: его программы имели возможность принимать 98% жителей России. Второе место занимал РТР – 95%; третье – НТВ – 72%; далее шли ТВ-6 – 58% и ТВЦ – 39%. Несколько иную картину давал рейтинг предпочтения каналов: ОРТ – 41%, НТВ – 25%, РТР – 13%, ТВ-6 – 4%. По показателям реального просмотра ТВЦ уступал СТС.

Благодаря коммерческому телевидению выбор российской аудитории неизмеримо возрос. За десять лет число каналов, доступных, например, московскому зрителю, возросло с пяти до 15, не считая спутниковых программ «НТВ-плюс». Типичный российский зритель проводит у домашнего экрана три – три с половиной часа в день, что превышает средний показатель по Европе в полтора раза. Стоит, пожалуй, отметить и изменение совокупного телерепертуара. Политизация отечественного телевидения привела к чрезмерному увеличению информационно-новостной тематики, а коммерциализация – к резкому увеличению чисто развлекательных передач. Доминирующее положение в телерепертуаре заняла триада: новости – кинопоказ (фильмы и сериалы) – шоу. Просветительная и воспитательная функции телевидения сильно деградировали. Не спасает положения и канал «Культура», созданный для показа передач, посвященных «вечным ценностям»: его смотрит «образовательное меньшинство».

Формирование законодательной базы

В советский период развитие телевидения определялось пятилетними планами, постановлениями ЦК КПСС и Совета Министров СССР, указаниями высокопоставленных чиновников. Переход от государственной монополии на эфир к смешанной системе, предполагающей разнообразие форм собственности и свободу творчества, потребовал совершенно новой правовой основы. Принятый в 1991 году закон «О средствах массовой информации» провозгласил право граждан на свободную информацию и недопустимость цензуры, легализовал рекламу и в общих чертах наметил порядок учреждения газет, журналов, радио- и телестанций. Но для страны, где деятельность вещания десятилетиями регулировалась телефонными звонками «сверху», были необходимы и другие законы, которые обеспечили бы уверенную работу телеорганизаций и их сотрудников. Однако разработка этих законов затянулась из-за борьбы исполнительной и законодательной властей за преимущественное право управлять государственным вещанием.

Принятая 12 декабря 1993 года Конституция РФ гарантировала свободу мысли и слова, подтвердив запрещение цензуры и «пропаганды и агитации, возбуждающей социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть». В 1995-м был принят упомянутый выше закон «О рекламе», а в 1996-м – новый Уголовный кодекс. В нем (статья 144) вводилась ответственность за воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналистов: отказ должностных лиц предоставить информацию наказывается штрафом от 50 до 100 минимальных зарплат или тюремным заключением от одного года до трех лет.

Прокоммунистическая Госдума стремилась получить свою долю подконтрольного ей эфирного времени на втором канале и принять закон о совете по нравственности на телевидении. Парламентские комитеты рассмотрели свыше десятка различных законопроектов об организации радио и телевидения в России, но ни один из них не стал законом. Последний из этих законопроектов «О теле- и радиовещании» был даже одобрен в первом чтении в 1997 году. Он определял условия лицензирования, ограничивал допуск на наши экраны продукции зарубежного происхождения, намечал структуру управления вещанием, но содержал ряд спорных положений – таких как учреждение наблюдательных советов при телерадиокомпаниях или запрет на производство и распространение рекламы государственными вещателями. Как заявил в 1999 году первый заместитель министра печати М. Сеславинский, даже в случае принятия этого закона Госдумой его вряд ли подписал бы президент: «Телевидение и так политизировано, и в дурном сне

нельзя представить себе, каким оно будет, когда на него возникнет дополнительное давление всех представленных в парламенте политических интересов... Наша страна должна выйти из нынешнего кризиса, должна пережить острые годы смены политической элиты. В 2002-2003 годах закону, конечно, «да», но в 1999-м – «нет».

Начиная с 1992 года основной формой контроля над вещанием в России, как и в других странах, является лицензирование. Сначала министерство печати, а в 1994-1999 годах Федеральная служба по телевидению и радиовещанию выдали государственным и негосударственным телерадиовещательным организациям, кабельным и спутниковым сетям свыше двух с половиной тысяч лицензий (обычный срок их действия – пять лет). Осенью 2000-го передачи вели свыше 1300 радио- и телестанций. Созданное в 1999 году министерство по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций ужесточило правила лицензирования, введя дифференцированную «единовременную плату за получение права на вещание». Федеральная конкурсная комиссия по телерадиовещанию во главе с министром М. Левиным рассмотрела программные концепции конкурсантов первой партии и продала из 18 лицензий одиннадцать по цене от 15 тыс. долларов (Вологда) до 350 тысяч (Москва). Столь высокие цены в нынешних условиях исключают получение прибыли на много лет вперед. Понятно, что собственное вещание могут открыть лишь те компании, за спиной которых стоят мощные промышленно-финансовые или политические силы.

Важной нерешенной проблемой остаются отношения телекомпаний с министерством связи. Практически вся материально-техническая база вещания (частотные ресурсы, вышки и антенны, передатчики, линии дальней связи – кабельные, радиорелейные, спутниковые) по-прежнему находится в монопольном владении государства. Повышая тарифы связи для коммерческих компаний, министерство может вытеснить любую из них из эфира. Иными словами, государственные органы располагают широкими возможностями неправового регулирования вещания – через льготы, цены, инструкции и нормативы, через подбор кадров и т. п.

Помимо законов, отечественное вещание нуждается и в определенных правилах, которыми в повседневной деятельности могли бы руководствоваться журналисты и другие работники радио и телевидения, т. е. в этических кодексах. С упразднением цензуры телевидение в погоне за высоким рейтингом начало эксплуатировать в своих передачах насилие и секс. Журналисты, как показали информационные войны конца 90-х годов, часто ставят во главу угла интересы не многомиллионной аудитории, а отдельных властных кланов или промышленно-финансовых групп. Объективность и беспристрастность приносятся в жертву возрождаемой пропагандистской функции телевидения. Ангажированность журналистов, добровольная или вынужденная, подрывает доверие к телеинформации. Крайне необходимые в этих условиях этические кодексы разработаны, однако их принятие все еще затягивается.

Тем не менее в России складывается определенная правовая база функционирования средств массовой информации. Так, Доктрина информационной безопасности Российской Федерации, подписанная президентом в сентябре 2000 года, содержит целый перечень мер по сохранению национального суверенитета в эфире в современных условиях глобализации экономики и интернационализации информационного пространства. Разработаны проект развития спутникового вещания и программа «Телевизионная деревня». Открытость намерений власти, ее предсказуемая и не дискриминационная политика должны создать почву для принятия своевременных и взвешенных решений, позволяющих совместить осуществление государственной линии в телевещании с подлинной свободой слова.

РАЗВИВАЮЩИЕСЯ СТРАНЫ

Трудности становления

После становления ТВ в крупнейших странах остальному миру было достаточно воспользоваться накопленным опытом и начать передачи у себя по разработанным технологиям. Телевидение приходит в Европу, Латинскую Америку и Австралию в 50-е годы, в Азию и Африку – в 60-е. В 1950 году начинают телевещание Куба и Бразилия, в 1951 – Голландия и Аргентина, в

1963 – Филиппины и Таиланд, в 1954 – Дания, в 1955 – Люксембург, Финляндия и Австрия, в 1956 – Италия, Испания, Австралия, Алжир и Иран, в 1957 – Югославия и Португалия, в 1958 – Румыния, КНР, Кипр, в 1959 – Болгария, Индия и Ливан, в 1960 – Египет, Новая Зеландия... Если в конце 50-х годов по числу телевизоров США вдвое обгоняли весь остальной мир, то в конце 60-х соотношение стало прямо противоположным. Но выравнивание в одной сфере (насыщение телевизорами) сопровождается отставанием от лидеров в других областях (цветном вещании, а позднее – кабельном ТВ и видео).

Помимо экономических условий, на срок начала телевидения часто влияли политические и даже субъективные обстоятельства. Так, в Израиле против ТВ выступали наиболее ортодоксально настроенные религиозные деятели, и передачи здесь начались (1968) как чисто учебные. Открытие вещания в Непале (1985) было приурочено ко дню рождения короля. Как известно, ислам не допускает изображения человека. Этот щекотливый момент в странах мусульманского Востока был обойден ссылкой на то, что, в отличие от живописи, телевидение репродуцирует реальность как она есть, не нарушая религиозных догматов. В Африке ТВ спешно открывали по престижным соображениям как символ обретенной Государственной независимости. В отдельных случаях (ЮАР, 1976) передачи сразу пошли в цвете, хотя еще в десятках стран «третьего мира» ТВ оставалось монохромным. Пионерами телевидения в Африке стали англоязычные страны, где раньше возникло движение за независимость, – Кения, Гана, Нигерия. Впрочем, телефикация Африки южнее Сахары началась открытием телецентра во франкоязычном Конго (Браззавиль) в 1962 году и закончилась в 1987-м, когда заработал телецентр в Чаде.

Период от начала вещания до превращения его в более или менее заметный фактор общественной жизни сокращался или затягивался в зависимости от конкретных особенностей той или иной страны. Ученые, исследующие «социологию развития», полагали, что темпы телефикации будут определяться прежде всего уровнем грамотности и удельным весом в обществе городского населения. Однако сегодня можно с уверенностью сказать, что главным фактором здесь является такой показатель, как доходы на душу населения. Исследования показывают, что о широком приобретении телевизоров можно говорить лишь тогда, когда ВВП на душу населения в стране превышает 200 долларов, причем ТВ развивается быстро, если эта цифра выше 1400 долларов в год. С уровнем доходов связано и распространение грамотности – в Африке, например, в конце 60-х годов насчитывалось 50 процентов неграмотных. Там, где экономические условия не позволяют широким слоям населения приобретать телевизоры, а передачи остаются лишь источником развлечений местной элиты, телевидение годами влечит полунищенское существование, его становление затягивается на десятилетия. Быстрее всего ТВ распространяется в городских зонах, где завершилась электрификация, где выше грамотность и материальный достаток.

С каждым десятилетием телевидение развивалось все более высокими темпами. Если в 1965 году во всем мире насчитывалось 186 млн. телевизоров, в 1985-м – 661 млн., то в 1990-м – 1,2 млрд. при населении 5,5 млрд. человек. Однако распределение телевизоров по странам очень неравномерно. В развитых государствах на тысячу жителей сегодня приходится свыше 500 приемников, в развивающихся – не более 50.

Еще в середине 60-х годов ЮНЕСКО определила минимум информационных средств, которыми следует располагать развивающимся странам: на каждую тысячу человек не менее 100 экземпляров газет, 50 радиоприемников и 20 телевизоров. Когда предлагался этот стандарт, почти сто стран Африки, Азии и Латинской Америки не дотягивали до него по всем трем показателям. За последовавшие затем годы наибольшего успеха добилось радио – главное средство массовой информации в «третьем мире». Сегодня лишь четыре африканские страны (Буркина-Фасо, Гвинея, Мозамбик и Танзания), а также Йемен имеют меньше 50 радиоприемников на тысячу жителей. До телевизионного минимума не дотягивают более двадцати стран. Если в конце прошлого десятилетия США имели на тысячу человек 812 телевизоров, Западная Германия – 759, Япония – 589, КНР – 175, то Заир, Танзания, Мозамбик, Лесото и Чад – один, а Сомали, Мали, Коморские острова, Бурунди – менее одного!

Положение меняется очень медленно. По данным ЮНЕСКО, за 80-е годы число

телевизоров в Африке, например, выросло на 48 процентов, но этот континент все равно имеет самые низкие показатели – в среднем 36,3 телевизора на тысячу человек, по сравнению со 140 в Латинской Америке и 150 в Азии. 90-е годы принесли телебум только одному континенту Азии. В то время как США и Европа уже вступили в эпоху кабельно-спутникового изобилия и узко специализированного вещания, в «третьем мире» еще не закончился период формирования массовой аудитории, т.е. он отстает от развитых стран на целую фазу.

Обретя политическую независимость, страны «третьего мира» взяли курс на использование ТВ и других средств массовой информации для распространения знаний, интеграции нации, социального и экономического развития. С учетом этих целей предпочтение отдается государственной системе вещания. К тому же исторически сложилось так, что в этих странах пресса находится в руках частных компаний и лиц. Правительства постарались поставить ТВ под свой контроль, мотивируя это тем, что государственная монополия будет способствовать повышению благосостояния нации, ликвидации неграмотности и решению других социальных проблем. Однако дальнейшее развитие событий показало, что, существуя на скромную абонентную плату и мизерные государственные дотации, ТВ развивается слишком медленно и не выполняет поставленные перед ним задачи хотя бы потому, что не охватывает широкие слои беднейшего населения.

Правительственная опека, казалось бы, призванная обеспечивать соответствие передач целям национального развития, на практике означает, что во главе телеслужб оказываются администраторы, заботящиеся не столько о творческой стороне дела, сколько о возможной реакции на передачи со стороны тех, кому они подчинены. В результате вещание ведется на удручающе низком профессиональном уровне, ТВ превращается в орудие пропаганды в руках правительств, а роль журналистов сводится к сопровождению министров и глав государств в их поездках и освещению высказанных ими идей. Ситуация улучшается в тех странах, где допускается многопартийность, где начинают понимать, что для создания солидной финансовой основы вещанию требуется коммерческая реклама и что необходимо в той или иной форме допустить в эфир частное ТВ, которое своими развлекательными передачами создает массовую аудиторию.

Преимущества, связанные с частным вещанием, перечеркиваются, когда предпринимательская мощь концентрируется в немногих руках. Как и государственное давление, это может привести к пагубному влиянию на политику вещательных станций. В Мексике, например, в эфире безраздельно господствовала одна компания – «Телевиса». Тесно связанная с Институциональной партией, десятилетиями удерживавшей власть, она поддерживала правительственную линию практически по всем вопросам. В Чили, напротив, телекомпании принадлежат разным владельцам (самый рейтинговый «Канал-13» – Католическому университету), поэтому их точки зрения нередко расходятся, что обеспечивает плюрализм в эфире и демократическое развитие страны. Образцом наиболее авторитарного регулирования вещания может служить Южная Корея. Здесь только две национальные программы и обе подконтрольны правительству. Они выходят исключительно по вечерам (предполагается, что днем все работают), импортные передачи котируются и подвергаются цензуре, а японские вообще запрещены.

Индия и Китай

Развитие телевидения в таких разных странах, как Индия и Китай, очень показательно. В Индии первый маломощный передатчик вступил в строй в Дели при содействии ЮНЕСКО в 1959 году. Лишь спустя десять лет телевидение появилось и в других крупных городах, а еще через десятилетие было переведено на цветную систему (ПАЛ). В 1976 году ТВ отделилось от радио организационно, получив название Дурдаршан. Делийская программа стала общенациональной, но массовая аудитория начала формироваться лишь в середине 80-х годов. Этому способствовали, в основном, два обстоятельства. В стране была создана собственная электронная промышленность, и от сборки телевизоров из импортных деталей перешли к выпуску относительно дешевых собственных. А допущенная на телевидение реклама позволила на

полученные от нее доходы снимать многосерийные мелодрамы с участием популярных киноактеров. В начале 90-х на базе второго канала стали сдаваться в аренду коммерческим структурам получасовые отрезки времени с правом извлечения доходов от рекламы («Метро чэннел»). Был сделан шаг к смешанной системе ТВ, когда первая программа по-прежнему преследует «социальные цели», а вторая ориентируется на развлечения.

Сегодня Дурдаршан ведет передачи по четырем программам, всего же в Индии 13 каналов, передачи которых распространяются и через эфир, и по кабелю, и через спутник. Среди образованных зрителей исключительной популярностью пользуется Всемирная служба Би-би-си.

В КНР первый телецентр появился в 1958 году. Четверть века телевизор для большинства китайцев был недоступным предметом роскоши: еще в 1980-м на один млрд. жителей в стране приходилось всего лишь 5 млн. телеприемников. Только к концу 80-х годов, когда в результате экономических реформ поднялся жизненный уровень населения, телевизоры стали товаром массового спроса, и к настоящему времени их число возросло до 200 млн. Начиная, с 1986 года КНР использует для ретрансляции передач спутник связи. Пекинская Народная центральная телестанция выпускает четыре программы, из которых две общенациональные, причем первая работает по 16 часов в сутки. Доходы от телерекламы превысили к середине 90-х годов один миллиард долларов, 15 процентов этой суммы приходится на зарубежные фирмы. Практикуются бартер и спонсорство. Частные телестанции и кабельные каналы процветают. Более 500 кабельных систем охватывают по меньшей мере 30 млн. абонентов. На китайском экране идет много зарубежных кинофильмов и передач.

Однако по отношению к спутниковому ТВ китайское правительство заняло неопределенную позицию. Существует официальный запрет на установку спутниковых антенн (за их продажу на коммерческие магазины накладываются штрафы), так как власти опасаются, что спутниковое ТВ совершенно бесконтрольно несет «духовное загрязнение», что зарубежные программы могут вызвать очередную волну инакомыслия. Тем не менее этот подпольный бизнес не жалуется на недостаток спроса, и даже в Пекине на балконах можно увидеть сотни антенн-тарелок. По некоторым оценкам, гонконгские программы спутниковой системы «Стар ТВ» собирают в КНР до 30 млн. зрителей.

Новые веяния в экономике и общественно-политической жизни позволили китайскому ТВ создать ряд интересных собственных передач. Первой ласточкой среди них был показанный в 1991 году сериал «Желания». Этот китайский вариант мыльной оперы после десятилетий дидактических постановок вызвал многочисленные дискуссии и получил ряд наград. Это событие, возможно, стало вехой, отделяющей затянувшееся детство телевидения КНР от зрелости.

Опираясь на политику реформ, местные инвесторы открывают все новые телецентры в целях извлечения прибыли. Если в начале 80-х годов в стране было около 40 станций, то сейчас их число перевалило за 600. Частное вещание способствует общей либерализации китайской политики. По телевидению теперь звучит западная поп-музыка, передаются сообщения с фондовой биржи, идут развлекательные шоу, американские сериалы. Хотя многие политические темы по-прежнему запрещены, в эфире стало получать отражение и мнение рядовых людей.

И в Китае, и в Индии телекомпании экспериментировали с учебными передачами. В 1975-1976 годах под эгидой ЮНЕСКО в Индии был проведен «Эксперимент со спутниковым телевидением» (СИТЕ), призванный найти оптимальные формы обучения по ТВ для развивающихся стран. С помощью американского спутника на установленные в сотнях деревень антенны велись передачи, содержавшие элементарные агрономические и медицинские знания, а также уроки чтения и письма. Из-за отсутствия достаточного количества квалифицированных инструкторов для коллективного приема и обсуждения учебных передач, а также из-за огромных затрат проект потерпел неудачу. Последующее развитие учебного ТВ как в Индии, так и во всем мире, показало, что с появлением видеоманитфона разумнее создавать учебные циклы для распространения на кассетах.

Несколько успешнее, чем индийский проект СИТЕ, оказался китайский – «Университет в эфире»: это были лекции для заочников, подкрепленные специальными учебными пособиями и экзаменами с выдачей дипломов.

«Глобальная деревня»

Если Азия, Африка и Латинская Америка долгое время оставались в стороне от больших событий в аудиовизуальных сферах, то теперь эти континенты представляют большое поле для маневров государственных структур и частных предпринимателей США, Европы и Японии. В большинстве стран мира телеслужбы создавались на импортном оборудовании – американском, советском, японском и т. д. Его поставщики, как правило, выступают и в качестве крупнейших экспортеров телеинформации, развлекательных передач и кинофильмов. На пути телевизионного развития стран «третьего мира» оказывается подводный камень – растущая техническая, финансовая и культурная зависимость от стран Севера. Их экраны оказываются заполненными зарубежными, прежде всего американскими, фильмами и сериалами, приобретение которых в десятки раз дешевле создания собственной продукции. Франкоязычные страны Африки получают блок материалов со спутникового канала «Франс интернасьональ» совершенно бесплатно. Поэтому не удивительно, что, за небольшим исключением, они вообще не создают собственных развлекательных передач.

В 1990 году экспорт только одних телепрограмм во всем мире составлял 2,8 млрд. долл., из которых на долю США приходилось 1,9 млрд. Американская массовая культура (ТВ, кино, поп-музыка, книжная продукция, видео) вызывает бесконечные споры. Для США это второй по величине (после авиационной) вид экспорта. В самой Америке культ массовой культуры объясняется ее якобы органичным демократизмом, позволяющим ей быть рыночным, экономически выгодным зрелищем, своего рода новым языком международного общения. Согласно же другим оценкам, массовая культура всего лишь выполняет одну из функций для осуществления американского военного и экономического мирового господства. Особую критику вызывает склонность к прославлению насилия, общая грубоватая, рассчитанная на неразвитые вкусы направленность, обилие сцен секса.

В новостях развивающихся стран непропорционально много информации отводится сообщениям западных телеграфных агентств и телекомпаний, в то время как западные СМИ вспоминают о других регионах только тогда, когда там происходят стихийные бедствия или военные перевороты. Несбалансированность информационных потоков Север-Юг была темой многих международных форумов. Развивающиеся страны выступили в ЮНЕСКО с предложением о создании нового мирового информационного порядка, однако механизм выравнивания потоков информации до сих пор не найден, международный обмен передачами никем не координируется. Сложившаяся система есть результат возможностей и потребностей. Новости из отдаленных мест должны быть очень важными, чтобы вытеснить местные. Большая мировая политика творится промышленно развитыми странами, и «третий мир», требуя выравнивания информационных потоков, с тем чтобы поднять роль Юга, может изменить естественно сложившиеся условия только с риском вызвать мировой информационный беспорядок.

В последние годы эта зависимость (если она связана с агрессивным проникновением в чужой эфир, ее называют «культурным империализмом») приобрела еще большие масштабы. Это связано с тем, что в поисках средств финансирования развивающиеся страны стали допускать коммерческую рекламу, в том числе зарубежную. Появилась новая форма зависимости – от рекламных заказов «Дженерал электрик», «Филипс», «Сони» и других транснациональных корпораций.

Интернационализация телевидения создает опасность потери национальной самобытности, размывания национальных культур. Распространяя идеи и ценности западного мира, американизированная массовая культура порождает в экономически отсталых регионах надежды и ожидания, которые не все государства могут удовлетворить («революция растущих разочарований»). Поэтому отдельные страны вынуждены вводить квоты на импортные телепередачи и усиливать контроль над их содержанием. В принципе вещать со спутника на какие бы то ни было страны без их согласия нельзя. Но это лишь принцип, провозглашенный ООН и не подкрепленный юридическими нормами. Поэтому ряд стран (Саудовская Аравия, Катар, Кувейт) законодательно запретили у себя изготовление и продажу аппаратуры для приема со спутника,

мотивируя это высокой концентрацией насилия и секса в западных передачах.

Практика, однако, показывает, что запретительные меры имеют низкий эффект, если не развивается собственное телепроизводство, так как лучше всего национальный суверенитет в эфире защищают интересные для массового зрителя местные передачи. Скажем, многие латиноамериканские телекомпании, несмотря на сильную конкуренцию со стороны передач из США, сумели удержать за собой огромную аудиторию, предлагая ей «телероманы» – малобюджетные сериалы на извечно женские темы. Бразильская «Реде Глобу» безраздельно господствует в эфире, строя весь свой репертуар из серийных мелодрам на все вкусы и возрасты. Латиноамериканские мыльные оперы имеют национальную окраску, обычно несут просоциальные ценности и содержат кое-какие полезные для зрителя сведения. Сегодня они с успехом идут и на других континентах, принося немалые доходы.

С каких бы позиций не оценивать «глобализацию» телевидения, приходится констатировать, что технологическая детерминированность ТВ порождает тенденцию к унификации и нивелированию национальных различий. Лет тридцать назад американско-канадский теоретик М. Маклюэн говорил о том, что телевидение превращает весь мир в «глобальную деревню», где каждый знает все о соседях. Сегодня ни одна страна не может обходиться без определенной доли импортных передач, изоляционизм был бы губителен прежде всего для нее самой. Происходит международное разделение труда – не только в выпуске электронного оборудования, но и в создании программ. Одни и те же передачи можно видеть в эфире многих стран. При всех издержках этого явления очевидно, что телевидение связывает людей всего мира психологически, исторически и социально. Оно создает чувство общности человечества, способствуя росту взаимопонимания непохожих друг на друга людей. Чем больше общих передач смотрят зрители во всем мире, тем более сходной будет их реакция на жизненно важные проблемы.

ОСНОВНЫЕ ДАТЫ

- 1895 – Изобретение радио и кино.
 - Запатентован диск П. Нипкова.
- 1907 – Опыты Б.Л. Розинга с катодной трубкой в Петербурге.
 - О.А. Адамян патентует двухцветное ТВ.
- 1911 – Б.Л. Розинг демонстрирует опыты с передачей изображения.
- 1926 – В Лондоне Дж. Берд проводит публичную демонстрацию механического ТВ.
- 1928-1933 – Бум малострочного ТВ в Европе и США.
- 1931 – В.К. Зворыкин в США и С.И. Катаев в СССР независимо друг от друга создают передающее телеустройство типа иконоскоп. Распространение во всем мире получило изобретение Зворыкина.
 - Открытие малострочного немого телевидения в Москве.
- 1935 – Начало экспериментальных передач электронного ТВ в Германии и во Франции.
- 1936 – Би-би-си открывает регулярное телевидение в Англии.
 - Трансляция Олимпийских игр по берлинскому ТВ.
- 1939 – Начало регулярных телепередач в СССР и США.
- 1940 – Создание телесети Эн-би-си в США.
- 1948 – Создание телесети Си-би-эс.
- 1951 – Вышли в эфир первые общенациональные новости Си-би-эс в США.
- 1953 – Сформирована телесеть Эй-би-си (США).
 - В США утверждены стандарты цветного вещания Эн-ти-эс-си.
 - В Германии начались телепередачи по первой программе (АРД).
 - Выход в эфир ТВ Эн-эйч-кей и коммерческого вещания в Японии.
- 1955 – Московские телепередачи становятся ежедневными.
- 1956 – Открытие второй московской программы.
 - В новостях Си-би-эс (США) впервые использован студийный видеомагнитофон «ампекс».
- 1958 – Открытие пекинской телестудии.
- 1959 – Открытие телестудии в Дели.
- 1961 – Ленинград начинает транслировать московскую программу.
- 1962 – Отмена абонентной платы за пользование телевизорами в СССР.
 - Начало передач Второй телепрограммы (ЦДФ) в ФРГ.
- 1963 – В США опросы впервые регистрируют превращение ТВ в главное средство массовой информации.

- 1964 – Выход в эфир программы Би-би-си-2 в Англии.
– Создана вторая французская телепрограмма.
- 1965 – Американский спутник «Эрли берд» используется для международной телесвязи.
– В СССР начинается вещание третья (учебная) программа.
- 1967 – Открытие телецентра в Останкине, начало цветных передач.
– Завершение перехода на цветные передачи в США и открытие цветного вещания в странах Западной Европы.
- 1968 – Государственное ТВ Франции начинает показывать коммерческую рекламу.
– В СССР впервые вышла в эфир информационная программа «Время».
- 1969 – Создание культурно-просветительной сети (Пи-би-эс) в США.
- 1975 – Начало кабельно-спутникового вещания. Одна из кабельных компаний США («Хоум бокс оффис») первой использует спутник.
- 1976 – В США продан первый домашний видеомаягнитофон.
– Выход в эфир коммерческого телевидения в Италии.
- 1980 – Создание телекомпании Си-эн-эн в США.
- 1982 – В Англии начинается работать коммерческий «Канал-4».
– Открытие вещания первого европейского спутникового канала «Сэттелайт телевижн» (позднее «Скай» Р. Мердока).
- 1984 – Создание платного «Канала-плюс» во Франции и спутниковой программы ТВ-5.
- 1985 – «Сат-1» и начало коммерческого вещания в ФРГ.
- 1986 – Во Франции открывают вещание коммерческие сети Пятая и М-6.
– В США Р. Мердок приступает к формированию четвертой коммерческой сети «Фокс».
– Программы «До и после полуночи» и «Взгляд» открывают телевизионную перестройку в СССР.
– На мировом рынке появляются первые цифровые видеомаягнитофоны.
- 1987 – Приватизирована Первая программа французского ТВ.
- 1988 – По советскому ТВ прошла первая зарубежная реклама.
- 1989 – Первый год европейского прямого спутникового вещания, НТВ.
– Европейское соглашение о телевидении без границ.
– Создание французского телевизионного нововещания («Канал Франс интернасьональ»).
- 1990 – В СССР упразднен Главлит (цензура).
– Открытие экспериментальной спутниковой программы ТВЧ – телевидения высокой четкости в Японии.
- 1991 – В СССР принят закон «О средствах массовой информации».
– Начал вещание телеканал «Россия».
– Вышла в эфир Всемирная телеслужба Би-би-си.
- 1992 – В России вводится лицензирование телекомпаний.
– Создание франко-германского культурного телеканала «Артэ».
– «Немецкая волна» начинает телепередачи для зарубежной аудитории.
- 1993 – Открытие вещания ТВ-6 и НТВ в России.
– Из Лиона начал передачи спутниковый канал «Евроновости».
- 1994 – Объединение кабельных студий Москвы в канал «Столица».
- 1995 – Создание «Общественного российского телевидения» (первый канал).
– Принят закон РФ «О рекламе».
- 1996 – РенТВ и СТС начинают освоение дециметрового диапазона в России.
– Созданы первые тематические спутниковые «каналы «НТВ-плюс»».
– «Закон о коммуникациях» вводит в США индексацию экранного насилия (ви-чипы).
- 1997 – Реорганизация третьего канала в ТВ Центр и открытие канала «Культура».
– Создан холдинг «Медиа-мост»».
– Образован «Канал-5» в Англии.
- 1998 – Объединение в холдинг российских государственных электронных СМИ.
– Финансовый кризис наносит удар по российской телерекламе.
– Начало цифрового эфирного вещания в Англии и США.
- 1999 – Созданы первые цифровые каналы «НТВ-плюс».
- 2000 – Крупнейшее слияние в медиабизнесе США («Тайм Уорнер» и «Америка он лайн») закрепляет союз телевидения с компьютерными технологиями.
– Принятие Доктрины информационной безопасности и борьба власти с медиаолигархами в России.