

# СЛОН В ТЕМНОТЕ или попытка №1 разобраться причинах застоя отечественного телевидения

**Вначале согласившись на предложение написать материал, потом я усомнился в правильности своего решения: что писать и для кого писать, поскольку затрагиваемая тема не рассчитана на широкую аудиторию. Поделившись сомнениями, получил ответ: не беда, поскольку другие материалы данного издания также довольно специфичны и главное, чтобы они вызвали дискуссию, свежие мысли и привнесли что - то новое в нашу жизнь.**

Поскольку телевидением я больше занимаюсь и лучше знаком с телеиндустрией, больше буду рассуждать вокруг этой темы. Однако в последующих материалах, возможно, еще вернемся к теме радио и печатных СМИ. Этот материал не основан на каком либо исследовании, но в нем сконцентрированы не только мои личные ощущения и умозаключения, но опыт, мнения и предположения многих профессионалов отрасли.

Итак, для Кого я пишу. Для Тех, кому безразлично будущее общества, поколения и, конечно, отрасли. Для тех, кому развитие той же телеиндустрии важнее, чем собственные интересы и интересы нескольких приближенных. Для тех, кто мыслит шире и видит хотя бы чуть дальше собственного носа.

Вниманию уважаемого читателя! Перед прочтением этого материала подумай и реши, причисляешь ли ты себя к вышеупомянутым или нет? Если «да», то идем дальше, если «нет» советую не тратить время зря. Как-то несколько торговцев и один ученый энтомолог (изучающий насекомых) проходили по дороге. Стрекотание кузнечика в траве услышал только ученый. А звон случайно упавшей монетки привлек внимание торговцев, ученый же не обратил на это никакого внимания (конечно, в порядке исключения могут быть ученые, слышавшие звон монет и торговцы, разбирающие стрекот кузнечиков, но речь идет об абсолютном большинстве).

Перейдем, собственно, к предмету спора: поговорим об успехах и неудачах государственных и негосударственных телеканалов. Да, успехах и неудачах, поскольку последние два десятилетия эти два явления попеременно сменяли друг друга. Больше будем говорить о неудачах, не ради критиканства, а в надежде на исправление ошибок, и, конечно было бы несправедливо обойти вниманием успехи в отрасли. Хотя лично я уверен, что ни одного чиновника нельзя захваливать за его успехи, которому государство доверило этот пост, выделило помощников и платит ему зарплату.

Есть несколько факторов, сдерживающих развитие и ослабляющих телеиндустрию:

- Один из главных факторов - отсутствие стратегии и государственной и национальной концепции развития телевидения;
- Отсутствие свободы в управлении (менеджменте);
- Зависимость от редакционных консультантов и кураторов (вред от которых соразмерим разве что с их бесполезностью)
- Неправильная информационная политика (медвежья услуга), которая может иметь негативные последствия для ключевых лиц государства и правительства;
- Мизерная зарплата сотрудников, толкающая их к мздоимству, и ставящая их в роли просителей, хвалителей и пр.;
- Отсутствие здоровой конкуренции, построенной на самофинансировании;
- Лицензирование аудиовизуальной продукции, что приведет (точнее уже привело) к дефициту качественного продукта на рынке;
- Слабая специализация кадров и непрозрачная кадровая политика,
- Отсутствие свободной редакционной политики;
- Существование соглашательской политики при составлении программ и новостей;
- И, наконец, полное отсутствие редактирования текстов телеведущих.

По мере возможности, мы будем возвращаться ко всем указанным факторам, однако газетный формат требует краткости, следовательно, сегодня мы с вами остановимся на стратегии развития телевидения.

Отсутствие государственной национальной стратегии телевидения является основным фактором его застоя. Если этот документ существует где-то на бумаге, и я о нем не знаю, приношу свои извинения, но за 20 лет своей работы в этой отрасли я постоянно сталкивался с его отсутствием, нежели с существованием. Вспомните, как только сменяется руководство того или иного телеканала или вообще отрасли, разве не меняются и содержание программ в эфире? Форма подачи? Вереницы звезд- «однодневок»? Выражаясь проще - стратегия на сегодняшнем телевидении - что на госканалах, так и независимых телестанциях - это просто первые лица этих каналов.

Если руководитель - страстный поклонник «Шашмакома» - в эфире только «Шашмаком», если юморист - только юмор, если поэт - стабильно идут поэтические вечера, если филолог - ежевечерняя псевдопатриотическая дидактика заполняют эфир. Почему? Еще раз повторюсь - из-за отсутствия действующей стратегии телевидения. Будь она в действии, то было бы невозможно представить столь явные злоупотребления и переборы в эфире.

Отсутствие стратегии заставляет тех, кто временно стоит у руководства отрасли и так называемых кураторов перекраивать телеэфир под свое понимание, вкус и эстетическое восприятие, что, не всегда совпадает с запросами аудитории.

Не могу не вспомнить знаменитый рассказ Мавлоно о слоне в темной комнате: король одной из северных стран, подданные которой представления не имели, как выглядит слон, распорядился завести слона в темную комнату, и приказал своим советникам, заходя по очереди, описать диковинку. Каждый советник по очереди заходил в темную комнату и «видел» слона. Кто-то, коснувшись хобота, представил его в виде большой кишки, кто-то пройдясь по ноге, ассоциировал его с большой колонной и т.д. Когда осветили помещение, советники поняли, что хоть каждый из них относительно правильно описал ту часть, что ему попала, ни одно описание не давало полной картины. Стратегия, выражаясь образно, и есть тот свет, дающий возможность разглядеть слона. Наличие стратегии может существенно облегчить жизнь и наладить работу тех руководителей, которые не из этой сферы. Вспомните историю последних 20-30 лет отечественного телевидения. За исключением Бободжона Икромова, покойного Сайфа Рахимова и Асадулло Рахмона кто из руководителей имел непосредственное отношение к телевидению? Почему-то у нас всегда миксуют и ассоциируют литературу, культуру и поэзию с журналистикой, и назначают в качестве руководителей телеиндустрии людей именно из этих областей. Почему никто не хочет понять, что журналистика это не литература, также как ветеринар это не кардиолог?!

Конечно, обвинять, кого-то из предыдущих или нынешних руководителей телевидения в отсутствии стратегии было бы несправедливо.

Поскольку это не их уровень принятия решений - в данном случае концепции и стратегии развития телевидения - это политическая воля. Инициативу должны проявлять законодатели и представители высшего эшелона власти, разработав во взаимодействии с экспертами и специалистами области рассчитанную на десятилетия стратегию. А не министры и их замы, приходящие на год - два, тем более что, назначая их, им не дают полных полномочий для принятия решений. Всегда «за кадром» стоят несколько «направляющих» кураторов, большинство из которых не специалисты и имеют довольно туманное представление о телевидении. Может, они сильны в чем - то другом, но могут не иметь никакого представления о тонкостях телевизионной кухни.

Вышесказанное можно сравнить со свойствами графита и алмаза. Один - обыкновенный карандаш, другой драгоценный камень. Один мягкий, темный и пропускающий электричество, другой - самый твердый, прозрачный и не пропускающий электричество камень. Хотя химическая формула обоих одинакова. Цель от сказанного «могут не иметь никакого представления» в том, что консультант в своей области может быть алмазом, но не сможет выполнять элементарные функции графита. Другими словами каждый должен заниматься своим делом.

Если бы существовали стратегия и концепция развития телевидения, независимо от назначаемых ответственных руководителей, постепенно отрасль вошла бы в русло и большинство телевизионщиков заработали бы, как этого требует профессия, а не как это хочет или видит отдельно взятый редактор/директор/куратор.

На мой взгляд, для дальнейшего упорядочивания, охвата большей и разнообразной аудитории и повышения привлекательности ТВ, прежде всего, необходимо создать стратегию /концепцию развития телевидения. Надо признать, что телевидение еще не завоевало свою аудиторию, хотя имеет все шансы это сделать. И для достижения этой цели необходимо сделать правильный первый шаг. Этот шаг и есть стратегия развития телевидения, которая с одной стороны определит временные рамки, содержание, стилистику, форму подачи, интересы аудитории, с другой стороны, независимо от сменяющихся друг друга руководителей, определит стабильную профессиональную политику в этой области.

**Иззатманд Саломов, (газета «Дишидак» от 6 февраля 2013 года)**