

Р. Котенок

В ДВУХ ИЗМЕРЕНИЯХ

Телевидение ФРГ

В ДВУХ ИЗМЕРЕНИЯХ

Телевидение ФРГ

Р. Котенок

**Телевидение  
ФРГ  
в двух измерениях**



Москва  
«Искусство»  
1978



**ББК 76.32**  
**К 73**

К  $\frac{80107-152}{025(01)-78}$  127-78

© Издательство «Искусство», 1978 г.

## Введение

Почти 24-часовой поток ежедневной западногерманской телепродукции, распространяемой по трем каналам, включает, как уверяет реклама, программы «на любой вкус», программы, которые должны удовлетворить всех и каждого в отдельности из 60-миллионной армии телезрителей в Федеративной Республике Германии.

Обилие прямых репортажей, интервью и документальных съемок, трансляции заседаний бундестага и дискуссии политического телеклуба «За и против», демонстрации кинофильмов — от немых комических лент с участием Бестера Китона до так называемого «политического» кинематографа Жана-Люка Годара, обмен мнениями за круглым столом с участием журналистов из социалистических стран — все это должно не просто заинтересовать зрителя, привлечь его внимание, но и продемонстрировать «плюрализм» (а вместе с тем, конечно, и «демократичность») всего западногерманского общества.

Впрочем, рекламой тут служат не только передачи...

Дело в том, что, согласно Основному закону страны и соответствующим законам и договорам отдельных земель, вещание в ФРГ осуществляется так называемыми «общественно-правовыми радиотелевизионными организациями», созданными по региональному признаку соответственно федеративной структуре страны. Это означает, что телевидение не может принадлежать непосредственно государству (как, например, во Франции) или какой-либо партии. Оно также не может быть коммерческим предприятием (как в США), ибо должно «контролироваться общественностью», осуществлять свою деятельность «в полной независимости, объективно и должно ограждаться от всякого влияния»<sup>1</sup>.

Приведенные формулировки следовало бы заключить в кавычки, даже если бы они не были взяты со страниц законов и уставов отдельных вещательных центров.

В самом деле, о какой «общественности», о какой «независимости» и «объективности» телевидения в социальной классово-антаго-

нистической структуре буржуазного государства может идти речь? Очевидно, что в данном случае понятие «общественность» относится к тем, кому фактически принадлежит законодательная и исполнительная власть в государстве, то есть к монополистическим кругам и их партиям. В современных условиях государственно-монополистического капитализма, вынуждена констатировать либеральная газета «Зюддойче цайтунг», «парламент определяет, что значит общественность»<sup>2</sup>.

Как может быть «независимо», «объективно» буржуазное телевидение, если уже со времен Маркса известно, что «класс, имеющий в своем распоряжении средства материального производства, располагает вместе с тем и средствами духовного производства»<sup>3</sup> и пока нет никаких оснований утверждать, что монополистические круги ФРГ добровольно решили расстаться с таким важнейшим пропагандистским инструментом, как телевидение?

Однако закон есть закон — статус есть статус. Он зафиксирован в соответствующих документах. В этой связи представляется важным, говоря о западногерманском ТВ, выделить две стороны проблемы.

Узаконенное «общественное право» на телевидение в Федеративной Республике Германии дает возможность буржуазным пропагандистам усиленно рекламировать «независимость» вещания как нечто само собой разумеющееся, как величину изначально заданную. Насколько действенна такая реклама, можно судить хотя бы по тому факту, что западногерманские зрители считают ТВ из всех средств массовой информации «наименее окрашенным политически» и питают к нему наибольшее доверие<sup>4</sup>.

По данным федерального ведомства печати и информации за 1968 год, 50 процентов опрошенных назвали телевидение самым достоверным из источников информации. Газета (второе место) получила лишь 14 процентов голосов.

Эти данные можно дополнить результатами опроса общественного мнения, проведенного в конце 60-х годов группой исследователей гамбургского института имени Ганса Бредова. Был опрошен 1261 человек в возрасте от 18 лет и старше. Абсолютное большинство заполнивших анкету считает, что телевидение «информирует наиболее полно» (58,8 процента опрошенных), «наиболее понятно преподносит политику» (65,8 процента), дает «самую надежную информацию о программе и целях политических партий» (57,6 процента)<sup>5</sup>.

Правда, в 70-х годах западногерманские граждане стали более критично оценивать средства массовой информации в стране, и в частности телевидение, о чем свидетельствуют, например, опубликованные в 1975 году результаты анализа, проведенного мюнхенским социологическим институтом «Инфратест». Согласно данным этого обширного исследования, западногерманское телевидение в

период между 1970 и 1974 годами ухудшило свою репутацию в большей степени, нежели радио и печать. Например, число тех, кто считает, что ТВ «наиболее ясно и понятно информирует о политических событиях», уменьшилось на 8 процентов (с 67 процентов в 1970 году до 59 процентов в 1974 году), тогда как радио и печать потеряли лишь по одному проценту своих приверженцев<sup>6</sup>.

И тем не менее телевидение в ФРГ по-прежнему оценивается большей частью аудитории как «самое надежное», «самое достоверное», «самое независимое», «самое важное» из всех средств массовой информации. Даже иностранцы, живущие в ФРГ, утверждает критик Курт Плейер, не могут нахвалиться западногерманскими телепрограммами. «По их словам, не только техническое качество, но также выбор передач, их уровень и независимая информация, которую предлагает немецкий (имеется в виду западногерманский.— Р. К.) телеэкран, лучше, чем другие программы остального мира, включая британские, французские и американские»<sup>7</sup>. Оценки очень лестные и вполне соответствующие вывеске «общественно-правового» телевидения.

С другой стороны, нельзя обойти тот факт, что «общественно-правовой» статус западногерманского ТВ, хотя бы и зафиксированный лишь на бумаге,— несомненное достижение демократических сил страны. Если в печати ФРГ безраздельно господствуют концерны прессы, среди которых один только Шпрингер контролирует около 90 процентов тиража «надрегиональных» газет<sup>8</sup>, то в области телевидения монополистическим кругам приходится в той или иной мере считаться с дарованным телевидению статусом.

Это, например, выражается в том, что с «неудобными» демократическими журналистами на телевидении расправляются порой не так быстро, как того хотелось бы телебоссам, в результате чего в эфире появляются острые социально-критические передачи, получающие большой общественный резонанс. В то же время руководители западногерманского ТВ сознательно идут на некоторые уступки (разумеется, в соответствующих пределах) критически мыслящим журналистам, предоставляя им телевизионный экран и тем самым создавая своего рода алиби «общественно-правовому» статусу телевидения.

Словом, проблемы, связанные со статусом западногерманского ТВ, далеко не однозначны. Рассмотрению их и посвящен первый раздел книги.

Во втором разделе исследуются взаимоотношения западногерманского телевидения со зрителями, а также основные виды телепрограмм и их пропагандистская направленность. Здесь западногерманское телевидение рассматривается как инструмент, с помощью которого осуществляется планомерная идеологическая обработка населения ФРГ, отвечающая классовым интересам бур-



жуазии. Для анализа взяты наиболее типичные по содержанию и форме передачи, которые, во-первых, привлекают самую широкую аудиторию и, во-вторых, отражают существенные тенденции развития западногерманского ТВ.

Но прежде чем предложить читателю заглянуть по ту и по эту сторону западногерманского телеэкрана, автор должен, видимо, высказать свое отношение к термину «манипулирование», не случайно отраженному в названиях разделов книги.

В буржуазной социально-политической литературе последних лет этот термин стал поистине притчей во языцех. Буржуазные социологи пишут о растущем манипулировании человеческой личностью в современном мире, о все более жесткой регламентации жизни в материальной и духовной сферах, о превращении человека в некий придаток «мегамашин», о «демонизме техники», которая в недалеком будущем позволит внедряться в самые интимные сферы жизни личности и сделает, как утверждает, например, западногерманский социолог и философ Ганс Заксе, «манипулируемым даже генетическое»<sup>9</sup>.

Конечно, буржуазные ученые и публицисты ищут причины такого обезчеловечивания личности вовсе не в социально-политической структуре капиталистического общества, а в пагубном воздействии «тотальной индустриализации», «бездумного» технического прогресса и т. п. Даже те из них, кто критикует современное «общество массового потребления», пришедшее якобы на смену капиталистическому, не хотят признавать того факта, что истинным поработителем человека является государственно-монополистический капитал, созданная им разветвленная и многоступенчатая система господства и угнетения.

Каждое из звеньев этой системы в конечном счете отвечает целям эксплуатации трудящихся и поддержания устоев буржуазного государства. А для того, чтобы подавлять политическую активность масс, угрожающую существующему социальному строю, или по крайней мере попытаться направить эту активность в безопасное русло, сильные мира сего широко используют находящиеся в их руках средства массовой пропаганды, этот, по словам В. И. Ленина, гигантский аппарат «лжи и обмана, массового надувания рабочих и крестьян»<sup>10</sup>. Причем, в отличие от средств прямого подавления личности, пропагандистский аппарат буржуазного государства направляет свои усилия на создание у людей иллюзии, будто на самом деле они совершенно свободны в своих желаниях и поступках и все происходящее вокруг не что иное, как осуществление их собственной доброй воли. Таким образом, «сознание народных масс вопреки их объективным интересам, приводится в соответствие — насколько это возможно — с классовыми интересами крупной бур-

жуазии, империалистических идеологов»<sup>11</sup>. Массы «добровольно» становятся «убежденными» защитниками существующего строя.

Такую форму скрытой, замаскированной обработки сознания масс можно назвать духовным манипулированием.

Марксистская методология требует рассматривать духовное манипулирование как форму идеологического господства империалистической буржуазии в условиях государственно-монополистического капитализма, как современную капиталистическую технику принуждения, основанную на использовании средств массовой информации с целью отвлечь народные массы от осознания ими своих объективных интересов и внушить им буржуазные социально-политические мифы, оправдывающие и утверждающие существующий строй.

Думается, наиболее удачное определение сущности духовного манипулирования дано учеными из ГДР Манфредом Буром и Альфредом Козингом в «Малом словаре марксистско-ленинской филологии»: «Духовное манипулирование — это планомерная, проводимая с использованием научных методов психологическая война против мысли, разума и чувств, против всякого направленного на достижение общественного прогресса развития трудящихся, имеющая цель интегрировать их мысли в государственно-монополистическую систему господства и в духе агрессивной политики империализма идеологически сориентировать их против социализма»<sup>12</sup>.

М. Бур и А. Козинг здесь же отмечают, что «основным идеологическим содержанием духовного манипулирования является антикоммунизм, а его материальной основой — растущая концентрация и централизация средств массовой информации в руках представителей самых агрессивных кругов монополистического капитала»<sup>13</sup>.

В советской литературе, постоянно разоблачающей методы духовного одурманивания масс в буржуазном обществе, нет пока специальных исследований, анализирующих деятельность телевидения ФРГ как инструмента пропаганды и канала распространения «массовой культуры». Это сделало особенно важным отбор наиболее репрезентативного материала для книги, которую автор, даже учитывая неразработанность темы, менее всего хотел бы уподобить сочинению под девизом «понемногу обо всем».

# Манипулируемое телевидение

## I. О том, как начиналось западногерманское ТВ

Работы по созданию и развитию телевидения как нового технического средства связи начались еще в довоенной Германии. Для передачи изображения на расстояние применялся довольно оригинальный способ, предложенный немецким физиком П. Нипковым: изображение механически разлагалось на элементы с помощью специального вращающегося диска. Это устройство и вошло в историю мирового телевидения под названием «диска Нипкова».

22 марта 1935 года в Берлине состоялось официальное открытие регулярных телевизионных передач. Около шестидесяти телеприемников «ФЕ-3», выпущенных фирмой «Телефункен», были установлены в залах имперской почты и в некоторых государственных учреждениях. Первая телевизионная программа состояла из снятых на пленку фильмов, так как технические возможности механических предшественников электронных телекамер были весьма ограничены.

Но уже через год, к открытию Олимпийских игр в Берлине, телетриумvirат — рейхспочта, «Телефункен» и Телевизионное акционерное общество — имел в своем распоряжении три электронные камеры, с помощью которых велись передачи спортивных состязаний с олимпийского стадиона. Их принимали в двадцати восьми «телевизионных залах» рейхспочты и в двухстах частных домах. Геббельсовское министерство пропаганды, задумав сделать из Олимпиады рекламу фашистского режима в Германии, сразу же включило телевидение в систему своих пропагандистских орудий, которым надлежало не только внедрять в сознание нацистские идеи, но и отвлекать публику от острых политических проблем, предлагая взамен «остроумную и хорошую компенсацию» в виде «интересных сообщений», способствующих «поддержанию в народе хорошего настроения»<sup>1</sup>.

В этом смысле Олимпийские игры предоставляли единственную в своем роде возможность для демонстрации мнимого миролюбия фашистской Германии. Примечательно, что в числе журналистов,

обслуживавших Олимпиаду в Берлине, было и около ста сорока немецких радиотелевизионных репортеров.

О том, какое большое значение придавали нацисты новому электронному средству пропаганды, говорит и тот факт, что уже в конце 30-х годов в Берлине была построена широкая сеть кабельного ТВ.

Начавшемуся становлению телевидения в Германии помешала развязанная фашизмом война.

После разгрома гитлеровского рейха развитие телевидения на территории бывшей Германии к востоку и западу от Эльбы пошло диаметрально противоположными путями. На востоке телевидение с первых своих шагов стало последовательным и активным пропагандистом социалистических преобразований молодого немецкого государства рабочих и крестьян — Германской Демократической Республики.

А что же происходило западнее Эльбы?

Каждый из западных союзников — США, Франция и Великобритания — начал заново создавать вещательные центры на оккупированной территории, беря за основу модель организации радио- и телевидения в собственной стране. Этим и объясняется, что нынешние региональные радиотелевизионные центры ФРГ не везде соответствуют земельной структуре государства.

Так, в британской оккупационной зоне была создана централизованная Северо-Западная немецкая радиотелевизионная организация\*, для земель Гамбург, Нижняя Саксония, Северный Рейн — Вестфалия и Шлезвиг-Гольштейн. Кстати, именно гамбургский теле-

\* Здесь необходимо сразу же заметить, что все земельные вещательные центры ФРГ готовят и выпускают в эфир как радио-, так и телепрограммы. Поэтому немецкий термин «рундфунк» (Rundfunk), первоначально означавший лишь «радио, радиовещание» (что и зафиксировано в «Большом немецко-русском словаре», т. 2. М., 1969), приобрел еще одно значение — «телевидение, телевидение». В Государственном договоре об урегулировании радиотелевизионной абонементной платы от 31 октября 1968 года официально дефинировано понятие «рундфунк» как «организация и распространение предназначенных для общества передач всех видов в словесной, звуковой и изобразительной формах путем использования электрических колебаний без соединительной линии или с помощью провода»<sup>2</sup>.

Таким образом, термин «рундфунканштальт» (Rundfunkanstalt) следует, видимо, переводить на русский язык не как «радиоорганизация», а как «радиотелевизионная организация». Строго говоря, этот термин необходимо употреблять во всех случаях, когда речь идет о земельных вещатель-



центр первым в ФРГ начал регулярные телепередачи в канун рождественских праздников 1952 года.

Подобный же вещательный центр — Юго-Западный — был основан на территории французской оккупационной зоны (земли Баден, Рейнланд-Пфальц, Вюртемберг-Гогенцоллерн).

Американское командование, напротив, учредило самостоятельные радиотелевизионные организации для каждой земли: Южно-немецкую (для земли Вюртемберг-Баден), Баварскую (Бавария), Гессенскую (Гессен). Даже Бремен получил автономный вещательный центр, поскольку его территория была в то время анклавом США внутри британской оккупационной зоны.

Все эти вещательные организации находились под полной опекой оккупационных властей. Они не имели еще ни узаконенного статуса, ни определенных зон вещания, ни достаточных финансовых средств для развития технической базы.

Вынашивая планы создания западногерманского сепаратного государства, западные оккупационные державы в союзе с национальной империалистической буржуазией пытались утвердить федеративный принцип не только в политико-административном делении страны, но и в сфере радиовещания и телевидения, чтобы всячески препятствовать объединению демократических антифашистских сил на территории Западной Германии. В письмах и инструкциях оккупационных властей земельным правительствам, в которых последним предлагалось разработать соответствующие проекты законов о радиотелевизионных организациях, стремление к федерализму в области культуры изображалось как гарантия того, что «средства формирования общественного мнения, такие, как пресса, радио и телевидение, <...> будут свободны от влияния правительства», а также «какой-либо группы с особыми интересами или от государственных, политических, экономических, религиозных или каких-то других составных частей общества» и будут служить этому обществу<sup>3</sup>. Таким образом, предлагавшаяся новая организация радиовещания и телевидения должна была по крайней мере внешне отличаться от министерства пропаганды нацистов и являть собой образец истинной демократии.

Формально передача верховной власти над средствами массовой информации земельным правительствам фиксировалась статьей 30 Основного закона страны, принятого 23 мая 1949 года. Но определенные шаги в этом направлении были сделаны раньше.

Новый радиотелевизионный земельный закон первым приняло правительство Баварии: 10 августа 1948 года была официально уч-

ных центрах. Там, где автор применяет понятие «телецентр», имеются в виду только телевизионные службы данной вещательной организации.

реждена «организация общественного права» — «Баварское радио и телевидение». В октябре 1948 года был принят аналогичный закон в Гессене, а в ноябре — в Бремене. Затем вступили в силу закон, учредивший в Штутгарте (земля Вюртемберг-Баден) «Южнонемецкую радиотелевизионную организацию» (ноябрь 1950 года); государственный договор о создании Юго-Западного вещательного центра, заключенный правительствами земель Баден, Рейнланд-Пфальц и Вюртемберг-Гогенцоллерн в августе 1951 года; закон о Западнонемецкой радиотелевизионной организации в Кёльне (май 1954 года); государственный договор о Северонемецкой радиотелевизионной организации, который подписали в феврале 1955 года главы правительств земель Нижняя Саксония, Шлезвиг-Гольштейн и города Гамбурга, и, наконец, закон об организации радиотелевизионных передач в земле Саар от 2 декабря 1964 года.

Время вносило добавления и поправки в первоначальные тексты законов и межземельных договоров (в частности, претерпел изменения договор о Юго-Западном вещательном центре, что было связано с ликвидацией земель Баден и Вюртемберг-Гогенцоллерн и образованием единой земли Баден-Вюртемберг), но неизменным оставалось главное — провозглашенный в этих законодательных документах «общественно-правовой» статус радиотелевизионных организаций.

## **2. Первые атаки на «общественно-правовое» вещание**

История развития западногерманского телевидения представляет собой историю борьбы прогрессивных сил страны, последовательно отстаивающих демократический статус телевидения, с национальной империалистической буржуазией, которая, сняв пропагандистские пенки с этого статуса и вынужденная затем расплачиваться за допущенную законом демократию, неоднократно пыталась и пытается изменить существующее положение. Так, правительство Аденауэра в начале 50-х годов предложило бундестагу «Проект закона о соблюдении общих задач в области радиовещания и телевидения». Утверждение этого проекта фактически означало бы полное подчинение телевидения государственному аппарату, на что и указал, в частности, депутат бундестага от Коммунистической партии Германии, выступив на первом же обсуждении проекта в апреле 1953 года.

Потерпев неудачу с переводом телевидения на государственные рельсы, Аденауэр стал всячески поддерживать план создания теле-

сети на частнохозяйственной основе, который пытались осуществить союзы западногерманских предпринимателей (среди них особую активность проявляли Федеральный союз германской промышленности и Федеральный союз германских газетных издателей во главе со Шпрингером). В письме премьер-министру земли Рейнланд-Пфальц канцлер утверждал, что «подлинное соревнование программ и дополнительная возможность информации будут лучше всего обеспечены в том случае, если частные общества откроют вторую телевизионную программу»<sup>4</sup>.

Земельные радиотелевизионные организации, основанные в 1950 году так называемое Рабочее содружество общественно-правовых радиотелевизионных организаций ФРГ, выпускали в то время — начиная с ноября 1954 года — единую, впоследствии названную первой общенациональную программу.

Федеральное министерство почты поспешило зарезервировать канал для готовящейся второй программы, которая должна была, по словам представителя фракции ХДС/ХСС в бундестаге, «за пределами границ представлять немецкий народ как единое целое»<sup>5</sup>, то есть, иными словами, вести подрывную пропаганду против Германской Демократической Республики. Правительство обязалось оплатить все расходы, связанные с подготовкой программы к выпуску, а дальнейшее ее финансирование должно было осуществляться через доходы от рекламы. Вопрос упирался лишь в принятие соответствующего закона об учреждении так называемого общества с ограниченной ответственностью \* «Германское телевидение», которому и были бы переданы все полномочия по созданию второй телевизионной программы.

Истинные цели партии Аденауэра, руководители которой решили таким образом покончить с игрой в демократическое общественно-правовое телевидение, раскрыла прогрессивная западногерманская печать. Левый журнал «Конкрет» писал, в частности: «Нет сомнения в том, что это «Германское телевидение» стало бы христианско-демократическим телевидением, частной политической монополией господствующей партии»<sup>6</sup>.

Канцлеру пришлось приложить максимум усилий, чтобы протолкнуть в парламенте проект нового «Закона о радиовещании и телевидении». В ноябре 1960 года, после продолжавшихся целый год бурных баталий в бундестаге, доработанный и частично измененный проект был окончательно утвержден в качестве «Закона о создании радиотелевизионных организаций на федеральном уровне». Новый закон вступил в силу 16 декабря 1960 года.

\* Общество с ограниченной ответственностью (сокращенно GmbH) — разновидность коммерческой компании.

Однако планам крупной буржуазии ФРГ и ее партий ХДС/ХСС не суждено было осуществиться, ибо они натолкнулись на решительное сопротивление демократической общественности страны, а также некоторых земельных парламентов, где решающее слово принадлежало социал-демократам.

Сначала гамбургские власти, а затем правительства Гессена, Бремена и Нижней Саксонии подали жалобы в Федеральный конституционный суд, считая, что учреждение общества «Германское телевидение» противоречит конституции страны, предоставляющей все права в области организации и выпуска программ радиовещания и телевидения земельным парламентам. Федеральный конституционный суд уже 17 декабря 1960 года постановил запретить трансляцию второй программы вплоть до вынесения им окончательного решения. Судебное разбирательство было назначено на 28 февраля 1961 года.

Последняя дата вошла в историю развития западногерманского телевидения как день знаменитого «Решения по делу о телевидении». В нем недвусмысленно подтверждались общественно-правовой статус западногерманского телевидения и компетенция земель в решении вопросов культурной политики<sup>7</sup>. Общество «Германское телевидение» подлежало ликвидации, так как его учреждение было признано актом, противоречащим конституции. В этом же постановлении Федерального конституционного суда было отмечено, что ответственность за создание второй общенациональной телевизионной программы возлагается на правительства земель.

В июне 1961 года премьер-министры земель подписали договор об учреждении общественно-правовой организации «Второе немецкое телевидение», которой и были переданы все материалы, связанные с подготовкой программ, и техническое оборудование, находившиеся в распоряжении «Германского телевидения».

### **3. Под бременем, финансовых проблем**

На сегодняшний день в Федеративной Республике Германии функционируют восемь радиотелевизионных организаций, готовящих и передающих в эфир как радио-, так и телепрограммы: Северонемецкая (NDR, Гамбург), Западнонемецкая (WDR, Кёльн), Баварская (BR, Мюнхен), Юго-Западная (SWF, Баден-Баден), Гессенская (HR, Франкфурт-на-Майне), Южнонемецкая (SDR, Штутгарт), Саарская (SR, Саарбрюккен) и Бременская (RB, Бремен). Все они объединены в Рабочее содружество общественно-правовых радиотелевизионных организаций ФРГ (немецкое сокращенное название ARD) — APD, которое, в частности, координирует работу отдельных



центров по созданию первой западногерманской телевизионной программы \*. Вторую программу обслуживает так называемое Второе немецкое телевидение (Zweites Deutsches Fernsehen, сокращенно ЦДФ, в немецком произношении «цетдеэф»), которое, в отличие от названных выше станций, является надрегиональной организацией, созданной, как уже отмечалось, на основе договора между всеми земельными правительствами.

В 1964 году телеорганизации, входящие в Рабочее содружество общественно-правовых радиотелевизионных организаций ФРГ, заключили соглашение, которое определило долю участия каждой региональной станции в создании общей (первой) программы телевидения. Согласно этому документу, действительному по сей день, наибольшую лепту в общий объем передач первой программы вносит Западнонемецкое телевидение — 25 процентов. Доля участия Северонемецкого ТВ составляет 20 процентов, Баварского — 17 процентов. Гессенский, Юго-Западный и Южнонемецкий телецентры должны заполнять каждый по 8 процентов вещательного времени, а Саарский и Бременский — по 3 процента <sup>8</sup>.

Нетрудно заметить, что в результате сложения всех этих цифр не получится ожидаемого целого — ста процентов: не хватает восьми. Причина такого странного несоответствия заключена в том, что в первой программе отведено место и основной западноберлинской вещательной станции «Свободный Берлин», которая включена в АРД на правах самостоятельной радиотелевизионной организации. Это сделано несмотря на то, что Западный Берлин, как известно, не является составной частью Федеративной Республики Германии и не может управляться ею (что было закреплено четырехсторонним соглашением по Западному Берлину, подписанным 3 сентября 1971 года).

«Обязательные доли» участия отдельных телеорганизаций АРД в строительстве общей программы не всегда пропорциональны числу абонентов, приписанных к каждой региональной телевизионной сети и вносящих за пользование телевизором ежемесячную плату, которая служит основным источником финансов для станции. Так, например, Западнонемецкое телевидение, производя четвертую часть общей программы АРД, числит за собой чуть ли не треть всех западногерманских телезрителей, тогда как количество абонентов Бременского телецентра составляет лишь около одного процента, а Саарского — менее полутора процентов аудитории <sup>9</sup>.

\* Входящие в АРД телеорганизации выпускают также третью (региональную) программу. Ее основное содержание составляют учебно-образовательные циклы, а также передачи разных жанров, рассчитанные на дифференцированные группы зрителей.

Для того чтобы как-то уравнивать шансы телестанций в обработке их «обязательной доли», премьер-министры земель заключили соглашение о сбалансировании финансов между радиотелевизионными организациями АРД. Это соглашение, вступившее в силу с января 1970 года, как бы разделило все вещательные центры на две группы — «дающих» и «берущих». Первые (к ним относятся Северонемецкий, Западнонемецкий, Баварский, Гессенский, Юго-Западный и Южнонемецкий) должны отчислять часть средств от абонентной платы в общий котел, создавая тем самым фонд для сбалансирования финансов, из коего и надлежит черпать «берущим». Суммы отчислений, естественно, меняются вместе с абонентной платой, которая в начале 70-х годов увеличивалась дважды и сейчас составляет 10,5 марки ежемесячно.

Нельзя не обратить внимание на политический смысл этого соглашения, по которому, в частности, самый весомый дополнительный паек — не менее 20 миллионов марок ежегодно — получает телевидение Западного Берлина, играющее особую роль в подготовке и трансляции телепередач, направленных против Германской Демократической Республики.

Доходы от рекламы не влияют существенно на бюджет станций, входящих в АРД. Каждая телеорганизация имеет право передавать рекламу лишь по 20 минут шесть раз в неделю (кроме воскресенья) и только в рамках региональных программ — к такому решению пришли премьер-министры земель на конференции в июле 1962 года.

Что касается Второго немецкого телевидения, то оно значительную часть расходов по созданию программ, до 40 процентов, покрывает за счет рекламы. Хотя продолжительность рекламных передач на втором канале также не превышает 20 минут в день, но зато одна минута телерекламы по ЦДФ обходится заказчику более чем в 41 тысячу марок, в то время как, например, минута рекламы, передаваемой Саарским телевидением, стоит лишь 3300 марок. Кроме того, АРД отчисляет Второму немецкому телевидению 30 процентов доходов от абонентной платы.

Все технические средства телестанций, кроме студийного оборудования, принадлежат федеральной почте.

Надо сказать, что вещательные центры ФРГ вступили во вторую половину 70-х годов, находясь в крайне трудном финансовом положении. Несмотря на увеличение с 1974 года ежемесячной абонентной платы до 10,5 марки, радиотелевизионным организациям АРД не удалось преодолеть дефицит платежного баланса, который на конец 1975 года оценивался в 800 миллионов марок. Дефицит Второго немецкого телевидения на тот же период составлял около 180 миллионов марок, не считая налогов за прибыли от передачи рекламы<sup>10</sup>.

Западногерманские вещательные организации стремятся любыми путями вырваться из-под пресса финансовых тягот. Предлагаются и обсуждаются (а отчасти и внедряются) самые различные варианты: от дальнейшего повышения абонементной платы и сокращения административного аппарата до ограничения производства новых телепрограмм.

Однако подобными внутренними реформами телецентрам финансовую проблему не решить, так как она теснейшим образом связана с комплексом организационно-правовых и экономических проблем западногерманского телевидения и в целом со всей системой государства монополистического капитала, который умеет подчинять себе даже институты «общественного права».

О механизме этого подчинения и пойдет речь.

## 4. Так кто же управляет «свободными» телецентрами?

Деятельность каждой телеорганизации (включая Второе немецкое телевидение) контролируют и направляют два главных общественно-правовых органа: рундфункрат — радиотелевизионный совет (на ЦДФ соответственно фернзерат — телевизионный совет) и фервальтунгсрат — административный совет. Они же выбирают интенданта вещательной организации, которому принадлежит исполнительная власть\*. Поскольку интендант должен каждый раз получать одобрение большинства членов контрольных органов при решении важных вопросов, связанных с руководством вещательным центром: с содержанием программ (функция рундфункрата), составлением бюджета, увольнением и назначением ответственных работников (функция фервальтунгсрата), — то можно с полным основанием утверждать, что верховная власть в телеорганизации фактически принадлежит контрольным органам.

Разумеется, тексты законов и договоров об учреждении отдельных вещательных центров далеко не идентичны. Неодинаково и количество членов рундфункратов (от семнадцати в Гессенской организации до шестидесяти шести во Втором немецком телевидении) и административных советов (от семи до девяти человек), различны сроки их полномочий. Но все законы и межземельные договоры предусматривают, что в двух главных контрольных органах теле-

\* Интенданта выбирают члены рундфункратов. Исключение составляют Северонемецкая и Западнонемецкая организации, где выборы интенданта входят в функции членов административного совета.

центров должны быть «соразмерно представлены все общественно важные силы»<sup>11</sup>. Точно так же и задачи вещательных организаций определены по сути своей всюду одинаково, хотя они излагаются в документах разных земель в различных формулировках. Телецентры, если верить этим формулировкам, должны «давать зрителям всеобъемлющую информацию о немецкой действительности и объективный взгляд на мировые события» (Директивы ЦДФ)<sup>12</sup>; «содействовать международному взаимопониманию, призывать к миру и социальной справедливости, защищать демократические свободы» (Договор об учреждении Северонемецкой радиотелевизионной организации)<sup>13</sup>; «обеспечивать представителям различных направлений одинаковое время в эфире» (Закон о Баварской радиотелевизионной организации)<sup>14</sup>. И, наоборот, телестанции не имеют права «служить какой-либо одной политической партии или группе, одному вероисповеданию или мировоззрению» (Закон о Западнонемецкой радиотелевизионной организации)<sup>15</sup>.

Итак, основные законодательные положения ясны. Какова же действительность?

Подавляющее большинство мест в контрольных органах радиотелевизионных организаций и Второго немецкого телевидения фактически принадлежит представителям земельных правительств, ведущих буржуазных партий, монополистических объединений и церкви. Например, в Западнонемецкой и Северонемецкой радиотелевизионных организациях все члены рундфункрата выбираются соответствующими земельными парламентами. Кроме того, земельным правительствам предоставляется право делегировать на заседания рундфункрата по одному представителю, которого, согласно формулировке Закона о Западнонемецкой радиотелевизионной организации, «во всякое время надлежит слушать». В Саарском рундфункрате, состоящем из двадцати пяти членов, двадцать два выбирает или направляет земельный парламент, еще одного делегирует правительство земли. И хотя в радиотелевизионных законах утверждается, что члены рундфункратов, выполняя свои задачи, остаются политически неангажированными, это не мешает буржуазным партиям проводить политику в собственных интересах через членов контрольных органов. Тем более что самая многочисленная организация трудящегося населения ФРГ, профсоюзы, имеет, например, в Баварском радиотелевизионном совете только одного представителя из сорока одного члена, а на ЦДФ — трех из шестидесяти шести членов совета.

Структура радиотелевизионных советов некоторых вещательных центров, таких, как Гессенский и Южнонемецкий, способна завуалировать их зависимость от земельных парламентов и правительств: в них представлены университеты земель, евангелические и католические церкви, еврейские культовые общины, объединения препода-



вателей гимназий, союзы предпринимателей и союзы работающих по найму, молодежные и спортивные организации, союзы композиторов, работников сцены и другие общественные организации и институты. Но, как справедливо замечает исследователь из ГДР Мадина Шподен, даже в таких радиотелевизионных советах «число представителей государственного аппарата вместе с представителями тех институтов и организаций, которые являются неотъемлемой составной частью государственной монополистической системы господства, достаточно для того, чтобы обеспечить необходимое для принятия решения простое большинство голосов»<sup>16</sup>. Лишь для принятия немногих решений (как, например, выборы или отстранение от должности интенданта) в некоторых радиотелевизионных организациях требуется большинство в две трети, а на ЦДФ — в три пятых голосов, что, однако, не меняет существа проблемы.

Заметим, что представители господствующих буржуазных партий в государственном аппарате, будучи членами рундфункратов, действуют не только «вместе» с представителями институтов и организаций, о которых говорит М. Шподен, но в большинстве случаев это просто те же партийные деятели, пробравшиеся в контрольные органы «под чужим флагом» (они могут быть делегированы, например, земельным спортивным союзом, или союзом по охране природы, или женским комитетом).

Во время опроса о партийно-политическом влиянии на Баварском телевидении, проведенного студентами Мюнхенского научно-исследовательского института прессы, члены баварского рундфункрата не скрывали, что «наряду с представителями партий также и представители общественных групп подыскиваются по партийному билету»<sup>17</sup>.

Студенты, проводившие исследование, пришли к выводу, что «в таких условиях так называемые «серые» — партийно-политически не ангажированные члены контрольных органов — едва ли могут существовать как самостоятельная группа», так как «слабый союз» (это уже слова одного из членов баварского рундфункрата) «должен искать способ примкнуть к сильному союзу. Этому нет никакой альтернативы»<sup>18</sup>.

Что касается административных советов телеорганизаций, то—это признают даже буржуазные пропагандисты — почти 70 процентов их состава принадлежит партиям и органам исполнительной власти<sup>19</sup>. В административном совете Западнонемецкой организации шесть из семи мест занимают государственные деятели, в Северонемецкой — шесть из восьми, в Баварской — пять из семи; во Втором немецком телевидении семь из девяти членов административного совета — высокие государственные чиновники<sup>20</sup>. Такое весомое представительство в контрольных советах уже само по себе обеспечивает влияние буржуазных партий и правительственных органов на деятельность телецентров.

Но у правительства есть помимо этого особые права прямого контроля, оговоренные в радиотелевизионных законах и договорах. Так называемые земельные счетные палаты имеют право контролировать финансовые дела телеорганизаций (за исключением Южно-немецкой, где годовой бюджет проверяют «общественные контролеры», выбираемые рундфункратом). Правительствам земель предоставлена также возможность контроля над «правильным осуществлением предписаний» соответствующих законов и договоров вплоть до предъявления иска в земельный административный суд.

А что думают о «свободном», «общественно-правовом» телевидении в ФРГ сами творческие работники телецентров? Этот вопрос был задан в 1973 году восьмидесяти редакторам Западнонемецкой вещательной организации, возглавлял которую беспартийный интендант Клаус фон Бисмарк, известный своей лояльностью по отношению к представителям разных политических взглядов.

Выше 58 процентов опрошенных высказали мнение, что «из-за нынешних организационных форм и структуры власти существует по меньшей мере возможность опасности для свободы телевидения и радио», 25 процентов редакторов подчеркнули, что «свобода телевидения и радио в ФРГ находится частично под угрозой», а в 12,5 процента ответов утверждалось, что эта «свобода вообще поставлена под вопрос» существующими организационно-правовыми формами. Из восьмидесяти опрошенных сотрудников Западнонемецкой радиотелевизионной организации лишь семь человек (причем шесть из них — руководящие работники) заявили, что свобода телевидения и радио в ФРГ «не может находиться в опасности, так как этому препятствует сама организационная структура»<sup>21</sup>.

Выслушаем также мнение Мартина Нойфера, интенданта одной из крупнейших вещательных организаций ФРГ — Северонемецкой. В статье, опубликованной «Ежегодником АРД», М. Нойфер замечает, что на практической деятельности интенданта сказываются «ограничительные тенденции», которые могут исходить как изнутри вещательной организации, так и извне. Первые проявляются в «угрожающей бюрократизации» вещательных центров и одностороннем подборе персонала, который, придерживаясь «более или менее единого политического или художественного направления», не приемлет продукцию «инакомыслящих». Ограничительные тенденции извне Нойфер советует искать в сфере партийно-государственной политики, ибо в руководящих органах вещательных центров — рундфункратах и фервальтунгсратах — «сидят представители, которые воспринимают свою службу полностью или преимущественно как политические полномочия», а «партии пытаются через них влиять на составление и производство программ, на решение вопросов кадровой политики». Причем, подчеркивает Нойфер, это относится в равной мере ко всем вещательным организациям ФРГ<sup>22</sup>.

Следует сказать, что политический климат в западногерманских телецентрах отличается той же неустойчивостью, которая столь характерна в последние годы для партийно-политической атмосферы внутри страны и каждой земли в отдельности. Поэтому партийно-политическое направление той или иной станции трудно определить однозначно. Лишь при самой грубой классификации можно констатировать, что на юге и юго-западе страны — Баварское телевидение, Южнонемецкое, Юго-Западное, Саарское (о Втором немецком телевидении с центром в Майнце речь пойдет отдельно) — влияние ХДС/ХСС очевиднее, в то время как на севере и северо-востоке — Северонемецкое, Гессенское и Бременское телевидение — традиционно сильные позиции социал-демократов.

Самая большая телеорганизация в ФРГ, Западнонемецкая, до 1976 года занимала промежуточное положение по своей политической ориентации. Ее интендант (теперь уже с приставкой «экс»), упоминавшийся выше К. Бисмарк, за пятнадцать лет пребывания на этом посту, по его собственным словам, «привык сидеть между двух стульев». На пост интенданта Западнонемецкой радиотелевизионной организации Бисмарк впервые прошел по христианско-демократическому списку, а затем, на перевыборах в 1971 году, числился уже в списке СДПГ. Западнонемецкая станция в течение пятнадцати лет была единственной в своем роде телеорганизацией в ФРГ, руководил которой интендант без партбилета. И сам Бисмарк в интервью консервативной газете «Боннер рундшау» высказал сомнение в том, что подобное когда-либо еще раз повторится<sup>23</sup>. Не будем загадывать на долгий срок, но пока слова Бисмарка подтверждаются: его пост занял человек с партийным билетом — социал-демократ фон Зелл.

В целом объединение региональных радиотелевизионных организаций ФРГ, выпускающее первую программу телевидения, представляет собой структуру довольно пеструю, политически неоднородную.

Что касается второй программы, то ее политическое направление более определено. Блок ХДС/ХСС захватил большинство мест в обоих контрольных органах с момента подписания договора об учреждении Второго немецкого телевидения, пользуясь тем, что тогда, в 1961 году, соотношение сил на конференции премьер-министров земель было 6:5 в пользу ХДС/ХСС. Таким образом, социал-демократы сразу же попали в невыгодные условия. В телевизионном совете ЦДФ они с трудом собрали 40 процентов голосов — так называемое «блокирующее меньшинство», — чтобы забаллотировать на пост интенданта воинствующего католика Бруно Хека.

И хотя впоследствии соотношение голосов на конференции премьер-министров земель изменилось в пользу СДПГ/СвДП, позиции ХДС/ХСС во Втором немецком телевидении остались прочными:

христианские демократы по-прежнему располагают большинством в контрольных органах, их представители уже второе десятилетие «по традиции» занимают ключевые руководящие посты в телецентре, в том числе интенданта и главного редактора ЦДФ, которому непосредственно подчинены редакции всех информационных и общественно-политических передач.

Особенно усилилось давление ХДС/ХСС на Второе немецкое телевидение с тех пор, как этот блок потерял большинство в бундестаге и оказался в оппозиции. И дело здесь не столько в «неумелой» политике СДПГ по отношению к телевидению, как считает журнал «Шпигель»<sup>24</sup>, сколько в «жесткой персональной политике и бесцеремонности» христианских демократов, которые, по признанию депутата бундестага от СДПГ Бруно Фридриха, «сумели расширить свое влияние на радио и телевидение сверх пропорции»<sup>25</sup> (то есть в нарушение радиотелевизионных законов и договоров, предусматривающих распределение мест в контрольных органах на основе пропорциональных выборов). Не случайно «Шпигель», напечатав в 1971 году большую статью, посвященную политике ХДС в области радиовещания и телевидения, с сожалением резюмировал, что христианские демократы медленно, но уверенно добиваются превращения «Цетдеэф» (ZDF) — Второго немецкого телевидения — в «Цедеэф» (CDF), что расшифровывается как «Христианско-демократическое телевидение»<sup>26</sup>.

## **5. «Закон взаимных уступок» и его соблюдение на практике**

Говоря о политическом климате в телецентрах, следует подчеркнуть, что хотя партийный состав контрольных органов определяет политику соответствующих телеорганизаций, однако это не значит, что телецентры представляют интересы только той партии, члены которой имеют большинство в рундфункрате и административном совете. Уже при выборах интенданта конкурирующие буржуазные партии вынуждены считаться друг с другом, особенно в таких вещательных организациях, как Северонемецкая (где для утверждения кандидатуры интенданта требуется две трети голосов рундфункрата) и ЦДФ (где необходимо большинство в три пятых).

«Если интендант хочет быть вновь избранным (а какой интендант не хочет этого?), он должен <...> заполучить часть голосов своих противников. Интендант от СДПГ получит их, естественно, только в том случае, если он сделает уступки ХДС, а интендант от ХДС —

если будет уступать также интересам СДПГ»<sup>27</sup>,— так описывала механизм выборов интенданта газета «Ди вельт» в 1966 году.

С тех пор в политической жизни страны произошли существенные перемены. Но выборы интендантов по сей день подчинены неписаному «закону взаимных уступок» с той лишь разницей, что конкурентная борьба между ведущими буржуазными партиями обострилась. Это в свою очередь привело к более гибкой и изощренной политике партий в отношениях со своими конкурентами, к более осторожному выдвижению кандидатов на важные посты в телецентрах.

Нередко руководству какой-либо партии приходится идти на компромисс, забывая, по словам журнала «Штерн», «гол в собственные ворота», как это случилось, например, с социал-демократами в 1973 году во время выборов заместителя интенданта (он же директор программ) Второго немецкого телевидения. Поскольку интендантом ЦДФ был в то время член ХДС профессор Карл Хольцамер, то вакантное место заместителя интенданта (второй по значению пост) должен был занять представитель другой партии, СДПГ, так как согласно «пропорциональному партийному представительству» на два главных поста в вещательной организации не может претендовать одна партия.

После трехчасового заседания административный совет единогласно проголосовал за Йозефа Фихёфера. И хотя заместитель интенданта был членом СДПГ, победителями чувствовали себя не его коллеги по партии, а христианские демократы. Для них «правый крайний» в своей партии Фихёфер оказался наиболее подходящей кандидатурой, позволившей ХДС сделать еще один шаг к осуществлению давнего замысла — «прочно взять ЦДФ в правую руку».

В дальнейшем представителям ХДС/ХСС удалось закрепить за собой этот пост, посадив в кресло директора программ ЦДФ в декабре 1975 года заместителя интенданта Юго-Западного вещательного центра Дитера Штольте, формально «независимого» журналиста, но в действительности, судя по оценкам западногерманской печати<sup>28</sup>, а также по его деятельности на прежнем посту, явно симпатизирующего ХДС\*.

\* С именем Дитера Штольте ХДС связывает далеко идущие планы, собираясь в начале 80-х годов (а при благоприятной возможности и раньше) сделать его интендантом Второго немецкого телевидения. Сейчас этот ответственный пост занимает Карл Гюнтер фон Хазе, руководивший еще при Аденаузере Федеральным ведомством печати и информации, а позднее семь лет находившийся в Лондоне в качестве посла ФРГ. Фон Хазе заменил ушедшего на пенсию в 1977 году К. Хольцамера, однако и сам он собирается через пять лет

В последнее время уже наметилась определенная тенденция: в решении вопросов персональной политики социал-демократические члены контрольных органов нередко уступают своим конкурентам из ХДС/ХСС, так что «закон взаимных уступок» все чаще действует лишь в одном направлении.

Быстрый исход схватки за место директора программ Второго немецкого телевидения в 1973 году был предопределен «голом в собственные ворота». Если же партийная команда не решается предоставить противнику такую фору, поединок может затянуться надолго. Рекордным по продолжительности стало сражение за должность интенданта Северонемецкой радиотелевизионной организации.

Борьба разгорелась после того, как глава правительства земли Шлезвиг-Гольштейн Герхард Штольтенберг (ХДС) заявил: «Шрёдер (социал-демократ, занимавший интендантский пост на протяжении двенадцати лет.— Р. К.) пройдет в интенданты только через мой труп»<sup>29</sup>. Причина? Северонемецкая организация своей информацией, по мнению христианских демократов, способствовала их поражению на выборах в бундестаг.

Полномочия Шрёдера истекали в ноябре 1973 года. Задолго до этого срока началась разведка боем: восемь членов административного совета (четверо от ХДС и четверо от СДПГ) перетасовали полтора десятка кандидатов — от фон Хаза, бывшего в то время послом ФРГ в Лондоне, до гамбургского государственного советника Франка Дарендорфа. Вопрос в конечном счете уперся... в цену. За то, чтобы отдать недостающие два голоса социал-демократу Дарендорфу, ХДС требовал ни много ни мало — принятия представителями СДПГ свыше тридцати условий. Христианские демократы требовали, в частности, назначить на должность заместителя интенданта члена ХДС Дитриха Шварцкопфа и передать ему «право вето» в отношении предписаний своего начальника, что практически означало бы подчинение телецентра воле ХДС.

Социал-демократы уже начали было склоняться к тому, чтобы принять условия своих конкурентов. Но тут сказал свое слово сам кандидат в интенданты Дарендорф, отказавшись баллотироваться на предложенных условиях. Игра опять началась с центра...

Теперь уже социал-демократы, совершая «акт отчаяния», предлагают на пост интенданта представителя ХДС Людвиг фон Хаммерштейна, требуя в свою очередь от христианских демократов соответствующей компенсации — распределения других постов в пользу СДПГ. Однако христианско-демократическая четверка не принимает этого предложения. Ее больше устраивает кандидатура социал-

уйти от дел на пенсионный покой. Вот тогда-то, как надеются демохристиане, и пробьет час молодого и энергичного Штольте.

демократа Мартина Нойфера, которого они знают как «обходительного», «уживчивого» партнера по совместной работе в административном совете.

Утверждением кандидатуры Нойфера и закончилась схватка «партийных сутенеров» (выражение одного из руководящих редакторов телецентра)<sup>30</sup>. Это произошло на сто четвертый день после того самого 6 ноября 1973 года, когда по закону новый интендант должен был занять свой пост.

В этой скандальной истории выборов интенданта наглядно обнаружилось, чего стоит на деле усиленно рекламируемая «независимость» западногерманского ТВ. «Контроль общественности над телевидением и радиовещанием,— писала по поводу выборов в Гамбурге «Зюддойче цайтунг»,— все более превращается в монополичный надзор политических партий»<sup>31</sup>.

Надо ли добавлять, что имеются в виду, разумеется, лишь буржуазные партии, которые представлены в республиканском и земельных парламентах ФРГ?

## **6. Телепрограммы под перекрестным огнем буржуазных партий**

Межпартийные баталии сопровождают не только решение вопросов персональной политики в сфере ТВ. Под перекрестный огонь со стороны партийных представителей в контрольных органах телецентров попадают и конкретные телевизионные передачи. Это относится в первую очередь к так называемым политическим тележурналам. Борьба буржуазных партий за место в тележурналах является продолжением их борьбы за места в контрольных советах вещательных центров.

Сотрудники гамбургского института имени Ганса Бредова опубликовали в 1968 году результаты обширного исследования по проблеме «Телевидение в жизни взрослых». На вопрос «Какая партия чаще всего выступает по телевидению?» 35,7 процента зрителей ответили: «ХДС», и лишь 3,5 процента назвали СДПГ<sup>32</sup>. Конечно, в ответах на подобный вопрос нельзя не учитывать субъективизма зрительских оценок, с неизбежностью отразившихся в них симпатий и эмоций зрителей — избирателей, для которых поставленный вопрос практически звучал примерно так: «Справедливо ли, на ваш взгляд, телевидение по отношению к поддерживаемой вами партии?» И все же лидерство ХДС, выявившееся в результате опроса, было столь ощутимо, что его нельзя не принять во внимание.

Тем более парадоксально, что именно представители блока ХДС/ХСС считают себя обделенными временем в эфире. Так было в конце 60-х годов. Так обстоит дело и ныне.

На страницах печати, а также на страницах политических тележурналов представители этого блока часто обращаются к понятию «манипулирование», применяя его к негодным передачам и редакторам — социал-демократам, которые якобы выставляют христианских демократов и их союзников, ХСС, в неприглядном виде или же односторонне отражают на телеэкране лишь мнение СДПГ.

Наиболее частым нападкам со стороны ХДС/ХСС подвергаются передачи Северонемецкого телевидения в Гамбурге. Истинным яблом раздора для главных буржуазных партий ФРГ стал старейшина среди политических тележурналов — «Панорама».

В начале 60-х годов, когда «Панорамой» руководил ее создатель, демократически настроенный журналист Герт фон Паченски, в поле критики журнала часто попадали поборники «холодной войны».

В 1963 году административный совет Северонемецкого вещательного центра по настоянию его христианско-демократических членов вынужден был отклонить продление договора с Паченски. Представители ХДС упрекали редактора и ведущего «Панорамы» в «односторонности и тенденциозности» при отборе и подаче материалов. Паченски пришлось оставить журнал. После него в «Панораме» недолгое время выступали Ойген Когон и Рюдигер Проске, которым также было предъявлено обвинение в «манипулировании общественным мнением», что для христианских демократов в данном случае означало лишь ведение пропаганды, направленной против блока ХДС/ХСС. Однако, во многом утратив свои боевые качества, «Панорама» по сей день выходит в эфир.

Существование критических тележурналов в ФРГ, конечно же, не «подарок закона», как это пытаются представить некоторые западногерманские теоретики и практики буржуазной пропаганды<sup>33</sup>, а завоевание демократических сил страны, с которыми не может не считаться империалистическая буржуазия. Но критика с телевизионных экранов допускается ею лишь в таких масштабах, в которых она не угрожала бы основам капиталистического строя. Сами модераторы политических тележурналов, и среди них бывший (увы, тоже бывший) ведущий «Панорамы» Петер Мерзебургер, не строят особых иллюзий на этот счет, понимая, что являются в той или иной мере объектом манипуляций со стороны партийных лидеров. Партии, которые мы критикуем и контролируем, заявил однажды П. Мерзебургер, занимают ключевые позиции в контрольных органах вещательных организаций и оттуда контролируют нас<sup>34</sup>.

Однако большинство западногерманских телетеоретиков и публицистов не замечают или делают вид, что не замечают манипулятивной сущности контроля буржуазных партий над содержанием



телепрограмм. По словам одного из таких телекритиков, К. Плейера, взаимная ругань телевизионных должностных лиц, принадлежащих к разным партиям, взаимные обвинения в «левизне», «правом уклоне» или «односторонности информации» говорят, оказывается, «лишь в пользу уравниваемости программ»<sup>35</sup>.

По Плейеру, программы «уравниваются» уже самим сосуществованием таких политических тележурналов АРД, как «Панорама», «Репорт», «Монитор», нередко критикующих политику реакционных монополистических сил, с ультраправым «ЦДФ-магазин», руководит которым Герхард Лёвенталь, являющийся, пожалуй, самой одиозной фигурой на западногерманском телевидении.

Если политические тележурналы первой программы в целом пропорционально делят время в эфире между СДПГ/СвДП и ХДС/ХСС, то в «ЦДФ-магазине» ни о каком равновесии не может идти речь, — здесь безраздельно господствует точка зрения христианских демократов. И уж тем более нечем и некем «уравновесить» Лёвенталья (впереди у нас еще будет разговор о том, что представляют собой этот ярый реакционер и руководимый им журнал).

Христианские демократы, занявшие руководящие посты во Втором немецком телевидении, борются с тележурналами первой программы, преимущественно симпатизирующими СДПГ, не только с помощью «ЦДФ-магазина» Герхарда Лёвенталья. В их распоряжении — и такое средство, как «контрастные передачи».

В 1967 году АРД и ЦДФ утвердили схему вещания, согласно которой телезрителям должна быть предоставлена «возможность выбора между качественно сравнимыми, но по содержанию различными программами»<sup>36</sup>. В качестве «контрастных» по отношению к негодным политическим тележурналам первой программы ЦДФ использует, например, очень популярные у западногерманских зрителей передачи о мире животных и о путешествиях. Так, «Панорама», которую обычно смотрят до 40 процентов зрителей, вынуждена была довольствоваться лишь 16 процентами в тот вечер, когда вторая программа показывала «Бушменов Калахари», собравших свыше трети всей аудитории. «Репорт» признал свое поражение (14 процентов зрителей) перед «Страной слонов» (46 процентов).

Болезненный удар по главному выпуску новостей первой программы («Тагесшау», 20.00) нанесло руководство Второго немецкого телевидения, передвинув в октябре 1973 года начало вечерних передач с 19.45 на 19.00. Таким образом, теперь ЦДФ на час раньше АРД предлагает зрителям свой основной блок новостей («Хойте», 19.00) и затем выпускает в эфир передачу, которая берет разбег к 20.00, времени начала «Тагесшау». Перестройка второй программы привела к тому, что вечерний выпуск «Тагесшау» потерял более чем четвертую часть своих постоянных зрителей, а по вторникам и четвергам, когда по второму каналу в 19.30 стартует развлекатель-

ная передача, число зрителей «Тагесшау» уменьшается до 14 процентов (до октября 1973 года в 20.00 на первый канал обычно бывало настроено свыше половины всех телевизоров)<sup>37</sup>.

Этим же методом контраста пользуются телебоссы Второго немецкого телевидения и в отношении своих собственных передач. Разумеется, речь идет о тех программах, которые руководство ЦДФ вынуждено терпеть вопреки своей воле, чтобы сохранить хотя бы вывеску «либеральности» телецентра.

В качестве примера можно сослаться на острую общественно-политическую передачу «Кенцайхен Д» («Условный знак Д»), ведет которую социал-демократ Ганс Вернер Шварце. Девизом передачи может служить название книги Шварце «ГДР больше не зона». Шпрингеровские газеты поспешили окрестить передачу Шварце «левым журналом», как только стало ясно, что «Кенцайхен Д» отмечает и позитивные стороны жизни ГДР. А христианско-демократическое руководство Второго немецкого телевидения (кстати, председателем административного совета ЦДФ является Гельмут Коль, председатель ХДС) позаботилось о том, чтобы найти новому журналу такое место в сетке вещания (вторник, 21.15), где он каждый раз вынужден конкурировать с основной вечерней передачей — телеспектаклем первой программы, который всегда вызывает большой интерес у зрителей, да и к тому же начинается на 15 минут раньше тележурнала.

Итак, политическая борьба идет не только между программами, но и внутри каждого канала в отдельности. По остроумному замечанию журнала «Штерн», «структура первого канала выглядит так, как если бы редакторы социал-демократического еженедельника «Форвертс» вынуждены были ежедневно делать газету вместе со штраусовской командой из «Байерн-курир»<sup>38</sup>.

И все же этот кажущийся политический плюрализм отнюдь не «уравновешивает» (вернемся к тезису Плейера) западногерманские телепрограммы. Разве что создает иллюзию равновесия, в поддержке которой, конечно, заинтересованы манипуляторы, использующие телевидение как инструмент буржуазной пропаганды.

## **7. О некоторых формах политической цензуры на телевидении**

Представители буржуазных партий в сфере вещания забывают о междоусобных распрях, когда речь заходит об отношении к Германской коммунистической партии, к идеям социалистического переустройства общества. Здесь они выступают единым фронтом. Так

было накануне выборов в бундестаг в 1972 году, когда представителей ГКП не допустили к совещанию, где обсуждался вопрос о предоставлении партиям телевизионных каналов для предвыборной агитации.

«Понимание демократии в общественно-правовых телевизионных организациях,— подчеркивала газета западногерманских коммунистов «Унзере цайт»,— не простирается столь широко, чтобы предоставить коммунистам равные с другими партиями права для выражения своих взглядов»<sup>39</sup>. Первая и вторая программы распределили между партиями общее время в эфире на период предвыборной кампании следующим образом: СДПГ/СвДП — 37,5 мин.; ХДС/ХСС — 37,5 мин.; ГКП — 5 мин.

Но эти цифры относятся только непосредственно к официальным агитационным передачам или так называемым рекламным роликам и не учитывают, например, того факта, что Председатель ГКП не был допущен к трем телевизионным дискуссиям с участием буржуазных партийных лидеров, каждая из которых длилась два часа. Дискуссии транслировались по обоим телевизионным каналам и собрали сорока-миллионную аудиторию. Германская компартия не получила возможности изложить свою программу и в четырехчасовых передачах АРД, посвященных выборам.

Аналогичным образом распределилось время на предвыборном телеэкране и в 1976 году. Для прямой саморекламы партийным лидерам СДПГ, СвДП и ХДС/ХСС было предоставлено 140 минут. Представители ГКП получили право лишь на четыре двухминутных выступления. В общей же сложности лидерам буржуазных партий было отдано во время предвыборной кампании 1976 года, по подсчетам газеты «Унзере цайт», около 1500 минут эфира, а западногерманским коммунистам — единственной партии, выступающей против крупного капитала, за расширение прав трудящихся,— всего 9 минут<sup>40</sup>.

Что и говорить, дистанция огромного размера. «О равных возможностях, как того требует конституция,— пишет в этой связи «Унзере цайт»,— не может быть и речи»<sup>41</sup>.

Ущемляя гражданские права западногерманских коммунистов «свободно выражать и распространять свое мнение в устной, письменной и изобразительной формах» (статья 5 § 1 Основного закона страны), телебоссы в то же время охотно предоставляют экран «идейным борцам» против коммунизма — от ренегата Милована Джиласа до изменника Родины Ота Шика.

Визитная карточка антикоммуниста — надежный пропуск на любой телецентр ФРГ вне зависимости от того, какой партии принадлежит большинство мест в контрольных органах и кто занимает пост интенданта, социал-демократ или член ХДС. И наоборот, дискриминации по политическим мотивам подвергаются прогрессивные жур-

налисты и общественные деятели. Об этой ситуации на западногерманском телевидении красноречиво высказался буржуазный публицист Петер фон Цан. «При всем расхождении во взглядах,— признает он,— партии уже ради собственной выгоды обращают внимание на то, чтобы им в гнездо не подложили слишком много противоречащих системе кукушкиных яиц»<sup>42</sup>.

Эльке Баур, редактор детских передач Юго-Западного телевидения, выступающая за то, чтобы благополучный мир говорящих кукол и прирученных львов не заслонял от детей повседневности с ее проблемами; Вольфганг Хаммершмидт, сценарист ЦДФ, осмелившийся выступить против фирмы «Бетафильм», которая монополизировала права на покупку зарубежных телефильмов для второй программы; Отто Вильферт, автор острой документальной ленты «Кто правит газетами?»; Вольфганг Дрешер, редактор сатирического молодежного журнала «Зум», и многие другие демократически настроенные журналисты западногерманского телевидения убедились на собственном горьком опыте, что у пресловутой «безграничной свободы мнений» в ФРГ существуют весьма ограниченные пределы. Тот, кто переступает эти пределы, причисляется к «инакомыслящим» и нередко пополняет ряды безработных.

Подобная практика преследования прогрессивных журналистов, дискриминации по политическим мотивам представляет собой не что иное, как применение к сторонникам демократии и социализма в ФРГ пресловутых «запретов на профессии». После того как в 1972 году премьер-министры западногерманских земель приняли так называемое постановление о радикальных элементах, ставящее своей целью под предлогом защиты конституции противодействовать демократическому прогрессивному движению в ФРГ, увольнения за политические взгляды стали нормой общественной жизни страны.

Однако официальные власти не только не признают существования «запретов на профессии», но даже всячески избегают применять термин «беруфсфербот», предпочитая говорить о мерах по борьбе с «врагами конституции». Тщетные усилия, ибо слово это, лишь несколько лет назад родившись в ФРГ, приобрело уже такую известность, что не нуждается в переводе на другие языки,— настолько велика озабоченность в различных странах по поводу расширяющейся практики применения «запретов на профессии».

Правда, демократических журналистов, если верить формулировкам в приказах, увольняют вовсе не по политическим соображениям, а «из-за оскорблений в адрес начальников», как это было с В. Хаммершмидтом, или «из-за недостойного поведения по отношению к начальнику» (Э. Баур). А журналиста из Кёльна Петера Клейнерта, автора сценария документального телефильма «Всегда на стороне жертв», разоблачающего манипуляции западногерманской

прессе, уволили из газеты якобы за «нарушение контракта», согласно которому он не имел права выполнять побочную работу (то есть писать телесценарий) без разрешения издателя.

Травлей прогрессивных журналистов занимаются и инспирированные реакционными монополистическими кругами «союзы телезрителей» — АФФ (AFF) и ФФМ (FFM). Некоторые формулировки издаваемых ими инструкций заставляют вспомнить стереотипы геббельсовской пропаганды. Так, АФФ, оказывается, призван мобилизовать «здоровое народное чувство» против критически настроенных журналистов, деятельность которых в конечном счете ведет к «разложению общества»<sup>43</sup>. В то же время АФФ и ФФМ дружно поддерживают ультраправых тележурналистов. Например, когда было объявлено, что «ЦДФ-магазин» начинает выходить в эфир вдвое реже, чем раньше, АФФ развил бурную деятельность, собрав два миллиона подписей в поддержку Лёвентала. Оба «союза» запланировали даже месячную «предупреждающую забастовку», в течение которой телезрителю отказывались платить абонементную плату.

Не следует, впрочем, преувеличивать влияние АФФ, ФФМ и им подобных зрительских ассоциаций на политику телецентров. Их основная задача — создание иллюзии соучастия зрителей в делах радиотелевизионных организаций.

В последние годы в области персональной политики телецентров намечается определенная тенденция: освобождающиеся штатные редакторские места все чаще остаются никем не занятыми и впоследствии совсем ликвидируются. Это компенсируется увеличением числа нештатных журналистов при телецентрах. АРД и ЦДФ ежегодно пользуются услугами около ста тысяч так называемых «свободных сотрудников», на оплату труда которых расходуется свыше трех пятых от общей суммы отпущенных на персонал средств.

«Свободные сотрудники» западногерманского телевидения в действительности ни духовно, творчески, ни экономически не являются свободными, так как условия их труда диктуются руководством вещательного центра. Об этом вполне откровенно высказался нынешний интендант Западнонемецкой радиотелевизионной организации Фрайгерр фон Зелл: «Радиотелевизионные организации могут выполнять свои определенные законом функции только в том случае, если они, привлекая к работе тех, кто в первую очередь создает программу, то есть свободных сотрудников, имеют возможность распоряжаться ими и решать их судьбу без соблюдения каких-либо правовых норм»<sup>44</sup>.

Обычно вместе с увольнением прогрессивных журналистов прекращают существование и их передачи. В начале 70-х годов только первая программа сократила, к примеру, свои молодежные передачи более чем наполовину. Автор смог убедиться в этом воочию. Приехав в ФРГ в 1974 году после трехлетнего отсутствия, он уже не

застал на экране многих своих «старых знакомых» — передачи, родившиеся на рубеже 70-х годов, такие, как «Бафф», «Молодежь спрашивает политиков» (обе — производства Западнонемецкого телецентра), «Зум» (ЦДФ), «Ин» (Бременское телевидение), «Бильдштёрнг» (Баварское телевидение). Причем все это социально-критические передачи, которые в большей или меньшей мере давали молодежи импульс к самостоятельным размышлениям.

Постоянным нападкам со стороны руководства студий подвергаются передачи «Директ» (ЦДФ), «Дискусс» (Южнонемецкое и Гессенское телевидение): из них вырезают наиболее острые сюжеты, нередко по несколько раз переносят демонстрацию на более поздние сроки или вообще налагают вето на отдельные выпуски. Словом, по признанию авторов тележурнала «Ин», используются «все возможные формы вторжения в работу»<sup>45</sup>.

Роль цензоров исполняют различные земельные общественные комитеты (опять-таки, заметим, «общественные»!), как, например, Комитет по вопросам молодежи и воспитания или Комитет по вопросам политики и текущих событий, в которых заседают те же партийные боссы и представители монополистических кругов. На таких заседаниях голоса представителей ХДС/ХСС («красное телевидение», «невыносимая агитация», «телеколледж для левых радикалов») и СДПГ («недостаточная верность конституции») сливаются воедино с голосами промышленных тузов, которые в подобных «подстрекательских шоу» все чаще находят «агитацию с дубиной», а также «дьявольские трюки», к коим якобы прибегают левые тележурналисты, чтобы «представить экономический и общественный строй Федеративной Республики созревшим для крушения»<sup>46</sup>.

Рядовой западногерманский зритель не знает о существовании директивных документов, издаваемых руководителями телецентров и требующих «не критиковать дела могущественных боссов, а вместо этого узнавать их мнение и распространять его», «соблюдать критическую дистанцию» по отношению к таким темам, как «мирное и демократическое изменение общественного строя»<sup>47</sup>. Эти красноречивые цитаты взяты из инструкций, под которыми стоят подписи интендантов Х. Хаммершмидта (ХДС, Юго-Западное телевидение), Г. Шрёдера (СДПГ, Северонемецкое телевидение) и телевизионного директора Г. Оллера (ХСС, Баварская организация).

Когда же зрители в своих письмах обращаются в телецентры с недоуменными вопросами по поводу исчезновения из программы какой-либо передачи, им объясняют, что передача «более не жизнеспособна», что причина заключается не в содержании или теме, а «исключительно в неудовлетворительном журналистском качестве», в «профессиональной неопытности» авторов.

Из-за «низкого качества» был изъят из программы пятый выпуск телеобозрения «Бильдштёрнг», сорок минут которого были посвя-

щены специально проблемам западногерманского телевидения, и в частности иерархической структуре Баварской «общественно-правовой» радиотелевизионной организации. «Низкое качество» начало беспокоить руководителей Баварского телецентра после того, как Штраус открыл в молодежном журнале «яд травы»<sup>48</sup>.

Не вышла в эфир передача о популярном в ФРГ исполнителе песен протеста Франце Дегенхардте. Официальное обоснование: Дегенхардт не столь поэтичен, как раньше. Но певец стал «непоэтичным» для телевидения ФРГ лишь с того времени, как впервые выступил на митинге, организованном Германской коммунистической партией.

Этим же эпитетом — и по той же причине, что и Дегенхардта, — наградили участников кёльнской полит-рок-группы «Фло де Колонь» («Кёльнская блоха»). «Генералы ЦДФ» (по выражению «Унзерё цайт»), несмотря на имевшуюся предварительную договоренность, все же не рискнули предоставить возможность популярному молодежному ансамблю выступить в первоммайской телевизионной программе 1977 года<sup>49</sup>. Уже одно название группы, пародийно напоминающее о знаменитой «кёльнской воде», или попросту одеколоне, способно шокировать западногерманского обывателя. И, уж конечно, никак не назовешь поэтичными болезненные укусы «Кёльнской блохи», которая в своих зонгах рассказывает о том, как «смердит капитализм», и призывает рабочих страны «предпринять нечто такое, чтобы заставить работать... предпринимателей».

Телевизионный директор Баварской радиотелевизионной организации Г. Оллер также ссылался на «низкое качество», когда вычеркивал из программы выступления мюнхенского кабаре под руководством Сэмми Дрекслея — одного из самых популярных в ФРГ эстрадно-сатирических театров. Истинной же причиной было критическое отношение артистов кабаре к реакционной политике баварского ХСС, и в частности их протест против стремления лидеров этой партии полностью подчинить своему влиянию Баварскую радиотелевизионную организацию. Поэтому, когда Оллер услышал пожелание своих политических друзей из ХСС покончить с мюнхенским кабаре, он не заставил себя долго упрашивать.

К ссылкам на «недостаточное художественное качество» прибегло и руководство Западнонемецкого телецентра, отказавшись транслировать программу Рационального театра «Тагес-шоу» (название спектакля содержало каламбур с явным намеком на выпуск новостей «Тагесшау»), посвященную средствам массовой информации и пропаганды в ФРГ.

Вольф Доннер, критик либерального еженедельника «Ди цайт», замечает, что ссылки на «низкое качество», «техническое несовершенство» или «недостаточную пропорциональность» стали уже обычными аргументами против неугодных передач. Собственно, та-

кую аргументацию, пишет Доннер, можно применять «всегда»<sup>50</sup>. И она применяется как весьма удобная (ибо скрытая) форма политической цензуры.

К скрытой форме контроля над мыслями на западногерманском телевидении следует отнести и так называемую внутреннюю самоцензуру творческих работников. Этот термин, в частности, применил член административного совета Западнонемецкого вещательного центра социал-демократ Иоганнес Рау, выступая по проблеме свободы телевидения и радио в ФРГ. Но мы понимаем под этим термином не «добровольное, частью неосознанное приспособление к господствующему в данный момент мнению»<sup>51</sup>, а, напротив, вынужденную, обусловленную экономической и персональной зависимостью, сознательную ориентацию творческих работников на мнения господствующих классов и их партий. Ведь не добрая воля, но именно организационные, экономические и правовые рычаги манипулирования телевидением, находящиеся в руках крупной буржуазии, заставляют многих штатных редакторов и «свободных сотрудников» западногерманских телецентров следовать указующему персту, чтобы не лишиться места или спасительного гонорара.

Таковы социально-экономические условия, в которых реализуется буржуазная «свобода» средств массовой информации.

## **8. Уроки «радиотелевизионного путча» в Баварии**

Под прикрытием общественно-правового статуса реакционные монополистические круги ФРГ и их партии хотели бы распределять на телевидении власть так же, как это происходит в земельных парламентах. Партиям крупного капитала, ХДС и ХСС, подчеркивает «Унзере цайт», «уже недостаточно иметь в соответствующих пропорциях своих представителей на руководящих постах радиотелевизионных организаций». Они хотят «полного партийно-политического контроля над всем телевидением и радиовещанием»<sup>52</sup>.

Самую серьезную попытку в этом направлении предприняла в 1972 году партия Штрауса.

Заручившись личной и финансовой поддержкой таких промышленных тузов, как Герберт Квандт и Фридрих Флик, Штраус развернул кампанию против радиотелевизионных организаций АРД под лозунгом «Огонь по красному телевидению и радиовещанию». В число «красных» попали все без исключения земельные телестанции страны, даже Баварская, где и без того ключевые позиции занимали



ставленники ХСС. Общий план, разработанный лидерами ХДС/ХСС, предусматривал такое изменение радиотелевизионных законов отдельных земель, которое позволило бы на легальном основании превратить вещательные центры в собственность монополий.

В качестве первой мишени Штраус избрал Баварскую радиотелевизионную организацию (это естественно — здесь он чувствовал себя как дома и мог рассчитывать на легкую победу).

Первого марта 1972 года баварский ландтаг большинством голосов, принадлежащим членам ХСС, утвердил изменения в радиотелевизионном законе о Баварской вещательной организации, существующем с 1948 года и несколько обновленном в 1959 году. На первый взгляд эти изменения, отражавшие требование ХСС расширить полномочия рундфункрата и увеличить его количественный состав с сорока одного до пятидесяти девяти членов, не представляли опасности для статуса вещательной организации, тем более что внесены они были, как уверяла, например, неонацистская «Дойче национальцайтунг», с целью «дальнейшей демократизации» и «постепенного установления политической независимости телевидения и радиовещания»<sup>53</sup>.

Но это только на первый взгляд. По существу же измененный радиотелевизионный закон позволял Штраусу полностью подчинить своему влиянию Баварскую радиотелевизионную организацию, поскольку из восемнадцати дополнительных мест в рундфункрате восемь были официально отданы партии ХСС, а еще шесть — представителям предпринимательских союзов, также сторонникам или членам ХСС. Таким образом, фактически партия Штрауса получала четырнадцать дополнительных мандатов в рундфункрате земельного вещательного центра, а СДПГ/СвДП — лишь четыре.

В качестве следующих шагов, как об этом поведала прогрессивная газета «Дойче фольксайтунг», планировалось отделение Баварской вещательной организации от АРД, имеющего якобы «левую нарезку» (Штраус), а также создание частного телевидения и радиовещания, которым «уже ничто не препятствует в политическом смысле»<sup>54</sup>.

О том, что скрывается за планом ХДС/ХСС в его баварском варианте, самым наглядным образом проинформировали население баварской столицы демонстранты, собравшиеся на Мариенплац 2 марта 1972 года. Среди них были сотрудники телецентра и представители общественных организаций Мюнхена. На огромном плакате, установленном в центре площади, было начертано следующее:

«Так представляет себе ХСС телевидение и радиовещание:

Интендант — Франц Йозеф Штраус,

Заместитель интенданта — Франц Й. Штраус.

Директор радиовещания — Ф. Йозеф Штраус.

Директор телевидения — Ф.-Й. Штраус.

Главный редактор радиовещания — Франц Й. Ш.

Главный редактор телевидения — Ф. Йозеф Ш.

Председатель рундфункрата — Ф.-Й. Ш.,».

Начертанные в каждой строке по-разному фамилия и имя председателя ХСС остроумно высмеивают план «демократизации» баварского телевидения и радио по Штраусу.

Демонстрация в Мюнхене 2 марта 1972 года (то есть на следующий день после подписания нового закона) послужила сигналом к выступлению самых широких слоев населения Баварии против монополизации вещания. Эту борьбу возглавил земельный гражданский комитет «За свободу телевидения и радиовещания», в котором объединились представители всех демократических сил. Земельные власти были поставлены перед необходимостью провести референдум по вопросу о новом радиотелевизионном законе.

Первого июля 1973 года около полутора миллионов баварцев (87,1 процента всех участвовавших в референдуме) высказались за внесение в закон о Баварской вещательной организации новой статьи, ограничивающей число представителей правительства, ландтага и сената (второй палаты парламента Баварии) в контрольных органах одной третью состава этих органов<sup>55</sup>. Соответствующая статья, подтверждающая «общественно-правовую основу» телевидения и радиовещания в Баварии, была внесена также в баварскую конституцию.

Баварский «радиотелевизионный путч» отчетливо показал, что прогрессивные силы страны могут рассчитывать на успех в своей борьбе за демократический статус телевидения в том случае, когда они выступают единым фронтом, с конкретной и четкой программой. Вместе с тем события в Баварии убедительно продемонстрировали, какое огромное значение придают буржуазные партии ФРГ такому пропагандистскому орудию, как телевидение, и подтвердили, что реакционные силы готовы пойти на любые уловки, для того чтобы упрочить свой контроль над вещанием.

Заметим, что не случайно решительное наступление на телевидение и радиовещание было предпринято партией Штрауса одновременно с попыткой оппозиции провалить ратификацию договоров ФРГ с СССР и Польшей и таким образом воспрепятствовать развитию добрососедских отношений между Западом и Востоком, вернуть эти отношения к временам «холодной войны». Если в общем хоре пропагандистских печатных изданий в ФРГ голоса поборников «холодной войны» в то время звучали довольно мощно, то на телевидении они явно уступали сторонникам «восточной политики». Усилия Штрауса и были направлены прежде всего на то, чтобы ликвидировать такую «непропорциональность», создав нечто вроде телевизионного варианта пресловутой шпрингеровской «Бильд-цайтунг».

Сложность и острота ситуации, связанной с западногерманским

телевидением, состоит в том, что его современная организационно-правовая структура и деятельность не удовлетворяют — разумеется, по разным, диаметрально противоположным причинам — ни прогрессивную общественность страны, ни монополистическую буржуазию. Прогрессивные силы, и в их числе прежде всего западногерманские коммунисты, борются в нынешних условиях за подлинную демократизацию телевидения, за осуществление на деле общественного контроля над телевидением, за предоставление творческим работникам права участия в управлении телецентрами.

В свою очередь монополистические круги ФРГ считают недопустимой роскошью существование, пусть даже формальное, нынешних законодательных положений о телевидении, которые не могут исключить спорадического появления на телеэкране актуальных социально-критических передач, направленных против сильных мира сего.

Обсуждая вопрос о влиянии монополий на средства массовой информации в ФРГ и о возможности преодоления этого влияния, члены Германской коммунистической партии, западногерманские ученые и публицисты Хорст Хольцер и Конрад Шулер писали на страницах «Демократического журналиста»: «Пока существует капитализм, речь может идти лишь об ограничении власти предпринимателей в печати, на радио и телевидении путем активного участия журналистов в проведении редакционной политики, а это возможно лишь при активной поддержке всех служащих, всего технического персонала типографий, издательств, радио- и телестанций в союзе с профессиональными организациями. Нужно всегда помнить, что 85 процентов читателей, телезрителей, радиослушателей составляют трудящиеся, а потому профсоюзам надлежит иметь как минимум 50 процентов мест в контрольных советах и группах»<sup>56</sup>.

Х. Хольцер и К. Шулер изложили здесь суть позиции Германской коммунистической партии в отношении телевидения и радиовещания в ФРГ, а также ближайшую программу действий, ГКП борется за осуществление конкретных, ощутимых мер, которые, вопреки влиянию на телевидение господствующих буржуазных партий, неустрашимому в условиях капитализма, тем не менее облегчили бы доступ к телевизионным каналам демократическим силам страны.

Решение этой задачи западногерманские коммунисты не отделяют от общей борьбы «за сохранение тех элементарных прав и свобод, которые рабочий класс уже завоевал в ожесточенных схватках с классовым врагом в течение многих десятилетий, в защиту этих прав от любых нападков со стороны реакции, за их постоянное расширение»<sup>57</sup>.

За немедленную и широкую демократизацию телевидения и радиовещания выступает прогрессивная западногерманская организация «Демократическая акция». Среди прочих мер представители

этой организации требуют для всех сотрудников телецентров права участия в управлении, а также допуска редакторов на заседания контрольных органов студий.

Борьба за право работников вещания участвовать в управлении телевидением вылилась в начале 70-х годов в движение за новый статут редакторов вещательных центров.

Излишне говорить, что оппозиционный блок ХДС/ХСС выступает против передачи сотрудникам редакций прав на участие в управлении, против подлинной демократизации телевидения и радиовещания в ФРГ. При этом христианские демократы в своих программных документах, посвященных проблемам развития телевидения и радиовещания, демагогически заявляют, что «многообразие мнений в радиотелевизионных организациях не должны препятствовать даже решения редакционного большинства», что редакторы должны выполнять свои права и обязанности «в рамках действующих законов и трудовых договоров»<sup>58</sup>.

Ратуя на словах за сохранение «общественно-правовой структуры» как «основы свободно-демократической организации телевидения и радиовещания» в ФРГ, христианские демократы в то же время не собираются наглухо закрывать двери перед частной инициативой: «Если техническое развитие позволит увеличить число локальных и региональных программ, следует проверить предпосылки для других организационных форм»<sup>59</sup>.

В документах СДПГ и СвДП, излагающих точку зрения нынешних правящих партий на политику в области телевидения и радиовещания, подчеркивается, в отличие от позиции ХДС/ХСС, необходимость «внедрения в отдельных вещательных организациях гарантированных в правовом отношении редакционных статутов», обеспечивающих творческим работникам телевидения «право голоса в решении всех вопросов, касающихся основной линии и структуры программы и изменений в редакции»<sup>60</sup>. Кроме того, СДПГ и СвДП в противоположность ХДС/ХСС выступают против развития телевидения на частнохозяйственной основе.

В целом взгляды правящих ныне партий СДПГ/СвДП и оппозиционного блока ХДС/ХСС на вопросы дальнейшего развития организационно-правовой структуры западногерманского телевидения довольно существенно расходятся.

Нетрудно заметить точки соприкосновения в позициях левых сил страны, включая западногерманских коммунистов, и социал-либеральной правящей коалиции по вопросам демократизации телевидения и радиовещания в ФРГ. Когда это единство взглядов подкрепляется единством действий, как это было во время событий 1972 года в Баварии, демократические силы могут успешно противостоять натиску монополистических кругов.

С другой стороны, социал-демократия в ФРГ остается на сего-

дняшний день лишь буржуазной партией реформ — реформ, которые не отменяют капиталистического строя вообще и манипулятивной сущности западногерманского телевидения в частности. В коренной ломке аппарата телевизионной пропаганды в ФРГ не заинтересованы, таким образом, ни ХДС/ХСС, ни СДПГ/СвДП. В противном случае это означало бы добровольный отказ от использования телевидения как средства манипулирования общественным мнением страны.

Такого не могут допустить партии капитала, пока им принадлежит власть.

# Манипулирующее телевидение

## I. Телепрограммы и их зритель

К началу 1977 года в ФРГ было зарегистрировано свыше 19 миллионов телевизоров<sup>1</sup>. Если считать, как это предлагают социологи, что в среднем на один приемник приходится три телезрителя, то в настоящее время более 95 процентов западногерманского населения имеют доступ к телевидению.

По оценке западногерманских телевизионных экспертов, в ФРГ к середине 70-х годов завершился «период экспансии» (распространения) телевидения и началась «фаза насыщения».

Особенно бурный среднегодовой прирост числа телеабонентов отмечен в 1960—1967 годах — 1,3 миллиона; с начала 70-х годов телевизионная сеть расширяется в среднем менее чем на три четверти миллиона телеприемников в год, в 1974 году прирост составил 460 тысяч, а в 1976 году — лишь около 300 тысяч<sup>2</sup>. Если к началу 1971 года около 5 процентов телезрителей имели цветные телевизоры и 2 процента — по два аппарата и более, то уже к 1972 году эти показатели увеличились соответственно до 10 и 7 процентов, а к 1974 году цветные телевизоры имели 19,5 процента, а двумя и более аппаратами владели 8 процентов аудитории.

В общем объеме ежедневного теле вещания в ФРГ свыше 18 часов приходится на долю двух программ, охватывающих всю страну; еще около 6 часов эфирного времени суммируется из местных передач, демонстрируемых по первому каналу, и передач третьего (целиком регионального) канала.

В этом огромном потоке разнообразной телепродукции западногерманский зритель чувствует себя вполне уверенно. Даже не заглядывая в журнал телепрограмм, он может безошибочно назвать основные передачи, которые предложит ему вечерний телеэкран. И не потому, что обладает особым чутьем или даром предвидения. Телевидение само идет навстречу своему зрителю. Постоянные телерубрики и серийные передачи с одними и теми же главными героями и ведущими составляют костяк программы любого теледня.

Новая же передача рекламируется за много дней вперед и по телевидению и в прессе.

По данным института «Инфратам», сотрудники которого исследовали время ежедневного потребления программ в течение 1968—1972 годов, западногерманские зрители в среднем смотрят телевизионные передачи по первому и второму телеканалам три с половиной часа в день, причем просмотру первой программы они посвящают около двух часов, а второй — около полутора часов. Руководящие работники западногерманского телевидения тотчас же подсчитали «процент реализации» (Verkaufsquote) телевизионных передач, уподобив ежедневную эфирную продукцию обоим каналам обыкновенному рыночному товару. Полученный итог, 20 процентов, свидетельствует о том, что «отношение предложения к спросу» (или, иными словами, отношение объема ежедневной телепродукции к ее потреблению зрителями) составляет 5:1. Таким образом, для потребления зрителем одной минуты телепрограмм надо «произвести» пять эфирных минут (у первой программы отношение предложения к спросу — 4,5:1, несколько лучше, чем у второй — 5,5:1)<sup>3</sup>.

Ежедневные передачи (в будни) первой и второй программ можно разделить на четыре основных блока:

первый — дневные передачи для детей, юношества и так называемые семейные программы, которые транслируются по первому каналу до 18.00;

второй — информационные и развлекательные передачи, реклама — с 16.30 до 19.00 по второй программе и с 18.00 до 20.00 по местной сети в рамках первой программы;

третий — основной вечерний блок общественно-политических и развлекательных передач, который начинается главным выпуском новостей (в 19.00 по ЦДФ и в 20.00 по АРД) и заканчивается так называемыми поздними новостями около 22.00;

четвертый — поздний блок, состоящий из «передач для меньшинства», рассчитанных на специфические группы зрителей, а также из актуальной событийной информации и трансляций (например, спортивных состязаний или интервью из космоса), — после 22.00\*.

Кроме того, АРД совместно с ЦДФ выпускают в будни утреннюю программу — с 10.00 до 13.15, — специально рассчитанную на зрите-

\* В воскресенье к названным четырем блокам добавляется еще один, утренний, который начинается анонсом программ на ближайшую неделю (в 10.00 по ЦДФ и в 10.45 по АРД). Основу утреннего блока составляют познавательные тележурналы «Справочное бюро» (АРД), «Утренний журнал» (ЦДФ), а также общественно-политические — «Актуальные вопросы» (ЦДФ) и «Беседа международных обозревателей» («Дер интернационале фрюшоппен» — АРД).

лей в Германской Демократической Республике. Эта телепрограмма редакционно обслуживается западноберлинской станцией «Свободный Берлин» и ретранслируется через передатчики, расположенные в непосредственной близости от границы с ГДР (помимо западноберлинского телецентра используются передающие станции Северонемецкой, Гессенской и Баварской вещательных организаций). Утренняя программа, основной костяк которой составляют политические тележурналы, выпуск новостей и обзор печати, может рассматриваться в одном контексте с передачами «Дойчландфунк» («Германское радио») и «Дойче велле» («Немецкая волна»), которые, будучи официально правительственными (федеральными) радиостанциями, ведут направленную пропаганду против ГДР.

Еще в 1961 году, обозревая перспективы политики «наведения духовных мостов» между Западом и Востоком (что в переводе с языка буржуазных идеологов означает политику идеологических диверсий против социалистических стран), газета «Вестфелише рундшау» писала о больших надеждах, связанных с телевизионной пропагандой на Германскую Демократическую Республику: «Две третьих зоны (так на языке «холодной войны» именовалась ГДР.— Р. К.) обслуживаются сегодня передающими телестанциями, находящимися по эту сторону границы. Баварская передающая станция на горе Оксенкопф в районе Фихтельгебирге — это оплот свободы, и следовало бы после воссоединения (имеются в виду расчеты на «поглощение» ГДР.— Р. К.) соорудить на этой горе памятник»<sup>4</sup>.

Западногерманские телестанции используют для пропаганды на ГДР не только специальную утреннюю программу. Можно с уверенностью сказать, что в той или иной степени большинство передач западногерманского телевидения создается с учетом возможности их приема на территории ГДР. Однако эта проблема заслуживает отдельного обстоятельного анализа. Здесь же утренняя программа телевидения ФРГ упомянута лишь постольку, поскольку она занимает постоянное место в общей сетке вещания по первому каналу.

Что касается третьей телевизионной программы, то, говоря о ней, правильнее было бы употребить множественное число, ибо фактически телестанции ФРГ в общей сложности выпускают пять обособленных «третьих» программ. Уже в конце 1959 года Западнонемецкая и Северонемецкая вещательные организации решили выпускать отдельную информационно-образовательную программу независимо от первой (то есть общей программы АРД). Но осуществление этого плана затянулось из-за открытия второго канала.

Раньше других стал транслировать передачи по третьему каналу Баварский телецентр — в сентябре 1964 года. Буквально через несколько дней третью программу ввело Гессенское телевидение. Северонемецкая и Бременская вещательные организации совместно начали регулярные передачи по третьему каналу осенью 1965 года.



С декабря этого же года третий канал стало осваивать Западно-немецкое телевидение (экспериментальный цикл продолжался до 1967 года, когда и состоялось официальное открытие третьей программы). И, наконец, в апреле 1969 года еще три станции АРД — Юго-Западная, Южнонемецкая и Саарская — приступили к совместному выпуску программы «Зюдвест III».

Передачи, идущие по третьему каналу, имеют различные девизы и акценты: у Баварского телевидения, например, откровенно учебная ориентация, в то время как продукция Северонемецкой и Бременской станций (так называемой «Северной сети») рекламируется как «программа для размышлений». Однако, несмотря на эти во многом формальные отличия, основное направление всех третьих программ может быть определено как учебно-образовательное, а основное содержание их составляют учебные курсы, которые предназначены для самых различных слоев населения и возрастных групп — от младших школьников до пенсионеров. При этом телестанции стараются не дублировать вечернюю гимназию или институт, а «образовывать, развлекая».

Кроме учебно-образовательных циклов по третьему каналу (преимущественно в вечерние часы) показываются информационные, публицистические и развлекательные передачи, которые, однако, в отличие от подобных передач первой и второй программ, рассчитаны на более дифференцированные группы зрителей.

Характерно, что лишь около 40 процентов всей телепродукции третьего канала готовится профессиональными журналистами телевидения, остальные 60 процентов приходятся на долю деятелей искусства, ученых и педагогов<sup>5</sup>.

Первая и вторая программы практически идут полностью в цвете (исключение составляют старые киноленты и видеозаписи, некоторые событийные репортажи, а также передачи или телефильмы, в которых черно-белому изображению отдано предпочтение по творческим, эстетическим соображениям). Передача цветного изображения осуществляется по системе «ПАЛ», разработанной западногерманским профессором Вальтером Брухом и фирмой «Телефункен» и применяемой ныне большинством западноевропейских стран, имеющих постоянную телевизионную программу в цвете. Регулярные передачи цветного телевидения ведутся в ФРГ с 1967 года.

Западногерманское ТВ имеет хорошо развитую сеть передающих и ретрансляционных станций, оснащенных самым современным оборудованием и обеспечивающих девяносто пяти процентам телеаудитории ФРГ устойчивый и высококачественный прием программ. Однако работы по дальнейшему совершенствованию трансляционной сети не прекращаются. И ведутся они в основном в двух направлениях. Во-первых, проявляется забота о тех самых пяти процентах зрителей, которые живут в местностях, закрытых горами, или по со-

седству с небоскребами и потому не могут принимать качественное изображение. Во-вторых, изыскиваются пути для открытия новых телевизионных каналов, так как страны Западной Европы — и ФРГ в том числе — из-за обилия работающих телестанций испытывают «частотный голод», который вынуждает западногерманское телевидение ограничиваться тремя программами, передаваемыми в диапазоне метровых-дециметровых волн<sup>6</sup>.

Чтобы разом решить эти две проблемы, федеральная почта сейчас изучает возможность использования для теле вещания сантиметровых волн (длиной около 2,5 см). Но такие волны, подобно световым, задерживаются или ослабляются атмосферными осадками и другими физическими препятствиями, поэтому их использование сопряжено пока с большими трудностями.

Ряд фирм предложил применить для нужд западногерманского ТВ спутники связи, которые будут передавать получаемые от телестанций сигналы на коллективные наземные антенны, снабженные специальными преобразователями частот, благодаря чему высокочастотные волны, как бы растянутые по длине, смогут приниматься обычными телевизорами. Затраты на развитие такой системы, включая запуск спутников с помощью американской ракеты, оцениваются в 800 миллионов марок, а ежегодные расходы по эксплуатации системы — в 40—60 миллионов марок. Этот проект может быть осуществлен в начале 80-х годов, тогда как строительство в стране кабельной телевизионной сети, по расчетам специалистов, потребовало бы не один десяток лет и обошлось бы в 50 миллиардов марок<sup>7</sup>.

В то же время в ФРГ проводятся эксперименты в области локального применения кабельной сети (для густонаселенных районов). В настоящее время в Гамбурге и Нюрнберге федеральная почта испытывает пробные системы кабельного телевидения, которое помимо основной функции — трансляции программ — может использоваться, например, в качестве видеотелефона или служить для передачи различной информации в текстовой форме, а также выполнять множество других услуг, предусматривающих двустороннюю связь между коммуникатором и реципиентом, — от заказа потребительских товаров с помощью так называемого обратного канала до «электронно организованных собраний», участвовать в которых (причем с правом голоса!) можно, не покидая квартиры.

Кабельное телевидение несет в себе возможность «открытых каналов», то есть непосредственного участия в коммуникативном процессе самих телезрителей вплоть до создания ими передач. Эта перспектива внушает опасения телеманипуляторам. Не случайно Комиссия по расширению технической системы коммуникации (сокращенное название — КТК), созданная несколько лет назад федеральным правительством и представившая в январе 1976 года в бундестаг результаты своих исследований, пришла к выводу, который отвечает

интересам власть имущих: у западногерманского населения на сегодняшний день якобы «отсутствует четкая и неотложная потребность» в кабельном телевидении, и потому создание кабельной сети в масштабе всей страны «не может быть рекомендовано»<sup>8</sup>.

Западногерманские коммунисты, демократическая общественность страны, вскрывая классовую сущность «рекомендаций» КТК, выступают за широкое внедрение кабельных сетей, за организацию кабельного телевидения на демократических началах, исключающих использование его в коммерческих целях<sup>9</sup>.

Еще одна форма распространения звукозрительных сообщений, о которой много говорится в последние годы,— это видеопластинки.

В 1973 году журнал «Штерн» сообщил, что в ФРГ вышла в свет «первая в мире книга с теледисками»<sup>10</sup>. Ее издал директор третьей программы Западнонемецкого телевидения Вернер Хёфер. Оставим на совести Хёфера (о нем речь впереди) символичное название книги — «Германия трижды»,— недвусмысленно говорящее о том, что старый мотив о «единстве нации» повторяется здесь троекратно: в тексте, на фотографиях и в четырнадцати видеопластинках. Немаловажен сам факт появления нового коммуникативного средства, таящего в себе — особенно в перспективе — определенные пропагандистские возможности.

Вслед за книгой Хёфера в ФРГ, если верить «Штерну», появились первые в мире серийные теледиски<sup>11</sup> (сокращенное название «ТеД» — Television Disc\*), разработанные инженерами фирмы «Телефункен», а также поступили в продажу первые шесть тысяч видеопроекторов.

Между монополиями сразу же развернулась борьба за овладение новым средством коммуникации, которое может вскоре получить широкое распространение. Среди самых могущественных претендентов на ведущие позиции «Штерн» называет хорошо известные монополистические концерны прессы и индустрии грампластинок — «Бертельсман», Шпрингера, Хольцбринка,— настойчиво стремящиеся к тотальной узурпации права на формирование общественного мнения в стране. Но пока, конечно, телевидение остается важнейшим средством воздействия на массовую аудиторию.

\* «ТеД» в полтора раза больше обычной пластинки. Продолжительность проигрывания — до 10 минут. Проигрывается только одна сторона пластинки. Таким образом, например, часовой фильм состоит из шести дисков. Изображение воспроизводится на экране обычного телевизора, к которому подключается проигрывающее устройство. Новейшие марки западногерманских телевизоров имеют специальные гнезда для подключения телепроектора.

Одновременно с развитием материально-технической базы телевидения расширяется и совершенствуется система «обратной связи». Изучением телеаудитории занимаются, в частности, социологические институты «Инфратам» (в Вецларе) и «Инфратест» (в Мюнхене), которые непосредственно следят за зрительской реакцией на те или иные передачи, улавливают тенденции изменения зрительских вкусов. В местных газетах регулярно публикуются списки так называемых «телефаворитов недели».

Исходные данные получают следующим образом. В 875 телевизорах (репрезентативный отбор), принимающих первую и вторую программы, установлены так называемые тамметры — приборы, точно фиксирующие время включения и выключения телевизора, а также переключения на другой канал. Сотрудники «Инфратама», суммируя показания тамметров, определяют, какой процент аудитории смотрел ту или иную передачу (с долей условности, конечно, так как включенный телевизор не может служить гарантией того, что зритель в это время занят просмотром передачи, а не приготовлением ужина).

По методу «Инфратест» 300 телезрителей (тоже репрезентативный отбор) ежедневно опрашиваются о прошедших накануне передачах. Каждый из опрашиваемых может выставить за передачу одну из шести оценок: «очень хорошо», «хорошо», «удовлетворительно», «скорее неудовлетворительно», «плохо», «очень плохо». Максимальный балл равен 100. Он возможен в том случае, если все зрители оценят передачу как «очень хорошую». Низший, нулевой, балл соответственно означает, что все поставили оценку «очень плохо». По этой шкале и выводится индекс, который затем суммируется с соответствующими данными «Инфратама».

Однако такой метод выявления зрительских симпатий, практикуемый с 1963 года, все менее удовлетворяет руководителей телестанций. Поэтому они передали заказ на изучение телеаудитории в 1975—1980 годах Бад-Годесбергскому социологическому институту (Инфас) и институту демоскопии в Алленсбахе (ИФД), которые создали для этой цели совместную исследовательскую группу под названием «Рабочее содружество «Телескопия».

Новый метод основан на использовании телескомата — прибора, по внешнему виду напоминающего кассетный магнитофон. Он автоматически регистрирует включение и выключение телеприемника, а также переключение каналов. Кроме того, каждый член семьи, начиная с трехлетнего возраста, имеет на телескомате свою клавишу, которую он должен нажимать всякий раз вместе с началом и окончанием просмотра. Таким образом, непосредственно контролируется просмотрное время, а не просто часы работы телеприемника, как это фиксировалось тамметром.

Специальная электронная часть телескомата преобразует полу-

чаемую информацию в звуковые сигналы и затем автоматически передает их по телефонной связи компьютеру Инфаса. Уже на следующий после передачи день телестанции получают точные данные об объеме и структуре телеаудитории, причем это относится и к передачам третьего канала, который до сих пор оставался вне поля зрения социологов.

Телескоматы сейчас установлены в 1200 репрезентативно избранных квартирах.

Что касается зрительских суждений о конкретных передачах, то их выяснением занимается особая группа исследователей — представителей Инфаса и ИФД.

Западногерманские специалисты считают, что новая система надежнее и дешевле (затраты станций — 2,8 миллиона марок в год), чем остальные известные в настоящее время (например, «метод дневника», который практикуется в Японии и Голландии).

Делается все это, конечно, не ради интересов аудитории. Зрительский вкус, зрительская оценка занимают тех, в чьих руках находится западногерманское вещание, постольку, поскольку знание дает возможность управлять зрительскими симпатиями и антипатиями, направляя их в нужное руководству телевидения русло. Потакая зрителям, подлаживаясь под их вкусы, манипуляторы, в сущности, возвращают массе ее же собственные предрассудки, разумеется, соответствующим образом «отредактированные». Можно сказать, что происходит своеобразное паразитирование на человеческих слабостях для пропаганды буржуазной идеологии.

Данные социологических исследований учитываются при составлении программ, при определении места передачи в сетке вещания. Программирование осуществляется так, чтобы оно обеспечивало максимальный «сбыт» одних передач и ограничивало аудиторию других, то есть, иными словами, по возможности предопределяло, кто, что и когда должен (или не должен!) смотреть.

Вот один лишь красноречивый пример в подтверждение сказанного. В начале 70-х годов «Инфратест» по заказу руководителей обеих программ провел исследование режима дня (во время рабочей недели) и «жизненных привычек» телеаудитории<sup>12</sup>. Результаты опроса 13 627 человек свидетельствовали о том, что между 19.00 и 21.00 число так называемых потенциальных зрителей (то есть тех, кто находится дома и не спит) составляет в среднем (с некоторыми колебаниями в зависимости от времени года) около 82 процентов от общего количества телеабонентов. А с 21.00 это число резко убывает: например, в 22.00 более половины телезрителей уже в постели, к 22.30 количество потенциальных зрителей сокращается до трети всей охватываемой телевидением аудитории.

Руководство Второго немецкого телевидения, детально изучив данные этого исследования, пришло к выводу о целесообразности

изменения структуры второй программы. Взвесив все «за» и «против», христианско-демократические лидеры ЦДФ настояли на том, чтобы передвинуть начало вечернего блока с 19.45 на 19.00.

Новая сетка вещания, введенная осенью 1973 года, позволила руководителям второй программы не только привлечь часть постоянных зрителей первого канала (о чем уже шла речь выше), но и более планомерно вести «обработку сознания» своей аудитории. В отрезок времени между 19.00 и 21.00, который начинается и заканчивается выпусками новостей, руководители второй программы стараются укладывать все, что, по их мнению, непременно должно смотреть массовый зритель. После 21.00 (а также до 19.00) предпочтение отдается передачам, которые массовый зритель может не смотреть или не должен смотреть. Последнее относится больше всего к рубрикам со сколько-нибудь острой социально-политической направленностью, таким, как «Журналисты спрашивают — политики отвечают» (четверг, 22.00), «Аспекты» (вторник, 21.50), «Спорный вопрос» (четверг, 21.15), «Точка зрения» (вторник, 21.15) и другие.

Здесь отчетливо проявляется классовый характер телевидения ФРГ. На это указывает, в частности, западногерманский ученый-коммунист профессор Х. Хольцер, который в одной из своих работ анализирует причины и следствия резкого падения интереса большинства зрителей, вынужденных очень рано начинать рабочий день, к передачам после 21.00. Х. Хольцер приходит к выводу, что основная масса трудящихся, тех, кто более всего нуждается в общественно-политической информации, лишается ее «посредством технических трюков со временем трансляции передач» и в силу этого утром следующего дня «попадает в лапы» бульварной газеты «Бильд-цайтунг»<sup>13</sup>.

По примеру Второго немецкого телевидения сейчас собирается перестроить программу и руководство АРД. Причиной тому послужило уменьшение числа зрителей первого канала, отмеченное в 1975—1976 годах рабочей группой «Телескопия». Разработан план новой вещательной сетки, который после одобрения интендантами всех региональных вещательных центров начал осуществляться в 1978 году.

Главная цель предполагаемых изменений первой программы — сделать ее более привлекательной, более «близкой» зрителю, для чего планируется увеличить удельный вес развлекательных передач за счет политических тележурналов<sup>14</sup>, а также перестроить расписание примерно по тому же принципу, каким руководствовалось Второе немецкое телевидение.

Подобные реформы — это лишь частное проявление манипуляторских тенденций западногерманского ТВ, которые сильнее всего сказываются, конечно, в самой телевизионной продукции.

## 2. «Объективный» антикоммунизм информационных передач

Начать эту главу хотелось бы с краткого экскурса в год 1968-й. Тогда на международном кинофестивале документальных фильмов в Лейпциге демонстрировалась (и была премирована одним из главных призов фестиваля — «Серебряным голубем») западногерманская лента «Церковный праздник 1968». Прогрессивные кинематографисты из Мюнхена, объединившиеся в киногруппу «Дас тим», сняли свою документальную ленту в форме экранной анкеты, на которую отвечают жители Лейтерсхаузена, собравшиеся на церковный праздник.

Кинематографисты, разумеется, не задавались целью провести репрезентативный социологический опрос населения. Их фильм, по собственному признанию авторов, тенденциозен своим антикапиталистическим, антиреваншистским пафосом. Но именно эта тенденциозность в отборе материала позволила группе «Дас тим» дать правдивую картину ужасающей политической ограниченности и манипулируемости «среднего бюргера» ФРГ 60-х годов.

Герои экрана повествуют о своих жизненных целях и идеалах, которые в конечном счете сводятся к накоплению богатства, высказываются за «социальное партнерство» между рабочими и предпринимателями. Но особенно примечательна реакция интервьюируемых на вопрос о том, «должно ли быть что-то изменено в общественно-политическом строе ФРГ». Эта глава фильма (а всего их семь) так и называется — «Изменить?». Подобный вопрос никак не укладывается в головах у опрашиваемых. Они удивлены, растеряны, в замешательстве лепечут сначала нечто нечленораздельное, а потом, когда к ним возвращается дар речи, каждый заявляет, что никакие изменения не нужны, что всем он доволен, всё хорошо — и да будет так впредь.

Это «довольное сознание» обывателя, не желающего каких бы то ни было перемен, по мысли авторов фильма, является серьезнейшим препятствием на пути к классовой солидарности трудящихся Федеративной Республики Германии.

На почве этого «довольного сознания» в западногерманском обществе 50—60-х годов пустил свои корни глубокий антикоммунизм, характеризующийся, в частности, тем, что понятия «коммунизм», «большевизм», «Советы» для большинства отождествлялись прежде всего с «террором», «насильственным изменением строя»<sup>15</sup>.

Однако последующие годы принесли с собой определенные перемены, отразившиеся на общественно-политическом климате

страны и на образе мыслей множества западногерманских граждан.

Об этом свидетельствует и экран. Для начала 70-х годов симптоматичен фильм Тео Галлера и Рольфа Шюбеля «Красные флаги видны всем». Сам факт его демонстрации по телевидению (в декабре 1971 года) говорит о многом. Впервые широкому телезрителю в ФРГ был представлен, хотя и в сокращенном цензурой варианте, фильм, показывающий капиталистическое предприятие, капиталистические методы хозяйствования (в частности, закрытие химических заводов «Фрикс» в Крефельде и массовые увольнения) с точки зрения рабочих. «Все зависит от вас, рабочих, от вашего единства! — звучал в финале этого фильма голос популярного в ФРГ исполнителя политических песен протеста Дитера Зюверкрюпа. — Без ваших рабочих рук не могут существовать ни заводы «Фрикс», ни государство!»

Но, думается, лучше всего перемены во внутривнутриполитическом климате ФРГ телеэкран проиллюстрировал весной 1970 года, когда из обзора новостей «Тагесшау» убрали... карту гитлеровского рейха в границах 1937 года, которая служила обязательным наглядным пособием при чтении сводки погоды «для Германии». И хотя реваншистская карта исчезла не по официальному распоряжению правительства (это было бы «вмешательством в дела общественно-правового телевидения»), а, как было заявлено в печати, «по техническим соображениям» (она была заменена пестрой географической картой в связи с началом трансляций «Тагесшау» в цвете), подобный шаг был бы невозможен без позитивных изменений в политике боннского руководства.

И все же происшедшие и происходящие ныне в ФРГ перемены не столь глубоки, чтобы об антикоммунизме как основном направлении буржуазной пропаганды можно было говорить в прошедшем времени.

Вместе с тем в условиях вынужденного приспособления к меняющейся обстановке в мире буржуазия видоизменяет формы своей пропаганды, методы воздействия на массы, пытается — из-за неспособности выработать позитивную программу — «создать иллюзии более широкого идеологического выбора, характерного якобы для «открытого общества», за которое империалистические идеологи стремятся выдать капитализм»<sup>16</sup>.

Западногерманское телевидение ежедневно на миллионах экранов проповедует и внедряет в сознание масс эти «иллюзии широкого идеологического выбора», иллюзии того, что граждане ФРГ живут в истинно демократическом, «плюралистическом» государстве, свободном от эксплуатации и классовой борьбы. (Не случайно во время демонстрации фильма «Красные флаги видны всем» руководство первой программы распорядилось не давать в эфир ту часть песни



Зюверкрюпа, где автор зло высмеивал миф о социальном партнерстве рабочих и предпринимателей.)

Для информационных и общественно-политических передач западногерманского телевидения, как и вообще для буржуазной телепропаганды, характерна нарочитая игра в объективность (мы, мол, только регистрируем факты — выводы за зрителем). В действительности же это лишь уловка, направленная на то, чтобы ослабить способность аудитории к самостоятельным выводам и незаметно подставить на их место стереотипные представления, угодные манипуляторам.

Интересны в этом аспекте замечания советского исследователя Я. Н. Засурского, высказанные в коллективной монографии «Журналистика в буржуазном обществе»: «В условиях научно-технической революции на массы читателей, зрителей, слушателей обрушивается через каналы телевидения, радиовещания, газеты и журналы такой огромный поток информации, что это затрудняет выявление главных и важнейших тенденций общественного развития: информационный бум переходит в информационное загрязнение сознания масс населения капиталистических стран, становится новым и очень важным моментом дезинформации. <...> Буржуазная журналистика пытается помешать увидеть главные закономерности исторического процесса, действуя, в частности, с помощью избыточного потока информации по принципу, чтобы за деревьями не было видно леса, а также тщательно подбирая из гор информационного шлака мало-значительные, но могущие заинтересовать обывателя сообщения...»<sup>17</sup>.

Важное и малосущественное, значительные события и мнимые сенсации ежедневно предстают на западногерманском телеэкране в таком пестром наборе, который дезориентирует зрителя, уравнивая в его сознании вещи несоизмеримые и заслоняя «горами информационного шлака» кардинальные социально-политические проблемы.

Сообщения в основных информационных передачах («Тагешшау» — АРД, «Хойте» — ЦДФ) читаются подчеркнуто бесстрастно, нейтральным, свободным от проявления каких-либо чувств голосом. Эталоном здесь служит шеф-диктор «Тагешшау» Карл Гейнц Кёпке, который не только провозглашает, но и показывает на практике, как надо читать новости: «...четко и разнообразно, но без какой бы то ни было выразительности в голосе»<sup>18</sup>.

Что касается комментария в информационных передачах, который обычно подается в самом конце выпуска, перед прогнозом погоды на завтра, то он обособляется от сообщений и зрительно — специальной заставкой и акустически — объявлением диктора.

По мнению профессора Х. Хольцера, обзоры новостей и другие информационные передачи привлекают аудиторию не столько из-за своего «чисто информационного характера», сколько благодаря щед-

ро практикуемой в них «персонализации общественных фактов», при которой «политические события подаются через личности и идентифицируются с последними»<sup>19</sup>. Думается однако, что персонализация в программах западногерманского телевидения — это не просто средство привлечения зрителей, но и одна из форм манипуляторского воздействия на них. Да и сам Х. Хольцер в другой своей работе подчеркивает, что персонализация общественно значимых событий «создает у читателя, слушателя, зрителя впечатление личной причастности и прямого контроля за их ходом и тем самым мешает ему распознать в политических и прочих фигурах, заполняющих газеты, журналы, экраны, характерные маски установившихся отношений господства и подчинения»<sup>20</sup>.

Персонализация фактов как способ манипулирования общественным мнением характеризуется тем, что разнообразная социально-политическая информация, причинно-следственные связи общественно-экономических процессов, происходящих внутри страны или за ее пределами, расстановка сил на международной арене сводятся к высказываниям и действиям отдельных личностей. Например, осуществление важных государственных актов трактуется как нечто зависящее чуть ли не от настроения того или иного государственно-го деятеля. Не удивительно поэтому, что наиболее часто встречающийся тип информационных сообщений — не что иное, как изложение высказываний известных лиц по определенному вопросу или спекуляции вокруг этих высказываний.

Подчеркивая силу внушения «нейтральных», «чисто информационных» сообщений телевидения, западногерманский публицист Ганс Кристиан Рёглин пишет о своих ощущениях телезрителя: «Мы верим, что знаем все, что только возможно знать, однако, в сущности, едва ли знаем что-либо, потому что мы вовсе не способны включить в свою жизнь этот бессвязный поток информации»<sup>21</sup>.

И все же — «мы верим». Телезрители ФРГ предпочитают «объективные» выпуски новостей всем остальным информационно-публицистическим передачам. По данным 1974 года, актуальные информационные передачи вызывают наибольший интерес зрителей: их смотрят 66 процентов телеаудитории<sup>22</sup>.

Примечательно, что в 60-х годах, когда «Хойте» давала в эфир развернутые комментированные сообщения, постоянная аудитория этой передачи (те, кто смотрел ее не менее четырех раз в неделю) включала лишь 25 процентов зрителей, тогда как «Тагесшау» (а ее форма «объективной» подачи новостей не меняется уже на протяжении двадцати лет) регулярно смотрели 73 процента зрителей.

Методы манипулирования, основанные на создании иллюзии объективности новостей, известны давно. К ним относятся такие, как тенденциозный отбор фактов (когда якобы из-за недостатка места

в газете или времени в эфире опускаются важные, но неугодные коммуникатору сообщения), соответствующая определенной пропагандистской цели верстка (позволяющая незаметно расставить дополнительные смысловые акценты в общем потоке сообщений), формулирование текста с использованием идеологических стереотипов (предлагающих реципиенту готовое мнение, предвзятую оценку того или иного социального явления и потому препятствующих критическому анализу действительности) и т. д.

Все эти методы широко используются и западногерманским телевидением. Используются, правда, не с той степенью наглости, как это делает, например, шпрингеровская пресса, однако с достаточно четкой антикоммунистической направленностью, которая проявляется и в замалчивании деятельности Германской коммунистической партии, и в воскрешении всевозможных «бывших» коммунистов типа «героев пражской весны», и в том, что постоянное место в обзорах новостей занимают сообщения о «советских диссидентах» и прочие стандартные мотивы буржуазной пропаганды.

В мае 1973 года, когда все западногерманское население жило под впечатлением визита Генерального секретаря ЦК КПСС Леонида Ильича Брежнева в ФРГ, телестанции — особенно Второе немецкое телевидение и Баварский телецентр по местной сети — своей «объективной» информацией старались принизить, а зачастую и исказить значение этого события.

В день прибытия советской делегации в Бонн «Хойте» подробно информировала зрителей о том, что «самолет приземлился на несколько минут раньше, чем ожидалось», что канцлер ФРГ, ожидая гостей, находится «в подчеркнуто раскованном состоянии», и т. д. За всеми этими деталями встречи «упустили» самое важное: рассказать о целях визита, который должен был способствовать укреплению взаимного доверия, дальнейшему развитию связей между обоими государствами в интересах мира и международного сотрудничества. Эту недостающую информацию «восполнил» комментарий боннского корреспондента ЦДФ Шёттле, который так интерпретировал теплую встречу советской делегации на земле ФРГ: Советский Союз «преследует интересы мировой державы», и его посланцы прибыли в ФРГ для того, чтобы «твердо настоять на этих интересах». Комментарий заканчивался призывом воздержаться от односторонних уступок, которых якобы будет добиваться на переговорах Советский Союз.

Вслед за выступлением Шёттле как бы в подкрепление к сказанному были показаны кадры, в которых кучка хулиганов из близкой к ХСС реакционной молодежной организации потрясала кулаками около одного из информационных стендов Германской коммунистической партии, где были вывешены плакаты, приветствующие визит советских гостей.

Аналогичным образом были смонтированы и выпуски «Хойте» в последующие дни. Каждый начинался мажорными нотами, поскольку Второе немецкое телевидение уже не могло игнорировать тот факт, что визит Л. И. Брежнева производил огромное впечатление на общественность ФРГ и всего мира. Однако заканчивался выпуск очередной «ложкой дегтя», которую выплескивали на телевизионный экран то с помощью членов ультралевой промаоистской группировки, выступившей в Дортмунде с протестом против «советского нажима», то вновь с помощью хулиганствующих молодчиков, на этот раз устроивших антисоветскую демонстрацию в Западном Берлине. А в день подписания совместного заявления «Хойте» предоставила экран профессиональному антикоммунисту и советологу Нильсену-Штоккеби, который призвал «немецкую сторону» соблюдать «осторожность в игре» с СССР.

До сих пор речь шла о таких методах скрыто тенденциозной подачи новостей путем их отбора, верстки, комментирования, которые применяются и печатью, и радио, и телевидением буржуазных государств с некоторыми поправками на специфику того или иного средства массовой информации. Но телевидение благодаря использованию изобразительного ряда имеет и свои особые по сравнению с другими средствами пропаганды возможности манипуляторского воздействия на аудиторию информационных передач.

Так, сообщение, проиллюстрированное кинохроникой или, что еще более впечатляет, включающее телерепортаж с места событий, задерживается в памяти зрителя дольше, чем текст, прочитанный диктором в кадре. К тому же известно, что человек больше верит тому, что видит своими глазами. Даже если зритель настолько обрассован, что понимает: его глаза в данном случае — это объектив камеры, который он не властен направлять по своему желанию, все же для него «лучше один раз увидеть...». По этой причине хроникальными кадрами в первую очередь подкрепляются материалы, несущие нужный идеологический заряд (как, например, сообщения об антисоветских демонстрациях в упоминавшихся выпусках теле новостей).

Манипуляторы могут целенаправленно использовать в теленовостях и специфические свойства объектива, который в зависимости от точки съемки способен, по словам западногерманского тележурналиста Курта Весселя, «в высшей степени миловидного человека превратить в карикатуру, в предмет общественного осмеяния и даже презрения»<sup>23</sup>,

Кроме точки показа имеет немаловажное значение и выбор момента съемки. Тот же Курт Вессель, автор популярного в 60-х годах тележурнала «Между нами говоря», справедливо считает, что можно создать определенное мнение о человеке, например об участнике какой-либо дискуссии, давая его портрет на телеэкране в тот

момент, когда этот человек «не знает, что он в кадре, и, быть может, именно сейчас выглядит не особенно умным»<sup>24</sup>.

Впрочем, последний прием имеет отношение преимущественно к показу дискуссионных раундов, к тем самым тележурналам, которые, предоставляя экран своим политическим конкурентам, стараются выставить их в неприглядном свете и которые постоянно обмениваются взаимными упреками в манипулировании общественным мнением в пользу той или иной партии. Обмениваются упреками и... продолжают манипулировать.

### **3. «Творческие методы» модераторов политических тележурналов Вернера Хёффера и Герхарда Лёвентала**

Если обзоры новостей адресуются самой широкой аудитории, то общественно-политические тележурналы применяют дифференцированный подход к зрителю. Среди них есть — по аналогии с органами буржуазной прессы — и «массовые», которые показываются в самое удобное для основного контингента зрителей время, и «элитарные», рассчитанные на определенные социальные группы\*.

Нагляднее всего различия проявляются, естественно, у тех журналов, которые находятся на разных полюсах этой градации: к такому можно отнести предназначенный для самой широкой аудитории «ЦДФ-магазин» Герхарда Лёвентала и «Дер интернационале фрюшоппен» (АРД, Западнонемецкое телевидение) Вернера Хёффера, рассчитанный на более узкий круг постоянных зрителей. Отсюда и дифференциация применяемых там и здесь методов манипулирования общественным мнением.

В чем разница между этими журналами? Как отмечают авторы изданного в ГДР коллективного труда «Манипулирование», чем уже аудитория, к которой обращается тот или иной орган буржуазной печати, радио- или телепередача, тем больше идеологическая на-

\* Оговоримся: деление это условно, тем более что по своей массовости политические тележурналы, собирая до 40 процентов зрителей, явно уступают популярнейшим развлекательным передачам или тем же обзорам новостей, привлекающим до двух третей телеаудитории (а то и более).

правленность их материалов может отклоняться от «стандартной политической линии», от «официально-государственной точки зрения»<sup>25</sup>. Следует лишь заметить, что в применении к политическим тележурналам ФРГ правильнее говорить не об «официально-государственной точке зрения», а о политических позициях той буржуазной партии, которая опекает и контролирует данную передачу.

На форму, а в известной степени и на содержание политических тележурналов налагают свой отпечаток личности их авторов и ведущих (модераторов). Здесь проявляется еще один аспект персонализации, заключающийся в том, что тот или иной тележурнал отождествляется с определенной личностью. Иными словами, в данном случае персонализируются уже не факты (вернее, не только факты), но сама информация о них.

Передачу «Дер интернационале фрюшоппен» так же не спутаешь с «ЦДФ-магацин», как невозможно одного модератора принять за другого. Если в передаче «Дер интернационале фрюшоппен» дозировка правды, полуправды и откровенной лжи рассчитывается с аптекарской точностью, то Лёвенталь о существовании первых двух вроде бы и не подозревает.

Начнем с Вернера Хёфера. На сегодняшний день он занимает высокий пост телевизионного директора Западнонемецкой вещательной организации и считается одной из влиятельнейших фигур западногерманского телевидения. Под его руководством работают около трех тысяч сотрудников.

Филолог и журналист по образованию, он весьма успешно начал свою журналистскую карьеру, получив в 1940 году место корреспондента в газете «Дас райх» — газете, передовые статьи для которой регулярно поставлял сам министр пропаганды Геббельс. Однако об этой странице своей биографии В. Хёфер предпочитает не вспоминать.

С 1947 года он участвует в создании актуальных политических передач — сначала для радио, а затем и для телевидения.

Сегодня Хёфер причисляет себя к сторонникам социал-демократов. Его тележурнал, представляющий собой беседу международных обозревателей за круглым столом, побил все рекорды долголетия среди подобных себе передач и является в этом качестве едва ли не абсолютным чемпионом мирового телеэкрана.

Днем рождения передачи Вернера Хёфера считается 6 января 1952 года, хотя на телеэкран она вышла только в августе 1953 года, а до этого транслировалась лишь по радиосети. С 1953 года и по сей день «Дер интернационале фрюшоппен» выходит в радиотелевизионный эфир каждое воскресенье, в 12.00. За все это время выпало лишь несколько передач, да и те — в первые два года существования журнала. Передача Хёфера превратилась в своего рода воскресный ритуал для той части западногерманских зрителей, ко-

торые предпочитают неторопливую respectable беседу броскости и эмоциональной напористости, характерным для наиболее массовых тележурналов.

«Фрюшоппен» можно назвать политическим шоу. И не только потому, что сам Хёфер окрестил себя «шоуменом». Слово «шоу» в переводе с английского буквально означает «показ», «выставка», «зрелище», «спектакль». Учитывая эти первоначальные значения слова, как раз и можно назвать передачу Хёфера одним из политических шоу «свободного» западногерманского общества. К тому же эта передача изящна и празднична, как истинное шоу (на сей раз уже в современном жанровом значении этого слова). Разве что гонорары, которые получают шесть (включая Хёфера) участвующих в ней журналистов, гораздо скромнее, чем у звезд развлекательных программ.

Метод работы Хёфера с участниками передачи прост: никакой режиссуры, никакого предварительного уговора или дискуссий. «Для подогрева» пяти журналистам, прибывающим в студию за час до начала передачи, предлагают кофе и коньяк. От журналистов, по словам Хёфера, требуется в этот час только одно — «держат порох сухим».

В 12.00 крепкие напитки заменяют рейнским вином (кстати, «фрюшоппен» буквально означает «утренний бокал вина»), и на протяжении следующих сорока пяти минут идет беседа за бокалом — теперь уже перед работающей телекамерой. В большинстве случаев «порох», который держали сухим, так и не вспыхивает.

Для передачи Хёфера характерна обтекаемость, способная, как язвительно заметил Вольф Доннер в газете «Ди цайт», «горячие международные конфликты превратить в чуть тепловатые»<sup>26</sup>. По крайней мере к этому стремится сам модератор, подбирая для воскресного разговора соответствующий состав участников. Как правило, это аккредитованные в ФРГ журналисты буржуазных газет, радио, телевидения, для которых передача Хёфера является хорошей рекламой. Приглашенные весьма осторожны в формулировках, тем более что далеко не всегда они оказываются компетентными в вопросах, подлежащих обсуждению. В таких случаях «Фрюшоппен» преподает им основы курса, меткое название которому дал тот же В. Доннер: «Как с помощью многих слов не сказать ничего»<sup>27</sup>.

Тем не менее для того, чтобы поддержать миф о свободном обмене мнениями за круглым столом, иногда приходится идти на некоторые издержки в виде «отклонений от стандартной линии», о которых речь шла выше и амплитуда которых зависит от состава участников беседы.

Наибольшие отклонения возможны в тех случаях, когда за круглый стол приглашают журналистов из социалистических стран. При этом соотношение сил в передаче, если говорить о числе участни-

ков, обычно бывает 5:1 в пользу Хёфера и его единомышленников. А значит, у сторонников Хёфера и времени для утверждения своих взглядов в пять раз больше, чем у оппонента. Причем в пять раз — это как минимум, ибо модератора «Фрюшоппен» отличает способность незаметно и весьма искусно переводить разговор в желаемую плоскость, подменяя конкретный анализ того или иного события ничего не значащими фразами. Кроме того, он в совершенстве владеет умением лишь — опять-таки «корректно» — возможности высказаться одного из участников встречи и передать слово другому.

Делается это, например, так. В начале выпуска, когда идет представление телезрителям гостей, модератор или «забывает» назвать кого-либо из присутствующих, или пропускает (как потом выясняется со слов самого Хёфера) существенную страницу из его биографии. В нужный момент (а это может быть как раз тогда, когда потребуется оборвать очередного выступающего) модератор вдруг «вспоминает» о своей оплошности, галантно просит извинения у журналиста, публицити которого чуть было не пострадало, и в порядке компенсации предоставляет ему слово, против чего, естественно, никто из присутствующих возражать не станет, даже тот, кого только что оборвали на середине фразы.

При необходимости Хёфер может воспользоваться и малейшей заминкой или паузой в речи, столь естественными у иностранных журналистов, далеко не всегда безупречно владеющих немецким языком.

Если же неуютное мнение, несмотря на все ухищрения модератора, все же прозвучало в эфире, Хёфер не оставит его без комментария — собственного или принадлежащего кому-то из тех, кто сумеет расставить в передаче нужные акценты. Вот типичный пример.

Когда венгерский журналист, принимавший участие в беседе о путях сотрудничества в Европе, решительно осудил попытку Хёфера расценить учения войск стран Варшавского договора как «угрозу для соседних государств», так как подобные учения проводятся во всем мире, в том числе и на территории ФРГ, то модератор на это заявил, что «такова венгерская, достойная уважения, венгерская (подчеркнуто Хёфером во второй раз.— Р. К.) интерпретация маневров». И тут же со словами: «Вы имеете другую точку зрения?» — обратился к представителю США, который, уж это Хёфер знал наверняка, имел-таки «другую», отличную от «венгерской» точку зрения. Ее-то, соблюдая внешнюю беспристрастность, модератор и стремился утвердить в сознании зрителей всем строем беседы.

Однако диапазон используемых Хёфером приемов отнюдь не исчерпывается снисходительными указаниями на «специфичность» или «субъективность» высказанного мнения, но простирается вплоть до безапелляционного определения «коммунистическая пропаган-



да». К последнему, правда, модератор прибегает только в крайних случаях, когда, что называется, крыть нечем.

Таков Вернер Хёфер. Такова его передача.

Что касается «ЦДФ-магацин», то упоминавшийся выше его модератор Герхард Лёвенталь считает себя «самым популярным тележурналистом в Федеративной Республике».

В самом деле, вряд ли кому-либо из западногерманских телезрителей незнакомо имя бессменного руководителя «ЦДФ-магацин» — основного политического тележурнала Второго немецкого телевидения. Однако, признавая популярность Лёвенталья, следует сразу же оговориться: это не та популярность, которую обычно связывают со словом «любовь».

Лёвенталья не любят. Его знают и... боятся. Ибо, по свидетельству журнала «Шпигель», в западногерманской телевизионной журналистике «никто не умеет более ловко, чем он, разжигать страхи своих соотечественников»<sup>28</sup>.

О каких страхах идет речь? Кто (или что?) угрожает гражданам Федеративной Республики Германии?

Ответы на эти вопросы Лёвенталь дает раз в две недели по средам, с 20.15 до 21.00, по второму телевизионному каналу.

Свою передачу Лёвенталь адресует прежде всего многочисленной аудитории из так называемых средних слоев (мелкие и средние предприниматели, фермеры, служащие, часть интеллигенции и лиц «свободных профессий»), опираясь на глубоко укоренившиеся в этих слоях антидемократические настроения и склонность поддаваться запугиваниям «красной угрозой».

Появляясь на телеэкране, Лёвенталь мрачно, как бы нехотя отдавая дань пустой формальности, бросает зрителям: «Добрый вечер!» Но в то, что ближайшие 45 минут будут «добрыми», не верит никто: ни телезрители, ни тем более сам Лёвенталь.

Для того чтобы видеть доброе, надо как минимум иметь нормальное зрение. Зрение же Лёвенталья не позволяет ему различать ни того, что происходит совсем рядом, в ФРГ, ни того, что отдано сотнями и тысячами километров.

В своей стране Лёвенталю повсюду мерещатся «красные» призраки. Особенно пугают его университеты — эти «красные гнезда», где засели «так называемые левые интеллектуалы, которые ни на йоту не лучше духовных вождей нацистов», ибо хотят «ввести социализм» в ФРГ.

На востоке, в Германской Демократической Республике, других странах социалистического содружества Лёвенталь видит только черную тень «угрозы свободе», которая «распространяется на Запад».

«Угрозу свободе» Лёвенталь усматривает и в советско-западногерманском договоре и в Заключительном акте Совещания по без-

опасности и сотрудничеству в Европе — документах, положительное влияние которых на оздоровление политического климата на Европейском континенте видно, как говорится, невооруженным глазом.

В морях и океанах Лёвенталь находит лишь... советские военные корабли, с помощью которых СССР собирается «установить военный диктат над всем земным шаром». Его несколько не смущает, что на экране в это время идут кадры, где сняты советские рыболовные суда, занимающиеся промыслом в территориальных водах нашей страны.

Диагноз лёвенталевского недуга — слепой антикоммунизм. Первые симптомы болезни у сына фабриканта, тогда еще не помышлявшего о карьере журналиста, проявились в послевоенном Берлине. Здесь Лёвенталь стал невольным свидетелем начала строительства первого в истории Германии рабоче-крестьянского государства. Однако социализм ему не понравился, и вскоре Лёвенталь оказался под крышей так называемой Радиостанции в американском секторе Западного Берлина (тогда она сокращенно называлась ДИАС, ныне это небезызвестная РИАС). Прилежно изучив здесь курс антикоммунистической пропаганды и дослужившись до поста заместителя директора программ (а эту должность невозможно было получить без санкции ЦРУ), Лёвенталь решил затем потрудиться и на другой западноберлинской радиостанции — «Свободный Берлин». А потом, уже в редакции Второго немецкого телевидения, он щедро отдал весь приобретенный багаж воинствующего антикоммуниста журналу «ЦДФ-магазин», впервые увидевшему свет в январе 1969 года.

Правда, накануне выхода передачи Лёвенталь громогласно обещал работать «с сознанием ответственности», заверял, что «ЦДФ-магазин» будет «по-деловому информировать, анализировать, комментировать, но не направлять». Однако все это говорилось лишь «для печати». Прочно обосновавшись в редакторском кресле Висбаденской студии, где готовятся выпуски тележурнала, Лёвенталь поспешил уточнить свою точку зрения на понятие «ответственность». «Что объективно — определяю я!» — заявил он сотрудникам редакции, тем самым дав понять, что не потерпит инакомыслия.

О том, какова цена «объективности» Лёвенталья, красноречиво говорит подбор участников передачи. Для выступления в «ЦДФ-магазин» модератор приглашает реакционеров всех мастей — от председателя ХСС Штрауса, этого, по меткому выражению газеты «Унзере цайт», «часового холодной войны, которого забыли сменить с поста», до скандальных журналистов бульварной прессы.

При выборе кандидатов для беседы Лёвенталь нередко отдает предпочтение тем, кто высказывает «оригинальные» мысли, пополняющие редакционный каталог антикоммунистических или антисоветских клише. Степень «оригинальности» определяет опять же сам модератор.

Так, в одной из передач «господину Леониду Владимирову», «бывшему советскому гражданину», утверждавшему, что успехи советского народа в области освоения космоса достигнуты лишь благодаря «идеологическому гнету советской системы» (?!), за свежесть мысли были предоставлены двадцать минут эфира — столько же, сколько получили вместе один из лидеров промаоистской группировки в ФРГ и некий политолог из Гарвардского университета, которые в своих антисоветских выпадах были несколько менее изобретательны.

Но, как уже говорилось, отнюдь не только «оригиналы» вроде «господина Леонида Владимировича» являются желанными гостями «ЦДФ-магазин». Наряду со Штраусом («интимным другом» Лёвентала, по определению западногерманской прессы) в редакции тележурнала чувствует себя как дома Аксель Цезарь Шпрингер, главный консультант и информатор ведущего «ЦДФ-магазин» (разумеется неофициальный).

Что же касается, например, представителей СДПГ, то право переступить порог студии в Висбадене предоставляется главным образом тем из них, кто к своему званию социал-демократа присовокупил приставку «экс», переметнувшись в лагерь ХДС/ХСС.

Христианские демократы, занимающие в руководстве второй программы важнейшие посты, всячески оберегают Лёвентала как «один из немногих последовательных антикоммунистических голосов на телевидении»<sup>29</sup> (так чествуют его в телевизионном информационном бюллетене ХСС). Но если от острых уколов прогрессивной печати модератора «ЦДФ-магазин» еще могут заслонить миллионные тиражи бульварных листков Шпрингера, то как быть с теми, кто за неимением этих миллионов просто распевает на улицах Висбадена «Песню о Лёвентале», которую сочинили участники ансамбля «Фло де Колонь»\* и в которой повествуется о том, что от тирад Лёвентала «прокисает молоко и становится безвкусным пиво»?

И людей недовольных деятельностью этого злобного клеветника и ругателя, оголтело пропагандирующего взгляды правого крыла ХДС/ХСС, становится в ФРГ все больше. Не имея богатого выбора средств и способов выразить свое недовольство модератору «ЦДФ-магазин», телезрители прибегают иногда и к недозволенным приемам. Так было, когда один бременский студент, возмущенный разглагольствованиями Лёвентала, наградил его просто-напросто по-

\* Песня впервые прозвучала в политической рок-опере «Удачная забастовка», которую затем ансамбль записал на долгоиграющий диск. Песня вышла также отдельной пластинкой, которая пользовалась большой популярностью, особенно в молодежной среде.

щечиной. Суд приговорил студента к штрафу в 150 марок. А судье на этом процессе пришлось констатировать, что «одной пощечиной ничего не изменить в обществе и уж вовсе ничего — в господине Лёвентале»<sup>30</sup>.

Что правда, то правда. А жаль...

## 4. «Развлечение на любой вкус»... и только?

Хороший телевизионный приемник в ФРГ стоит недешево: полторы-две тысячи марок. Но для западного немца не существует дилеммы, покупать или не покупать телевизор. Он знает, что, приобретя этот чудо-аппарат XX века, уже никогда не будет скучать: ТВ, как уверяет западногерманская реклама, даст ему постоянное развлечение, причем «развлечение на любой вкус». А зритель ищет развлечения — и находит его на телеэкране в изрядном количестве.

Впрочем, если обратиться к западногерманским справочникам, к ежегодникам ARD и ЦДФ, где приводится структура первой и второй телепрограмм, то можно заметить, что доля собственно «развлекательных передач» (Unterhaltungssendungen) сравнительно невелика: она составляет около 16 процентов общего объема вещания по первой программе и менее 10 процентов времени вещания по второй<sup>31</sup>. Но дело в том, что термин «развлекательные передачи» объединяет только эстрадные обозрения, телевикторины и конкурсы. Так называемые семейные серии, очень популярные в ФРГ, большая часть кино- и телефильмов, телеспектаклей, спортивные передачи, несущие тот же заряд развлекательности, остаются за рамками этого определения и имеют отдельную статистику\*. Поэтому, если, пользуясь теми же справочниками, рассматривать развлекательные передачи в широком смысле слова, то на их долю придется до 50 процентов вещательного времени двух программ.

Следует к тому же учитывать, что основной развлекательной передаче дня обычно отдаются самые удобные для телезрителей часы: она полностью укладывается (на ЦДФ) или по крайней мере начинается (по первому каналу) в интервале между 19.00 и 21.30.

\* Так, например, ежегодно по трем программам телевидения демонстрируется около 700 художественных фильмов (включая повторные демонстрации), что почти в два раза превышает среднегодовое количество игровых лент, показываемых в кинотеатрах страны.

Наконец, в подстегивании интереса зрителей к развлекательным программам немалую роль играет реклама, прямая или косвенная.

Западногерманский ученый Герберт Гонзовиц проанализировал содержание пяти крупнейших иллюстрированных телевизионных еженедельников \* и пришел к выводу, что 84,4 процента всех статей, заметок, интервью и прочих материалов, сопутствующих публикации расписания передач, относится к развлекательным программам. Что же касается анонсов, то они почти целиком, на 99,9 процента, посвящены развлекательной продукции<sup>32</sup>. Добавим, что журналы телепрограмм еженедельно расходятся в ФРГ тиражом около 10 миллионов экземпляров.

Столь активная реклама развлекательных передач осуществляется несмотря на то, что, как показывают опросы, каждый второй из читателей-телезрителей «заинтересован в получении политической информации»<sup>33</sup>. Не приходится сомневаться, что у этого тенденциозного «легкомыслия» концернов прессы есть свои резоны. Какие же?

Для ответа на этот вопрос обратимся к самим передачам.

Преобладающая часть развлекательной продукции телевидения ФРГ делается с таким расчетом, чтобы зрителю у экрана, как заявляет Ганс Абиш, интендант Бременского телевидения, не приходилось заниматься «раскалыванием орехов»<sup>34</sup>, то есть, попросту говоря, чтобы он был «освобожден» от необходимости думать. Интендант вещательного центра — и не он один — со всей очевидностью ратует за тот самый телевизионный ширпотреб, который, подменяя подлинное искусство, становится, по расхожему выражению, чем-то вроде жевательной резинки для глаз.

Вот характерный образец такой продукции. На экране — солист Мюнхенского оперного театра Иван Реброфф (шоу «Европейская компания»). Он знакомит телезрителей с «популярными русскими народными песнями». Вступает добротный симфоджаз, и Реброфф начинает своим хорошо поставленным басом: «Купите бублички, платите рублички...»

«Я не мамина, я не папина, я на улице росла, меня курица снесла», — это уже Борис Рубашкин восполняет пробелы в представлениях западногерманских телезрителей о русской музыкальной культуре (шоу «Приятный субботний вечер»).

Подобного рода творчество щедро представлено на западногерманском телеэкране. Но подмена искусства псевдоискусством, рас-

\* Гонзовиц исследовал еженедельники «Гонг» (тираж 0,9 миллиона экземпляров), «Бильд+функ» (около 1 миллиона), «Функ ур» (1,8 миллиона), «ТВ хёрен унд зеен» (около 2 миллионов) и «Хёр цу» (3,9 миллиона), выбрав для анализа по семь выпусков каждого журнала.

считанным на оглушение масс,— это лишь один из аспектов стандартных развлекательных программ буржуазного ТВ.

Гюнтер Гаус, нынешний официальный представитель ФРГ в ГДР, занимавший в прошлом ответственные посты в западногерманском телевидении, выступая в одной из телевизионных дискуссий, заметил, что развлекательные передачи благодаря своим «справа от середины лежащим лозунгам» вполне компенсируют «левизну» ряда общественно-политических программ, поскольку «оказывают гораздо более интенсивное и более стойкое влияние на телезрителей, чем политические комментарии и тележурналы»<sup>35</sup>.

Собственно, подобные мысли не являются открытием для тех, кто массовым тиражом поставляет развлечения западногерманской телеаудитории. Еще Геббельс в свое время отказался от изготовления политических фильмов-лозунгов, прямо пропагандирующих нацистские идеи, будучи уверен в том, что «в основе своей аполитичные немцы» будут реагировать на такую агитацию «только с раздражением»<sup>36</sup>. И потому рейхсминистр пропаганды перепоручил дело инфильтрации нацистских идей и наркотизирования ими масс владельцам индустрии развлечений, которые успешно справились с этой задачей.

Можно было бы привести немало примеров того, как политика непосредственно вторгается в развлекательные телепередачи. Так, Ф.-Й. Штраус неоднократно участвовал в различных эстрадных программах в качестве «сюрприза для зрителей». В шоу Петера Александера, например, его «номер» заключался в том, что он предложил артистке эстрады Гизеле Шлютер вместе с ним принять участие в очередной предвыборной кампании. Другой лидер оппозиции, председатель ХДС Гельмут Коль, был почетным гостем в развлекательной передаче «Горячий провод». Можно было бы вспомнить и о том, как ведущий «Парада шлягеров» Дитер Хек в 1972 году незадолго до выборов в бундестаг демонстрировал с экрана свой партбилет члена ХДС (а затем Хек с группой звезд эстрады отправился в турне по стране, которое финансировало руководство ХДС).

Однако все же не эпизодами подобного рода (хотя их в практике западногерманского телевидения немало) определяется пропагандистская роль развлекательных передач.

Главную идейную нагрузку в телевизионной продукции развлечений несут расхожие идеологические штампы, с помощью которых в сознании людей отпечатывается выгодная буржуазии иллюзорная схема социально-политической ориентации, основанная на определенных эмоциональных установках и препятствующая объективной, разумной оценке реальных процессов.

В телевизионные развлекательные программы закладываются все основные стереотипы буржуазной пропаганды, как позитивные, связанные с воспеванием преимуществ «свободного» западного мира

перед «коммунистическим режимом», так и негативные, воспитывающие у населения страх перед «угрозой коммунизма». Вместе с тем западногерманскому телезрителю каждый вечер преподносится изрядная доза нарочито аполитичной развлекательной продукции, рассчитанной лишь на то, чтобы угодить обывателю, повеселить его или же приятно пощекотать ему нервы. Чаще же бездумная развлекательность и пропагандистские стереотипы предстают на экране в пестрой смеси, что особенно выгодно тем, кто стремится к манипуляторскому воздействию на зрительскую аудиторию.

Характерны в этом отношении критерии отбора ведущих для развлекательных программ. Идеальный вариант,— когда ведущий при всех своих отработанных профессиональных навыках воспринимается зрителями как «один из многих», кажется «таким, как все». В частности, причину необычайной популярности знаменитого Кули (это прозвище получил от зрителей Г.-Й. Куленкампф, ведущий телевикторин «Один выигрывает», «Добрый вечер, соседи!», «Восемь после восьми» и других) журнал «Штерн» не без оснований усматривает в том, что артист обладает «необходимыми недостатками, чтобы быть, как все»<sup>37</sup>.

Приняв ведущего за «своего», зритель, возможно, захочет подражать ему. Подражать во всем — от прически до образа мыслей. И станет писать письма вроде следующего, адресованного ведущей «бит-клуба» Уши Нерке: «Дорогая Уши! Что тебе больше нравится: мини- или макси-мода? Как выглядит парень твоей мечты? Каково твое мнение о ЛСД?»<sup>38</sup>. Словом, иллюзия «общности» между ведущим и аудиторией помогает подчинить зрителя влиянию передач, носящих якобы чисто развлекательный характер.

Развлекательные программы неизменно занимают верхние строчки в списках телефаворитов. Среди них собирают наибольшую зрительскую аудиторию и получают самые высокие оценки шоу (эстрадные обозрения), «крими» (криминально-детективные фильмы и сери), квизы (телевикторины, игры, конкурсы) и так называемые семейные телесери. Вот почему о каждой из этих разновидностей развлекательной продукции западногерманского ТВ стоит сказать особо.

## 5. Телевизионный вариант ЛСД

«Сладкую жизнь» демонстрируют телеаудитории многочисленные шоу с участием звезд мирового масштаба. Удо Юргенс и Дэсти Шпрингфилд, Клиф Ричард и Элтон Джон, Джеймс Ласт и Адриано Челентано, Барбра Стрейзанд и Демис Руссос, Нэнси Синатра и

Рафаэль, Энгельберт Хампердинк и Лайза Минелли — любое из этих имен в сочетании с коротким словом «шоу» на 90 процентов гарантирует передаче успех.

Большинство звезд — зарубежные. Но они охотно и по многу раз снимаются для западногерманского телевидения, так как здесь, по словам хозяйки «Чудо-варьете» голландской певицы Корри Броккен, они получают лучшие условия для работы и более солидные гонорары, чем в любой другой стране Запада.

Музыкальные шоу и в самом деле обходятся недешево. Одна минута передачи, по подсчетам дирекции Северонемецкого телевидения, стоит в среднем шесть с половиной тысяч марок<sup>39</sup>. Добрая половина этой суммы идет на создание изысканного антуража, на шитье экстравагантных костюмов, на всевозможные украшения и зрелищные эффекты — словом, на все то, что должно вызвать у зрителя образ «сладкой жизни».

Тон в эстрадных передачах нередко задают приглашенные из-за рубежа режиссеры, такие, как американец Джордж Мурз, снискавший известность своими «шоу для избранных», или знаменитый голландец Боб Ройенс, программы которого снимаются под девизом «чем дороже, тем лучше». Не отстают от них в своем стремлении ошеломить зрителя и западногерманские режиссеры Гейнц Лизендаль, Дитер Прёттель, Гюнтер Хассерт. Впрочем, делить телезвезд — актеров и режиссеров, участвующих в создании западногерманских шоу, — на «местных» и зарубежных порой затруднительно. Многие из чужестранцев осели на телевидении ФРГ так прочно и надолго, что зритель принимает их за своих, как, например, австрийца Удо Юргенса или американцев Пегги Мач, Билла Рамсея и других.

Музыкальные номера исполняются на фоне роскошных лимузинов и яхт, фешенебельных отелей и экзотических бунгало. Весь этот антураж кажется зрителю как нельзя более подходящим для очередных идолов, пребывающих в некоем особом, недоступном для простого смертного мире.

Недоступном? Но, напоминает ведущий, певец, который получает за выступление в сегодняшней программе около ста тысяч марок, еще совсем недавно экономил даже на зубной пасте. Он вынужден был, по его же собственным словам, ножом выдавливать пасту из каждого тюбика, дабы убедиться, что там не осталось ни грамма. Так, может быть, и вам, сидящим у экрана, когда-нибудь так же повезет в жизни, как вашему сегодняшнему кумиру, который за несколько лет превратился из скромного работяги в миллионера? Все возможно в свободном мире!

Многие шоу, появляющиеся на западногерманском телеэкране, отличаются высоким профессионализмом, такой подчеркнутой броскостью, острым ритмом, приковывающим внимание аудитории к передаче с первых и до последних кадров. Особенно стараются



взять зрителя в плен и уже не отпускать его те, кто адресует свои программы молодежи.

Каждая часть «Шоу Уилсона Пиккета» длится сорок пять минут. Сорок пять минут на экране Уилсон Пиккет — тридцатилетний негр с ослепительной белозубой улыбкой. Сорок пять минут он хрипит, орет, воеет в микрофон. Сорок пять минут в конвульсивных, судорожных движениях неистовствует публика. Вместе с нею неистовствует и камера — ни одного статичного кадра.

Молодые люди в экстазе карабкаются на сцену и танцуют тут же, окружив певца и музыкантов. На сцене уже не разберешь, «кто есть кто». Какая-то девица в «мини-мини» прикинула к певцу с долгим благодарственным поцелуем. Насилу оторвавшись от владелицы минимального мини, Пиккет продолжает... Он не щадит себя. Не щадит своего горла. Он не просто вспотел. Он мокр насквозь... Операторы дают это крупно, сочно, как будто именно степень «увлажненности» экрана определяет популярность шоу. Пиккет тем временем сбрасывает пиджак. Потом развязывает галстук. Доходит очередь и до рубашки...

Публика уже буквально в иступлении. Вряд ли когда-нибудь самые страстные меломаны столь же бурно реагировали на «верхнее до» Карузо.

Все это было бы смешно, если бы не было так серьезно...

Авторы подобных шоу уверяют, что делают свои передачи лишь в угоду публике. Но здесь видится нечто большее, нежели простое стремление угодить вкусам молодежной аудитории.

Зрителям любого возраста пытаются навязать вполне конкретное представление о современной молодежи, убедить в том, что она живет в каком-то своем, потустороннем мире, далеко от насущных проблем дня. Нынешняя молодежь, уговаривает экран, может только «отрицать ради отрицания», а если ей и в самом деле нужна революция, то разве что «сексуальная». Такова уж болезнь возраста, детская страсть ломать игрушки...

И прежде всего телевидение пытается привить такой взгляд самой молодежной аудитории, внушить ей, что она именно такова, какой предстает в развлекательных (казалось бы, далеких от политики!) телепрограммах.

А на экране уже заблестели титры нового шоу.

«Все человеческое нам чуждо!» — словно кричат с экрана герои «Бит-клуба», потерявшие человеческий облик длинноволосые юнцы, разгуливающие по сцене в носках и меховых тулупах, надетых на голое тело, и щиплющие струны зубами... «Все человеческое нам чуждо!» — вторят им девицы, демонстрирующие наряд под названием «ганц оне», что буквально значит «совсем без».

Для полноты картины следует учесть, что большая часть кадров «Бит-клуба» (режиссер Михаэль Лекебуш) подается с эффектом по-

ляризации (это похоже на открытый фотографический процесс, когда на глазах у зрителей вдруг появляется негативное изображение, затем позитив, который в следующее мгновение растекается, словно его не успели закрепить). Все это накладывается на бесконечные чередования полос и силуэтов, снимается через так называемый объектив-калейдоскоп плюс «эффект отчуждения» (тоже из области электроники, когда от изображения отделяется какая-то его часть, — скажем, от человека на экране вдруг остаются одни только губы) и т. д.

Заправила западногерманского телевидения поощряют такие режиссерские выкрутасы и, уж во всяком случае, легко мирятся с ними.

Что же касается «идейного содержания» программ «Бит-клуба» и большинства других молодежных шоу («Диско», «Горячее и сладкое», «Свинг ин — рок ин», «Музыкальная лавка»), то оно с достаточной определенностью выражено в текстах песен, исполняемых участниками передач, и сводится к немногому. В наш век, век биг-бита и сексуальной свободы, век сумасшедших скоростей и марихуаны, не стоит предаваться мыслям о будущем. Это бесполезно. Идеи — пережиток прошлого. Да здравствует прагматизм! Что такое счастье? Это значит — иметь «фольксваген» и цветной телевизор. Все остальное — выдумки.

Именно об этом «поют» (кавычки здесь необходимы, поскольку правильнее было бы сказать «кричат») ангажированные «Бит-клубом» так называемые бит-группы и рок-группы. Здесь «Лорды» и «Обезьяны», «Петли» и «Двери», «Равные» и «Темно-фиолетовые», «Плотники» и «Те, которые», есть даже «Статус-кво» и просто «Другие». То, что они вытворяют во время выступления, трудно описать словами.

Подобные передачи являются сильным отвлекающим средством для молодежи, которая видит в них знамение времени, своеобразный телевизионный эквивалент печально знаменитого ЛСД. Не случайно один разоткровенничавшийся молодой зритель так прямо и написал в «Бит-клуб», что кадры этой программы идентичны видениям, которые посещают его после принятия дозы наркотика, и потому могут с успехом восполнить дефицит последнего<sup>40</sup>.

Следует сказать, что такие шоу, как «Бит-клуб», «Музыкальная лавка» того же М. Лекебуша или «Горячее и сладкое» с участием самого молодого в ФРГ шоумена Ильи Рихтера, откровенно рассчитанные на любителей острых ощущений и «дающие им возможность перебеситься»<sup>41</sup>, помимо поклонников (в основном из молодежной среды) имеют и своих противников. Это преимущественно люди более пожилого возраста. Иные из них, сетуя на молодежь, считают, что «фюрер не допустил бы ничего подобного»<sup>42</sup>. Видимо, у этой части зрителей молодежные шоу вызывают или обостряют ностальгию

по «порядку» фашистского типа. Так «аполитичные» развлекательные программы вновь обнаруживают, уже в ином аспекте, свою связь с политическими представлениями (или предрассудками) телеаудитории.

Для зрителей с консервативными вкусами существуют традиционные шоу без претензий на оригинальность. Режиссер Гейнц Лизендаль, после того как его очередная программа, в которой он пытался «идти новыми путями», получила низкую зрительскую оценку, мрачно заметил: «Очевидно, люди действительно по-прежнему не хотят ничего другого, кроме своей Марики Рёкк и своего Йоганнеса Хеестерса»<sup>43</sup>.

Лизендаль не случайно вспомнил имя «бабушки немецкого шоу-бизнеса», потому что тот мещански-сусальный стиль, который принесла на большой экран Марика Рёкк, утвердился затем и в развлекательных передачах малого экрана. (Кстати, не без участия самой «бабушки»: фильмы с М. Рёкк неоднократно демонстрировались по западногерманскому телевидению. А в 1969 году зрителям преподнесли подарок: в шоу Петера Александра впервые выступили 56-летняя М. Рёкк и ее дочь Габи.)

«Золотой выстрел» Вико Торриани, «Чудо-варьете» Корри Броккен, «Моя мелодия» Марианны Кох, «Козырь — музыка» Петера Франкенфельда, «Парад звезд» Райнера Гольбе, шоу Удо Юргенса и Эрнста Станковски, «Музыка из студии «Б» — все эти программы делаются по стандартным и далеко не новым рецептам. Чтобы угодить публике, шоумен готов измазать лицо и костюм тортом (шоу Петера Александра) или менять один за другим вечерние наряды, как это делает ведущая «Чудо-варьете» Корри Броккен.

Если в молодежных шоу сквозит откровенное пренебрежение к «хорошим манерам», а свои эмоции зрители, присутствующие в студии, выражают свистом, топотом и криком (впрочем, соответствующая музыкально-шумовая фонограмма записывается заранее после тщательных репетиций), то звезды старой закалки, акции которых особенно заметно поднялись на волне модной в последние годы ностальгии по «старым, добрым временам», чаруют аудиторию своей «светскостью», претензией на изысканность и романтизмом опереточного толка.

Эталонным воплощением такого стиля на западногерманском телеэкране неизменно выступает Йоганнес Хеестерс.

Газета «Зюддойче цайтунг» писала полушутя-полусерьезно: «Есть формы, которые невозможно улучшить, например яйцо, «фольксваген», Хеестерс»<sup>44</sup>. Действительно, этот снявшийся в доброй полусотне фильмов незаурядный киноартист и опереточный певец, который в 1973 году отметил на телеэкране свое семидесятилетие, по-прежнему остается любимцем западногерманских телезрителей, возвращая их своим искусством в «золотые двадцатые». Тогда все бы-

ло, по словам самого Хеестерса, «намного более таинственным и романтичным», а главное, в те «времена плюша и помпезности» больше ценили иллюзии. Теперь, жалеет артист, иллюзии не столь популярны, особенно среди молодежи. Он же свою задачу видит в том, чтобы «внушать иллюзии и сохранять их»<sup>45</sup>.

Когда телезритель усаживается в кресло перед домашним экраном и начинает поглощать одну за другой «чисто развлекательные» передачи, нарочито старомодные или ультрасовременные, с электронными эффектами или без них, он забывает о своих горестях и заботах, о повседневных проблемах окружающей жизни. Ему кажется, что он вместе с героями телеэкрана счастливо и беззаботно плывет по безбрежному морю удовольствий в ярко раскрашенное царство богатства, веселья и «красивых» страстей. Вся жизнь представляется ему сплошным праздником, таким всеобщим рождественским ликованием.

Но музыкальные эстрадные программы западногерманского телеэкрана — это не только идеология, не только пропаганда, принявшая «развлекательную» форму. Это еще и бизнес, причем нередко замешанный на различного рода махинациях и обмане аудитории.

Мы уже говорили о том исключительном внимании, которое еженедельно выходящие иллюстрированные журналы телепрограмм уделяют развлекательной продукции малого экрана. Теперь добавим, что далеко не второстепенное место тут занимают соображения коммерческого порядка.

Связь телевидения с концернами прессы осуществляется на взаимовыгодной основе: еженедельники рекламируют передачи, а зрительский интерес к передачам влияет на тиражи еженедельников. Особенно же заинтересованы журналы телепрограмм в создании ажиотажа вокруг тех телезвезд, которые приносят концернам прессы доход от продажи грампластинок. Ведь сами эти журналы непосредственно связаны с индустрией грамзаписей.

Механизм связей в треугольнике «телевидение — иллюстрированные журналы программ — индустрия грампластинок» можно отчетливо выявить на примере одной из популярнейших развлекательных передач «Парад шлягеров», которая впервые появилась на экране в 1969 году и по сей день выходит в эфир в первую субботу каждого месяца, привлекая к телеэкранам около 20 миллионов зрителей.

Для непосвященных, доверчивых людей эта передача представляет собой конкурс на самую популярную песню месяца, причем главная роль в определении «шлягера № 1» отводится телезрителям. В действительности же аудитория становится объектом беззастенчивых манипуляций со стороны названного выше триумvirата.

Порядковые места шлягеров определяются концернами грамзаписей. Они же совместно с издательствами журналов «организуют» зрительские письма в пользу той или иной песни. Как правило, зака-

зы охотно принимают школьники, студенты, которые не прочь таким образом подзаработать, потому что 100 писем, написанных для заказчика,— это 15 марок<sup>46</sup>. Не удивительно, что в редакцию телепередачи приходят сотни карточек, заполненных одной рукой. Пачки писем присылают и так называемые клубы любителей шлягеров, непосредственно финансируемые концернами грампластинок, в том числе такими гигантами, как «Ариола-ойродиск», «ЭМИ-Электрола», «Телдек» и «БАСФ». Именно этим фирмам принадлежит 70 процентов всей музыкальной продукции, представленной зрителям в «Параде шлягеров» за годы существования передачи<sup>47</sup>.

«Мы, конечно, знаем о том, что члены отдельных клубов любителей шлягеров отдадут голоса только своей звезде и тем самым влияют на результаты нашей передачи»,— признавал ответственный редактор «Парада шлягеров» Дитер Вебер, обещая при этом, что он будет благодарен каждому, кто найдет «лучший метод, нежели определение фаворитов по почтовым открыткам»<sup>48</sup>. Но, видимо, сам редактор не спешит с поисками нового метода, поскольку заказчиков удовлетворяет старый.

Надежное функционирование манипулятивного механизма индустрии развлечений обеспечивается своеобразной системой отбора кадров. Среди сотрудников телевидения (и, в частности, в редакции передачи «Парад шлягеров») немало людей, работавших ранее в индустрии грампластинок. Они и сейчас получают солидные гонорары от фирм, предлагая последним музыку и тексты песен, разумеется под псевдонимами. Другие рассматривают свою деятельность на телевидении как лестницу, по которой они смогут подняться до руководящих постов в индустрии грамзаписей. Поэтому усилия как первых, так и вторых сводятся к тому, чтобы услужить владельцам фирм и концернов и выгоднее запродать с экрана песенный товар.

О том, что представляет собой этот товар, можно судить хотя бы по такой любопытной статистической выкладке: тексты двенадцати песен одного из выпусков «Парада шлягеров» содержали, не считая повторений, всего 350 слов, что соответствует, как замечает журнал «Шпигель», взявший на себя труд произвести этот подсчет, словарному запасу трехлетнего ребенка<sup>49</sup>. А западногерманский писатель и критик Рейнгард Баумгарт подсчитал на досуге, что из четырнадцати (не более того) постоянно используемых в шлягерах обозначений реальных предметов наиболее употребительны «бунгало», «чемодан», «пижама», «камин», «бокалы» (или «рюмки», «стаканы», что по-немецки обозначается одним словом), «веревка»<sup>50</sup>. Популярность последнего слова вовсе не означает, что в песенных текстах то и дело рассказывается о несчастных влюбленных, собирающихся покончить жизнь самоубийством. Напротив, немецкое слово «зайль» нередко употребляется в выражениях, которые можно перевести на русский язык как «заарканить кого-либо», и т. п.

Такого рода шлягеры-однодневки, вчера неизвестные — завтра забытые, банальнейшие тексты которых сочетаются с не менее примитивными мелодиями, требуют особо яркой упаковки. Ее обеспечивают ведущий «Парада шлягеров» — «громкоговоритель» (его называют также и «быстроговорителем») Дитер Хек и опытный шоу-режиссер Трук Бранс, основная забота которого сводится к тому, чтобы придать внешний блеск достаточно тусклому, по сути своей зрелищу.

«Телезритель, который не догадывается о многих махинациях шоу-бизнеса и, думая, что делает доброе дело, бросает свою карточку в почтовый ящик, просто глуп»<sup>51</sup>, — вынужден был признать западногерманский журнал «Квик», подчеркивая при этом, что речь идет не только о передаче «Парад шлягеров», но обо всех подобных развлекательных программах телестанций ФРГ. Можно добавить, что телезритель совершает вторую глупость, когда становится покупателем многих из тех записей, которые настойчиво рекламирует телевидение (заметим попутно, что годовой оборот индустрии грампластинок в ФРГ перешагнул рубеж в один миллиард марок).

## 6. Сколько стоит «Фауст» Гёте?

Как и в других капиталистических странах, в ФРГ на протяжении вот уже многих лет сохраняется мода на всевозможные телевизионные конкурсы и викторины — так называемые квизы. Поначалу может показаться, что устроители этих передач не имеют никаких других целей, кроме как позабавить зрителя и по возможности расширить его кругозор, для чего и предлагается смесь из приятного и полезного. Правда, дозируются эти компоненты в разных случаях по-разному.

Больше всего «приятного» (читай — развлекательного) в квизах с участием Ганса Йоахима Куленкампфа («Один выигрывает», «Восемь после восьми») и Руди Карелла («На конвейере»). Здесь и каскад шуток, которые рассыпают по всякому поводу и без повода ведущие, тут и обилие концертных номеров с участием звезд мировой эстрады (кстати, как-то в передаче викторины «Один выигрывает» гвоздем программы был Государственный ансамбль народного танца Грузинской ССР).

Что касается заданий участникам викторины, то у Куленкампфа они рассчитаны скорее на демонстрацию способностей художников-оформителей и режиссеров передачи, чем на показ «борьбы умов».

К примеру, в студии, как по щучьему велению, появляется вдруг целый овощной рынок, и представительницам женского пола реко-

мендуют набрать в корзины по три килограмма любых овощей. Без помощи весов, разумеется. Взвешивать будут после...

Следующий конкурс. В гости к участникам квиза пожаловал... зверинец. Только вот таблички на клетках перепутаны и требуется развесить их по своим местам...

Что же касается «полезного»... Полезное преобладает в старейшей — она уже достигла совершеннолетия — и самой популярной викторине под названием «Кто я?». Это не что иное, как игра в отгадывание редких профессий, которой просто и тактично управляет Роберт Лембке. (Автор должен честно признаться, что до знакомства с передачей Р. Лембке даже не подозревал о существовании таких экзотических профессий, как, например, выращиватель сверчков.)

Интересен новый квиз «Кто трижды врет» Эдвина Фриша, руководителя отдела развлекательных программ Южнонемецкого радио и телевидения. Суть его проста: телезрителям каждый раз предлагается восемь историй, три из которых выдуманы. Их-то и надо отыскать. Сделать это не просто, так как, с одной стороны, сюжеты подобраны самые невероятные, что называется, на грани фантастики, с другой — все они сняты в стиле документа, хроники. Вот и гадай!..

Непрерывный смех сопровождает поединки в телеигре «Хороший вопрос — половина успеха», смысл которой заключается в отгадывании различных слов, придуманных зрителями. Здесь, так же как и в викторине «Кто я?», надо формулировать вопросы таким образом, чтобы на них можно было отвечать лишь односложным «да» или «нет». В игре каждый раз участвуют по две команды, составленные из знаменитостей: например, выступают «братья против сестер» — братья Шамони, известные в ФРГ кинорежиссеры, против сестер Якоб, популярного вокального квартета; или «оперетта против мюзикла» и т. д.

Ну разве не забавно смотреть на то, как морщат лоб взрослые дяди и тети (да еще знаменитости!), пытаясь угадать, например, слово «подтяжки»?

Но вот другой квиз: его участник, не задумываясь ни на секунду, отвечает на вопрос, какое время показал на такой-то дистанции такой-то участник чемпионата мира по скоростному бегу на коньках в таком-то году. Причем указывается время до сотых долей секунды (передача Эриха Хельменсдорфера и Гюнтера Шрамма «Все или ничего»). Это уже совсем не похоже на забаву.

Однако даже между самыми, казалось бы, разными квизами есть сходство в главном: здесь правит бал не интеллект, не эрудиция, не остроумие, а... марка. Обыкновенная западногерманская марка, которая так необходима для покупки тех самых синонимов счастья — «фольксвагена» и цветного телевизора. Потому что финал любого

телесостязания — деньги или вещи в награду победителям. От величины награды во многом зависит и популярность квиза.

Цена «подтяжек», например, 10 марок. Их получает телезритель, загадавший это слово, в том случае, если его не отгадают.

Три тысячи марок получает победитель конкурса «Знаете ли вы кино?».

Еще больше может заработать участник квиза Руди Карелла «На конвейере», если он имеет наметанный и, что называется, цепкий глаз на вещи. Здесь герою викторины, удачнее других справившемуся с разного рода шуточными вопросами и заданиями, на движущейся с довольно внушительной скоростью ленте демонстрируют различные предметы — от настольной лампы до холодильника и телевизора. Эти предметы в течение минуты мелькают в узком пространстве между двумя ширмами. А затем победитель викторины за полминуты называет все, что он увидел и запомнил. Названные вещи тут же снимаются с конвейера и переходят в его собственность.

Ни много ни мало — комплект золотых украшений — достается герою телевикторины «Один выигрывает».

Победителей квиза «Кто трижды врет» ждут туристские путевки в зарубежные страны.

Солидная сумма разыгрывается в квизе Э. Хельменсдорфера и Г. Шрамма «Все или ничего». «Все» — это восемь тысяч марок. «Ничего» — это все же сувенир проигравшему, награда за усердие, а главное, за риск. А риск в этой викторине немалый, потому что ее участники имеют право отказаться от очередного выигрыша ради вдвое большего, но в случае последующей неудачи теряют все ранее приобретенное.

«Знаток спорта», инженер из Мангейма, не напрасно перегружал свою память — он приобрел желанные восемь тысяч марок. Столько же заработал и 76-летний врач, которому пришлось для этого перечитывать «Фауста» Гёте двести раз! Но получил ли он вместе с восемью тысячами марок какое-то представление о гениальности Гёте? Этот вопрос не без оснований задает западногерманским читателям-телезрителям критик из газеты «Унзере цайт». Он сравнивает участника квиза «Все или ничего» с гладиатором, которого послали на арену, чтобы его там растерзал «волк-вопрос»<sup>52</sup>.

Квизы, в отличие от телевизионных шоу, обычно снимаются без режиссерских или операторских ухищрений. Экран в данном случае просто демонстрирует, как его герои, мобилизовав все свои силы и способности, пытаются заполучить обещанный приз. А телезритель увлеченно следит за этими попытками, ожидая их исхода. Ему, зрителю, некогда задуматься над тем, что он присутствует на особом аукционе — аукционе, где распродают духовные ценности, а чаще предметом торга становятся ценности фальшивые, хотя и выдаваемые за подлинные.



В западногерманской печати и даже в телепрограммах не раз обращалось внимание на усиленно раздуваемый в целях рекламы нездоровый ажиотаж вокруг претендентов на победу в квизах. Это люди, для которых хобби превращается в морально и физически изнуряющую нагрузку, когда человек забрасывает свои дела на службе и дома и занимается лишь одним — штудированием справочников и энциклопедий. В одном из выпусков тележурнала «Стекло́нный дом — ТВ изнутри», посвященном дискуссии о телевикторинах, был рассказан любопытный эпизод из истории квизов. Эпизод этот имеет прямое отношение к вопросу о «приятном» и «полезном» в развлекательных телепрограммах.

Оказывается, самый большой выигрыш за всю историю квизов, 252 тысячи долларов, получил человек, который ради своей главной цели — победы в викторине — оставил работу. Когда же этого счастливого победителя, чуть ли не национального героя, через год принимали на службу и проверяли его образованность, то он не мог показать на карте, где восток и где запад...

## 7. Мифотворчество на конвейере

«Китч» (халтура) — этим нелестным словом часто пользуются критики, когда пишут о развлекательной продукции буржуазного телевидения. Но есть и другое определение для подобного «массового товара», и оно манипуляторам от телевидения более по душе, — «штрассенфегер», что буквально означает «уличная метла». Действительно, когда на экранах телевизоров демонстрируется очередной, особенно серийный, боевик, заметно пустеют улицы западногерманских городов, будто и впрямь их очистила от прохожих незримая гигантская метла.

В числе популярнейших героев «штрассенфегеров» — красавец с железными кулаками из серии «Саймон Темплер»; не менее красивый и решительный супермен-детектив из серии «Мэнникс»; еще один супершпион — «Человек с чемоданом», ухитряющийся сохранять завидную элегантность во время бесчисленных рукопашных схваток; группа «хороших» гангстеров, совершающих свои подвиги на благо государства и использующих при этом новейшие достижения современной электроники и кибернетики (серия «Кобра», примите заказ!)).

Все эти телефильмы — обычно американского или английского производства. Все они прославляют доблесть тех, кто с помощью кулака и пистолета утверждает «западный образ жизни», оберегая «свободный мир» от козней и происков врага.

Проповедуемые с экрана культ насилия и жестокости, а также граничащая с порнографией эротика составляют главным образом рыночную, товарную сторону криминальных серий (как, впрочем, и фильмов других жанров). Иными словами, это те самые компоненты, без которых не может быть изготовлена настоящая «телеметла». «Преступление и секс,— убежденно заявляет н.э. страницах газеты «Вестфелише рундшау» телекритик Вольфганг Пауль,— вот великие «путеводные звезды», которые сопровождают нашу жизнь... Человек греха всегда интереснее человека морали»<sup>53</sup>.

К «путеводным звездам» мы еще вернемся, а сейчас важнее обратить внимание на политическое содержание криминальных серий. Их сюжеты часто связаны с большой политикой, с межгосударственными отношениями. Среди последних изрядная доля падает на «конфликты с Востоком». Так, «Кобра» спешит на помощь правительству малой страны, которой угрожает «красная опасность». Саймон Темплер лихо расправляется с «заговорщиками-коммунистами», посягнувшими на свободу и независимость «одной из африканских стран». Мэк Гилл, «Человек с чемоданом», сводит счеты с «русскими шпионами», из-за которых он когда-то потерял место в ФБР.

Противники лихих суперменов, как то «заговорщики-коммунисты», «русские шпионы» и прочие, обычно предстают в фильмах такими безликими крестинами либо коварными злодеями.

Справедливости ради следует признать, что за последние годы подобные серии с их набившей оскомину темой «защиты Запада от коммунистической угрозы» стали реже занимать первые места в списках телефаворитов. И все же они по-прежнему участвуют в формировании внушаемого телезрителю исподволь, из вечера в вечер, негативного отношения ко всему, что связано со словом «коммунизм».

«В дискуссиях с западногерманскими гражданами,— свидетельствует социолог из ГДР Ганс Бэйер,— мы часто говорим, «не понимая друг друга», потому что они имеют более или менее сильное предубеждение в отношении нашего общественного строя, нашей политики и коммунизма вообще»<sup>54</sup>. И далее Г. Бэйер делает очень важное наблюдение: «Часто случается, что человек перед лицом неопровержимых доказательств вынужден согласиться с нашей точкой зрения. Но на основе до конца не преодоленной эмоционально-негативной установки подобные люди часто по истечении некоторого времени вновь выступают со старыми сомнениями и возражениями»<sup>55</sup>. Поддержанию соответствующих негативных эмоциональных установок, в частности, и способствуют детективные серии (главным образом американского и английского производства), повторяющие миф о «коммунистической угрозе».

Мы уже говорили о тяжелом финансовом положении западногерманских телестанций. Будучи не в состоянии заполнить эфир

собственной продукцией, они вынуждены обращаться за помощью к концернам индустрии развлечений, занимающимся изготовлением или, что для них более характерно, куплей и продажей теле- и кинофильмов.

Среди этих так называемых «медиа-концернов» самое могущественное положение занимает предприятие мюнхенского мультимиллионера Лео Кирха, который благодаря личным контактам с руководителями вещательных центров и поддержке таких политических деятелей, как Штраус, сумел настолько утвердиться в телевещании ФРГ, особенно на ЦДФ, что практически он на 80 процентов определяет, какие игровые ленты будет смотреть западногерманский телезритель<sup>56</sup>. Ленты эти закупаются обычно оптом в США и также оптом предлагаются телеорганизациям, что в финансовом отношении для вещательных центров выгоднее, нежели изготовление собственной продукции. Что же касается качества этих фильмов, то о нем читатель уже имеет некоторое представление.

Только для Второго немецкого телевидения концерн Кирха ежегодно поставляет кино- и телепродукцию в среднем на сумму 120 миллионов марок — это больше одной трети всех средств, расходуемых ежегодно ЦДФ на подготовку программ<sup>57</sup>.

Услугами Кирха, хотя и в меньшей степени, пользуются и телецентры АРД, которые за четыре года (с 1972 по 1975) закупили у него 325 кинофильмов<sup>58</sup>.

Такие бизнесмены от искусства, как Лео Кирх, и определяют «вкусы» западногерманских кино- и телезрителей, способствуя засилью на больших и малых экранах страны продукции американской «массовой культуры».

Что касается западногерманских криминальных серий, то в лучших из них авторы пытаются показать социальные предпосылки преступлений, аморальность буржуазного общества, царящие в нем жажда наживы, коррупцию, ханжество. Но такая трактовка темы отнюдь не безопасна для тех, кто осмеливается на критику.

Стоило, например, создателям популярной криминальной серии «Место преступления» показать банкира или предпринимателя, совершающего противозаконные дела («Судья в белом», «Франкфуртское золото», «Готовьтесь к самому худшему»), как тут же раздался негодующий голос правой прессы, в частности шпрингеровских газет, потребовавших положить конец этой передаче, якобы занимающейся «травлей достойных людей».

Удивительно ли, что западногерманские телережиссеры довольно часто ищут подходящий материал для детективных серий на стороне и находят его под пером Агаты Кристи, Эдгара Уоллеса или Фрэнсиса Дёбриджа... Именно к фильмам, снятым по романам Дёбриджа, и стали в западногерманской прессе впервые прибавлять определение «штрассенфегер».

Подобные «уличные метлы» особенно успешно мастерит Рольф фон Зюдов, снявший, например, трехчастевый боевик «Словно молния» («метла» эта обошлась Западнонемецкому телевидению, занимавшемуся ее производством, в 1,3 миллиона марок). Фон Зюдов — опытный режиссер, хорошо усвоивший секреты успеха криминальных серий. Вот что он рассказывает о приемах своей работы: «Одна из наших важнейших заповедей — строжайшее сохранение тайны трупов. Весь съемочный коллектив — от актеров до рабочих сцены — обязывается по договору хранить суровое молчание»<sup>59</sup>. А если кто-либо из нетерпеливых сболтнет лишнее? Тогда этому нетерпеливому придется выложить гораздо более внушительную сумму, чем те 45 тысяч марок, которые получил от студии Дёбридж за свою «Молнию».

Но как быть с самой тайной, если «Молния» уже прокатывалась по телевидению на родине Дёбриджа в английском варианте? В этом случае выручают собственные сценаристы. Им предоставляется полная свобода «творчески перерабатывать» первоисточник до такой степени, чтобы сам автор, если б его попросили, затруднился ответить на сакраментальный вопрос «кто же преступник?».

Ну а остальное, как говорят шахматисты, уже дело техники.

Хотя у телевидения ФРГ нет такого опыта в изготовлении многосерийных боевиков, каким могут похвастать американские телекомпании, для которых выпуск 120-серийных фильмов стал обычным делом, однако и здесь есть свои «долгожители». Среди них первенство, бесспорно, принадлежит «Комиссару», собирающему у экранов за один вечер около 30 миллионов зрителей.

Телевизионное повествование о полицейском комиссаре Келлере несколько отличается от бьющих по нервам серий зарубежного производства, о которых говорилось выше. Благодаря неторопливому, спокойному ритму, обстоятельности повествования, свободного от нагромождения невероятных событий, серия представляет собой «идеальную развлекающую разрядку». К такому выводу пришла группа мюнхенских психологов, занимавшаяся вопросом о влиянии отдельных популярных передач на зрителей. Специалистами были опрошены и обследованы во время просмотров (дома и в лаборатории) около 1600 человек в возрасте от 3 до 69 лет. Психологи установили, что «Комиссар» действует на человека как успокоительные таблетки, которые снимают агрессивность, накопленную за рабочую неделю (кстати, передача выходит в эфир в пятницу вечером). Кроме того, серия усиливает чувство безопасности, защищенности и даже — это тоже было установлено опытным путем — способствует «большей терпимости среди супругов»<sup>60</sup>.

Такое на первый взгляд весьма странное влияние криминального фильма на зрителей объясняется довольно просто: комиссар Келлер (его играет прекрасный актер Эрик Оде) расследует особые преступ-

ления — преступления случайные, совершенные большей частью не по злему умыслу, а, что называется, по стечению обстоятельств. Это может быть, например, несчастный случай, причем невинный человек считает себя убийцей, хотя такового на самом деле не существует («Смерть бродяги»), или нечаянное убийство при самозащите, как в «Трех братьях», и т. п.

Каждый из фильмов серии представляет собой психологическую дуэль комиссара с человеком, совершившим преступление (или по крайней мере думающим так и потому скрывающим истину в ущерб себе самому), либо с теми, кто должен знать виновного. Обычно причастные к преступлению не выдерживают этого поединка с комиссаром и сознаются.

Таков рецепт успокоительных таблеток под названием «Комиссар», изготовление которых в совершенстве освоили сценарист Герберт Райнеккер и телевизионные режиссеры, снимающие фильмы по его сценариям.

Впрочем, если слово «совершенство» может быть применено к процессу производства серии, то оно никоим образом не годится для определения ее художественного качества, о котором можно судить хотя бы по словам Эрика Оде, иронически заметившего как-то, что для каждого нового эпизода ему вовсе не требуется учить роль: «Достаточно лишь выучить новые имена, ибо диалоги всегда одинаковы»<sup>61</sup>.

Шаблонность мысли (или ее полное отсутствие) особенно наглядно демонстрируют ленты, откровенно копирующие, вплоть до имен героев, американские телебоевики. В числе героев таких лент, снятых западногерманским телевидением на американский лад,— частный сыщик Лобстер (одноименная серия) и полицейский детектив Деррик.

Авторы серии «Деррик» с самого начала откровенно ориентировались на тип сыщика, который создал в ряде фильмов известный голливудский актер Хэмфри Богарт. Поэтому Хорсту Тапперту, играющему Деррика, надлежало на телеэкране — совсем в духе американского «первоисточника» — демонстрировать «абсолютную мужественность, меланхолию, замкнутость и цинизм»<sup>62</sup>. Все это в сочетании с крепкими кулаками должно было обеспечить Деррику успех у зрителя.

Не будем анализировать, насколько Тапперту удалось воссоздать Богарта по-западногермански. Заметим однако, что такое копирование не пошло на пользу серии и предопределило ее заурядность (поистине копия всегда хуже оригинала). Кстати, сценарии отдельных эпизодов «Деррика» принадлежат тому же Герберту Райнеккеру (недаром он прослыл «самым прилежным сценаристом в западногерманском телебизнесе»<sup>63</sup>), причем и на этот раз его «диалоги столь же оригинальны, как сводки погоды»<sup>64</sup>.

Под влиянием американской кинотелевизионной продукции «массовой культуры» телевидение ФРГ вслед за суперменами стало производить на свет и супердив. Так появилась фантастическая серия «Эварелла» (копия с американской «Барбареллы»), героиня которой, ассистентка профессора-футуролога Бланка, борется против роботов, угнетающих население планеты Роботерра. Так появилась и серия «О'кей, СИР», повествующая о подвигах женщин-суперсыщиков, объединившихся в некую международную полицейскую организацию, сокращенное наименование которой и вынесено в название.

Чего только не выделывают на экране на протяжении тридцати двух эпизодов серии две ее главные героини: тут и сцены с переодеванием (чтобы разоблачить преступников, супердивы то выступают в роли монахинь, то выдают себя за женщин легкого поведения), тут и скачки на верблюдах, и автородео со стрельбой на крышах автомобилей — словом, едва ли не весь набор штампов, без которых не обходятся телеистории подобного рода.

Особое место в потоке развлекательной телепродукции принадлежит так называемым семейным сериям. Особое — ибо они в отличие от серий о супергероях претендуют на изображение «жизни как она есть».

В 50-е годы передаче «Наши соседи сегодня вечером», первенцу среди семейных серий, критики предрекали долгую жизнь: «Здоровая семья Шёлерманн имеет будущее, пока будущее опять не одадит нас большим числом здоровых семей»<sup>65</sup>.

Критики не ошиблись. Семья Шёлерманн провела вместе с западногерманскими зрителями 111 вечеров, собирая до 90 процентов всей телеаудитории.

Шёлерманнов сменила «Фирма Хессельбах», затем герои, живущие на «Йедерманнштрассе, 11» и на «Форелленхоф» (в кавычки взяты названия телесерий). К ним присоединились семьи «Капитана Хармсена», «Гертруды Страницкой», «Иды Рогальской» и многие другие.

Меняются имена, но нетронутыми остаются основы семейных и общественных отношений, утверждаемые в большинстве серий. Телесемьи, как правило, достаточно респектабельны. Возникающие в них конфликты обычно не грозят разрушить семейную идиллию и к тому же мирно разрешаются к концу эпизода или всей серии. Почти неизменно материального благополучия, которое демонстрирует экран, герои добиваются главным образом благодаря бережливости и трезвому расчету. Одни герои уже достигли желанной цели и пребывают в радостях и заботах семейной жизни, другие еще находятся на пути к ней, но и их ожидает безоблачное будущее.

Будь терпеливым, и счастье (отождествляемое обычно с удовлетворением потребительских интересов) раньше или позже непременно придет к тебе — так или примерно так увещивают зрителя мно-

гочисленные семейные теледрамы и комедии, вновь и вновь варьирующие и перекраивающие на буржуазный лад историю Золушки, дождавшейся своего принца.

Героини подобных сказочек для взрослых, все эти Кэт, Лоттхен, Лизхен («В доме коммерции советника», «День рождения Лоттхен», «Работа как по нотам», «Летний театр», «Нелюбимая жена», «Гризельдис»), милые, скромные (отнюдь не супердивы!), уже одним своим видом убеждают в том, что будут идеальными спутницами жизни для своих мужей.

Разумеется, мотивом грядущего замужества не исчерпывается содержание семейных сюжетов, особенно в серийной продукции. Нельзя же было, в самом деле, заставлять героиню серии «Неисправимые» — а вместе с нею и зрителей — пребывать в состоянии терпеливого ожидания множества вечеров в течение семи лет. Поэтому, как это вообще часто бывает в семейных сериях, авторы сосредоточили внимание на родительских заботах и взаимоотношениях между представителями разных поколений. А такого рода сюжеты могут продолжаться на экране сколь угодно долго.

В «Неисправимых» у молодого супруга, занятого бизнесом (он делает большие деньги на строительстве домов), нет времени для воспитания сына, а мать и бабушка никак не могут найти правильный подход к подрастающему отпрыску. Его мелкие проказы и не слишком успешная учеба — источник бесконечных сюжетных перипетий.

Есть в «Неисправимых» и еще одна коллизия. Дело в том, что дедушка и бабушка, родители героини, решают жить отдельно от молодой семьи. Но для покупки квартиры им нужна денежная помощь зятя. А они долго не хотят принимать ее, проявляя несговорчивость. Конфликт этот, подогреваемый мелкими неурядицами, возникающими главным образом из-за плохих отметок младшего члена семейства, в конце концов разрешается ко всеобщему удовольствию: старики наконец позволяют богатому зятю проявить заботу о них, и желанный хэппи энд наступает.

Еще более легковесны обычно семейные комедии. Типична в этом отношении серия «Из года в год: семья Земмелинг», повествующая о том, как некий глава семейства вместе с женой и сыном отправился в Альпы на зимний отдых. Герой телесериала Бруно Земмелинг — типичный чудаковатый, рассеянный и суетливый (образ, кочующий из одной комедии в другую). Он может на потеху телезрителям сесть не в тот поезд или оставить чемодан на вокзале. А в одном из эпизодов этот забавный чудаковатый не желает останавливаться в отеле, среди постояльцев которого есть и рабочие. Красноречивая деталь...

Представители рабочего класса в герои таких серий не попадают. Даже в тех случаях, когда сюжет так или иначе связан с производством, рабочие выступают лишь фоном, а в центре действия оказываются предприниматели (как правило, не крупного масштаба,

чтобы дистанция, отделяющая их от массы зрителей, не слишком бросалась в глаза).

Скажем, в серии «Когда отец вместе с сыном...» действие происходит на мебельной фабрике, которой владеет семья Хаслингеров — отец Эди и его сын Фреди. Их роли исполняют два обаятельных актера: молодой Петер Век (Фреди) и один из популярнейших актеров западногерманского экрана Фриц Экхардт, которые настолько симпатичны, что... уж конечно, никак не могут быть эксплуататорами. В этом убеждают зрителя и идиллические картинки труда на фабрике, показывающие довольных, улыбающихся рабочих.

А что же конфликт, который, как известно, должен двигать сюжет? Конфликт есть. Однако он носит, так сказать, частный характер. Дело в том, что старший Хаслингер несколько консервативен, авторитарен. Отсюда и все проблемы. С ними, впрочем, успешно справляется его сын Фреди, представляющий собой в противоположность отцу тип современного менеджера. Фреди настолько «демократичен», что может запросто прокатить в своем шикарном «феррари» рабочего паренька. Одним словом, на экране выведен «хороший капиталист». Пожалуй, и многие из сидящих перед своими телевизорами западногерманских зрителей были бы не прочь походить на этого симпатягу Фреди.

Конечно, стремление не всегда предполагает достижение желаемого. Однако это несоответствие зритель может хотя бы отчасти компенсировать, идентифицируя себя с экранными героями и пускаясь в бегство от действительности, переносясь в нереальный мир — мир стандартных телевизионных серий.

## 8. Мораль наоборот

Автору не удалось заставить западногерманский телеэкран в ту пору его целомудренной робости, когда камера смущенно отворачивалась от обнаженной женской ножки или скользила мимо влюбленной пары, собирающейся предаться любовным утехам. Однако, судя по отзывам телекритики, была на телевидении такая пора строгих нравов и неписаных табу, обусловленных именно тем, что телеэкран — это экран домашний, семейный, предполагающий возможность одновременного просмотра передач и детьми и взрослыми.

На страницах западногерманской печати можно, например, найти свидетельства жаркого спора вокруг телеспектакля «Лисистрата», поставленного по известной комедии Аристофана режиссером Фрицем Кортнером в 1960 году. «Защитники морали» были глубоко шокированы тем, сколь легко одеты взбунтовавшиеся против своих мужей героини спектакля и какие вольности позволяют они в разговоре о своих взаимоотношениях с представителями мужского пола.



Мораль эта и ее защитники оказались лживыми: всего лишь через десятилетие от былой стыдливости телевидения, распространявшейся даже на классическую «Лисистрату», не осталось и следа. Без каких бы то ни было помех на экран один за другим выпускаются телефильмы, наградить которые эпитетом «нескромные» примерно то же самое, что назвать барона Мюнхгаузена рассказчиком, неточно излагающим факты.

Западногерманское телевидение избрало весьма своеобразный путь для демонстрации завоеваний «сексуальной революции», начавшейся, как известно, с бунта молодежи капиталистических стран против ханжеской буржуазной морали и выродившейся — с помощью расторопных предпринимателей, умеющих все обращать в деньги, — в пропаганду распутства, с готовностью подхваченную и распространяемую буржуазными средствами массовой информации и всей индустрией «массовой культуры».

Дело в том, что телестанциям ФРГ не по силам тягаться с коммерческим, главным образом американским, кинопроизводством, не жалеющим средств для изготовления всяческой «клубнички». Но и отставать от моды (в данном случае моды на порнографию) тоже нельзя. А при этом надо еще сохранять серьезную мину, подобающую «общественно-правовому» институту. Учитывая все это, западногерманское вещание стало использовать такую специфически телевизионную форму, как фильмы-эссе, посвящая их различным «проблемам сексуальной революции» или «критическому анализу феномена порнографии».

Оказалось, что таким способом можно практически без ограничений и с малыми материальными затратами демонстрировать по телевидению любые непристойности. Авторы фильмов о порнографии оправдывают выбор темы благими намерениями: они якобы хотят вместе со зрителем сопоставлять, размышлять, спорить. Например, о том, следует ли расценивать непристойности как выражение критического отношения к обществу.

Один из фильмов, показанных несколько лет назад по первому каналу, так и назывался — «Непристойность как критика общества?». Вторая половина этой формулы не нашла отражения на экране. Зато первая — сполна.

Другой фильм, с сомнительно глубокомысленным названием «Угнетение женщины проявляется прежде всего в поведении самой женщины», был снят, несмотря на заявленную проблему эмансипации, словно лишь для того, чтобы впервые на западногерманском телеэкране детально показать молодого мужчину в одежде Адама (и даже без фигового листка), разглядывающего себя в зеркало.

Затем последовали документальные ленты о так называемых секс-ярмарках, периодически устраиваемых в разных городах Западной Европы, в том числе и в ФРГ.

А уж когда по первому каналу был показан телефильм Хольгера Мишвицки (приготовьтесь, пожалуйста, уважаемый читатель, к еще одному длинному, «проблемному» названию) «Не гомосексуалист противоестествен, а ситуация, в которой он живет», то появились основания считать, что западногерманское телевидение, пожалуй, даже перещеголяло кинематограф по части смакования извращений и распутства в соответствии с духом нынешнего «свободного» буржуазного общества.

Х. Мишвицки (известный, впрочем, более под псевдонимом Роза фон Праунхайм) создал не что иное, как рекламу однополрой любви, которой, по мысли автора, несправедливо отказано в праве на «свободное самовыражение». Жертв этой «несправедливости» автор и показывает в безобразных, унижающих человеческое достоинство эпизодах фильма, снятых в общественных туалетах и пивных подвалах.

Второе немецкое телевидение также не отставало от вяющей времени. И здесь был найден свой подход к теме. Тележурналы «Новости кино», «Апропо, фильм», «Кино, кино», «Аспекты», а также разовые передачи охотно избирают для «критического разбора» выходящие на экраны или находящиеся в производстве порнобоевики, такие, как французские ленты «Выставка» и «История «О» или американская картина «Глубокая глотка». Зрителю, конечно же, предлагаются самые пикантные эпизоды.

Но дело не ограничивается демонстрацией зарубежной кинопродукции. Что касается лент западногерманских режиссеров, то, по словам Р. Фассбиндера, одного из представителей сложившейся в середине 60-х годов школы «молодого немецкого кино», прокатный успех их фильмов в немалой степени определяется наличием «элементов, которые любит публика»<sup>66</sup>.

О том, что это за «элементы», можно судить по телефильму самого Фассбиндера «Звериная тропа». Снимая картину, режиссер поставил перед исполнителями задачу «ничего не оставлять на долю грязной фантазии»<sup>67</sup>. И молодые актеры Гарри Бауэр и Эва Маттес в эротических сценах действительно не оставили ничего... за кадром. Добавим, что фильм смотрело более пятнадцати миллионов телезрителей, причем большинство из них при опросе выставили «Звериную тропу» высшие баллы.

Вскоре Фассбиндер решил попробовать себя в новом качестве — снять телевизионное шоу «Как птица на проводе». Режиссер, который, по его словам, критически относится к современной западногерманской развлекательной телепродукции, «способствующей только тотальному оглуплению» зрителей<sup>68</sup>, задумал на практике показать, как надо делать телевизионные шоу. И создал авангардистский коллаж, в котором сочетаются элементы политической сатиры и... порнографии.

Финансировавшее Фассбиндера руководство Западнонемецкой радиотелевизионной организации вначале отказалось выпускать авангардистскую передачу на экраны, затем на полгода отодвинуло уже утвержденную дату показа. Но причиной тому была вовсе не порнография, а содержащиеся в шоу намеки на «тошнотворную», по признанию самого режиссера, атмосферу аденауэровской эпохи, хотя и ушедшей в прошлое, однако, увы, не бесследно.

Пришлось намеки убрать.

Таковы некоторые из проявлений рекламируемой в буржуазном государстве «абсолютной свободы» деятелей искусства, все более оборачивающейся на деле демонстрацией, по известным словам В. И. Ленина, «порнографии в рамках и картинах»<sup>69</sup>.

Точно так же «абсолютно свободно» западногерманское телевидение и в показе преступлений, насилия и всевозможных ужасов, связанных с похождениями кровожадных вампиров или с психическими расстройствами, вызванными действием дьявольских, потусторонних сил.

У западногерманского экранного искусства в этом отношении богатый опыт и давние традиции, связанные еще с экспрессионизмом 20-х годов в немецком кино. Наряду с киноклассикой, прославившей имена таких режиссеров, как Ф. Ланг, Ф.-В. Мурнау, Г.-В. Пабст, на экраны в немалом количестве выходили и выходят «фильмы ужасов» весьма низкого пошиба.

В 1970 году телестанции АРД, а вслед за ними и Второе немецкое телевидение начали ретроспективный показ «ужасной» кинопродукции — от знаменитых «Дракулы», «Франкенштейна», «Гризли» и «Кинг-Конга», этих историй о человеко- или обезьяноподобных кровожадных монстрах, бросающих в дрожь все живое, до лент «короля ужасов» Альфреда Хичкока,

Западногерманское телевидение по соглашению с кинопрокатными фирмами пока воздерживается лишь от демонстрации новейших американских триллеров. Это такие фильмы, как «Пылающий ад», «Землетрясение», разрабатывающие новый пласт темы — апокалипсическое представление о конце света, — или же картины, перелицовывающие старые сюжеты, например новейшая версия «Кинг-Конга», — «самого любимого киночудовища всех времен», как уверяет реклама.

Несомненно, в ретроспективу «фильмов ужасов» на западногерманском телеэкране со временем будут включены и «Экзорсист» и «Челюсти», которые еще идут с успехом в кинотеатрах, продолжая приносить немалые прибыли кинодельцам. Пока же отрывки из леденящих душу новых кинобоевиков показываются в упоминавшихся уже тележурналах на темы кино или в специальных передачах, претендующих на «аналитичность». Например, в одной из таких передач — она называлась «Стреляй же наконец!» — детально рассмат-

ривалась «драматургия смерти» на примерах, заимствованных из современной коммерческой кинопродукции.

Если говорить о собственной игровой кино- и телепродукции ФРГ, то мы не встретим на съемочных площадках или в студийных павильонах ни косматых чудовищ «а-ля Кинг-Конг», ни кровожадных Дракул.

Западногерманские режиссеры предпочитают более тонкие, но тем сильнее действующие приемы создания атмосферы ужаса на экране. Конечно, такие фильмы требуют высокого профессионального мастерства от их создателей, если последние желают — а они, естественно, желают! — добиться необходимого эффекта, «психошока». На главные роли режиссеры приглашают подлинных знатоков актерского ремесла, таких, например, как Клаус Кински (фильм В. Герцога «Агирре, гнев божий») или Маргит Карстенсен (фильм Р. Фассбиндера «Марта»).

Интересные мысли о характере воздействия на зрителя «фильмов ужасов» высказал западногерманский публицист Г. Эбелинг в статье «Пятая колонна дьявола». В момент потребления продукции «массовой культуры», рассчитанной на то, чтобы вызвать чувство страха, пишет Г. Эбелинг, «самый непосредственный читатель или зритель, у которого от страха волосы на голове становятся дыбом, а на лбу выступает холодный пот, хранит в каком-то закоулке своего мозга мысль о том, что этот ужас не всамделишный». Отсюда возникает далеко не безобидная привычка видеть в литературных и экранных произведениях ужасов только своеобразную игру и наслаждаться этими творениями «как чем-то нереальным, как игрой... Привыкнув к этому, мы начинаем испытывать точно такое же чувство, когда видим на телеэкране в своей комнате действительные ужасы, например умирающего от голода ребенка»<sup>70</sup>. Здесь-то, по мысли Г. Эбелинга, и заключена реальная опасность «массовой культуры», эксплуатирующей чувство страха.

Автор уже упоминавшегося телевизионного фильма-эссе «Стреляй же наконец!» Адольф Голл, рассуждая о «драматургии смерти», тоже говорил о механизме игры, однако, в отличие от Эбелинга, он видит лишь благотворное влияние пережитого чувства страха, вслед за которым к зрителю приходит сознание того, что он по-прежнему жив и здоров — и одно это по контрасту с только что показанным на экране уже воспринимается им как великое счастье.

Теоретики и критики на Западе давно спорят о том, как влияет на зрителя демонстрация сцен насилия, жестокости и всего, что вызывает у людей чувство страха<sup>71</sup>.

Одни полагают, что показ насилия на телеэкране оказывает «очищающее» (через механизм индентификации — теория катарсиса) или сдерживающее от проявления агрессивных эмоций воздействие. Так, западногерманский автор Г. Бесслер в специальном исследова-

нии пытается доказать, что демонстрация насильственных актов по телевидению ведет к привыканию, результатом чего является «постепенное уменьшение и в конечном счете вырождение агрессивных эмоций»<sup>72</sup>. Но многими учеными и публицистами приводятся веские аргументы, подтверждающие, что показ насилия стимулирует агрессивное поведение, «учит» совершать преступные акты (теория стимулирования).

Давайте познакоимся с любопытными данными, которые были обнародованы западногерманскими социологами из педагогического института в Гильдесгейме. Группа исследователей этого института во главе с профессором Г. Гейнрихсом зарегистрировала в течение одной, причем сравнительно спокойной теленедели 416 преступных и жестоких актов на экране, в том числе 103 убийства, 52 драки, закончившиеся увечьями, 13 тяжелых ранений, 8 поджогов, 8 казней и т. д.<sup>73</sup>.

Эти цифры были сопоставлены с неутешительными данными криминальной полиции ФРГ, свидетельствующими о все возрастающей преступности в стране и увеличении числа несовершеннолетних преступников, нередко совершающих преступления лишь ради того, чтобы, например, испытать на себе, «что чувствует убийца, расправляясь со своей жертвой».

Вывод, сделанный западногерманскими социологами и адресованный прежде всего ответственным работникам телевидения, звучал предостерегающе: немалую роль в воспитании вкуса к преступлениям играет содержание телепрограмм.

Согласившись в принципе с этим мнением, мы, однако, не должны преувеличивать роль телеэкрана в буржуазном обществе как особого катализатора насилия. Нет, в данном случае, думается, важнее подчеркнуть другое: если существует общество, основанное на насилии, то и телевидение как интегрированный общественный институт не может, говоря ленинскими словами, «быть свободным от общества»<sup>74</sup>, не может быть свободным от того, чтобы утверждать насилие как норму, как нечто само собой разумеющееся. Ведь именно тот, кто строит жизнь в соответствии с этой нормой, больше других может рассчитывать на успех и процветание в буржуазном обществе, на какой бы ступени социальной лестницы он ни находился.

Несколько лет назад по западногерманскому телевидению был показан телефильм «Ожесточение Франца Блюма», снятый режиссером Р. Хауфом по одноименному роману Б. Дриеста.

Франц Блум, довольно приятный внешне и не лишенный интеллекта юноша, попадает за решетку. Первое время он никак не может найти общий язык с заключенными-рецидивистами и потому вынужден терпеть побои и унижения. Однако постепенно герой начинает осваиваться в казавшейся ему поначалу столь невыносимой обстановке. Уразумев, что здесь царят те же страх, насилие, коррупция,

обман, подлость, которые господствуют и за стенами тюрьмы, Блюм организует в лагере, где заключенные режут на болоте торф, свое «дело». Он применяет при этом все методы «свободного» капиталистического хозяйствования — от вербовки наемных работников и их эксплуатации до прямой расправы с противниками. Блюм преуспевает в своем бизнесе и становится лагерным «королем», распоряжающимся судьбами других людей. И когда «король» с помощью наемников ликвидирует одного из главных своих врагов — заключенного, не пожелавшего подчиниться его власти, Блюма... досрочно выпускают на свободу за «хорошее поведение».

Что и говорить, символический финал. Жестокость и насилие, возведенные в жизненный принцип, ставшие основой человеческого существования,— симптомы социальных болезней, излечить которые буржуазное общество бессильно.

Мы рассмотрели некоторые аспекты деятельности западногерманского телевидения как инструмента манипулирования массовым сознанием. Это манипулирование ведется целенаправленно и гибко, с учетом новейших данных социологической науки, занимающейся изучением телеаудитории, ее привычек и пристрастий. На основании этих исследований программируется ежедневное телеменю, в котором заранее predeterminedено, что должен и чего не должен потреблять массовый зритель.

Можно выделить два главных направления телевизионной пропаганды в ФРГ — направления, которые характерны и для всей буржуазной пропаганды в целом. На них указывал Л. И. Брежнев, подчеркивая, что находящиеся в руках буржуазии средства массовой информации «мобилизованы на то, чтобы вводить в заблуждение людей, внушать им представления о чуть ли не райской жизни при капитализме, клеветать на социализм»<sup>75</sup>.

Клевета на социалистический строй, антисоветизм имеют на западногерманском телеэкране множество как скрытых, так и явных форм, которым соответствуют свои манипулятивные приемы и методы. Особенно интенсивно ведется антикоммунистическая пропаганда в политических передачах, а также шпионских сериях (по преимуществу импортируемых телевидением ФРГ).

Для пропаганды «капиталистического рая» широко используются развлекательные программы. Собирая у экранов наибольшую зрительскую аудиторию, они внедряют веру в буржуазные ценности через стереотипы обыденного сознания. Окружающая жизнь предстает в них полной ложного блеска и показного благополучия, а проявления социальной несправедливости сводятся к психологическим и моральным факторам. В то же время развлекательная теле-

продукция незаметно совершает операцию редуцирования социальной активности человека, удерживая его под наркозом идентификации с далекими от жизненной правды героями экрана.

Насаждаемые буржуазным телевидением иллюзорные представления о привлекательном и ярком мире потребления, как справедливо замечает Х. Хольцер, «заставляют реципиента стремиться к акцептированным символам личного успеха в обществе и забыть при этом, что, попадаясь на приманку мелких привилегий и навязанных ему «потребностей», он лишается права на самоопределение в экономике и политике»<sup>76</sup>.

## Вместо заключения

Хотя автор с самого начала решил ограничиться анализом двух основных измерений западногерманского телевидения, тем не менее, прежде чем читатель закроет книгу, следует, видимо, затронуть проблему существования еще одного — третьего. Оно, правда, имеет не столь ясные очертания, но оно есть и оно жизнеспособно.

Это третье измерение — телевизионные произведения, выражающие на западногерманском телеэкране тенденции прогрессивного искусства и демократической публицистики, связанных с защитой социально-политических и культурных интересов трудящихся ФРГ. Это, говоря словами В. И. Ленина, «демократические и социалистические элементы»<sup>1</sup>, существующие внутри национальной культуры буржуазного общества, которые противостоят господствующей продукции «массовой культуры» капитализма.

Не удивительно поэтому, что к прогрессивным авторам, работающим на западногерманском телевидении, применяются «запреты на профессии» и прочие антидемократические акции, направленные на то, чтобы помешать их деятельности.

Демократические, социалистические элементы культуры наиболее отчетливо проявляются там, где искусство связано с рабочим классом и где оно отражает его подлинные интересы.

Рабочая тема, одним из первых воплощений которой на западногерманском телеэкране стал фильм «Красные флаги видны всем», уже не может игнорироваться за правилами телевидения. Они не в состоянии полностью воспрепятствовать появлению произведений, в которых отстаиваются интересы людей труда.

Авторы таких произведений не боятся бросить вызов сильным мира сего, как это сделали сценарист Вольфганг Менге и режиссер Вольфганг Петерсен в телефильме «Смог».

На телеэкране — трудно различимые очертания города. Беспрерывно дымят трубы большого промышленного предприятия, выбрасывая в воздух сажу и ядовитые газы. Дымят автомобили, запрудившие проезжую часть улицы, Серая мгла окутывает дома. Она все



более сгущается, так что с нею уже не справляются зажженные фары автомобилей.

Остановлено движение транспорта. Прохожие надевают противогазы, покупают продаваемые прямо на улице аппараты с кислородом. Однако они мало помогают. Некоторые из пешеходов, задыхаясь, падают замертво на мостовую. Нейлоновый чулок растворяется и расплзается на женской ноге.

Переполнены больницы и помещения с кондиционированным воздухом. Городские газеты пестрят некрологами.

Может показаться, что фильм рисует хотя и впечатляющую, но фантастическую картину, далекую от реального положения дел в ФРГ. Но почему же тогда съемкам телефильма, а затем и выходу его на телеэкран пытались помешать влиятельные промышленные магнаты и государственные чиновники вплоть до членов земельных парламентов, обвинивших авторов в том, что они замечают «только грязь» и «очерняют действительность»?

Очерняют действительность? В. Менге более полугодом кропотливо собирал материал для фильма и, в частности, использовал в нем подлинный «План тревоги на случай критического загрязнения атмосферы», разработанный по заказу правительства земли Северный Рейн — Вестфалия. Кстати, телефильм и снимался в Рурском промышленном районе, где ежегодное количество выбрасываемой в воздух сажи составляет около двенадцати килограммов на душу населения. А комиссия ГКП по охране окружающей среды, беря пробы атмосферного воздуха в пригороде Кёльна, где расположен один из заводов концерна Хёхста, установила, что содержание ядовитых веществ в газообразных отходах производства превышает допустимую норму в две с половиной тысячи раз<sup>2</sup>.

В фильме катастрофа происходит из-за того, что атмосферное давление, как с тревогой сообщают работники метеослужбы, не дает рассосаться накапливающимся над городом удушливым газам и ядовитой пыли. Впрочем, конец у фильма вполне благополучный: погода меняется, и спасительный ветер начинает разгонять мглу.

Однако лента эта — не о стихийном бедствии и не о важности предсказаний погоды. В. Менге и В. Петерсен создали фильм-обвинение, фильм — предостережение тем, кто в погоне за прибылями (руководители концерна в этой игровой картине названы, разумеется, вымышленными именами) в буквальном смысле слова лишает население возможности дышать. И когда у ворот концерна появляется большая группа демонстрантов — молодых рабочих с плакатами, на одном из которых начертано: «Мы предостерегали против этого три года назад», — зрителю вполне ясно, на чьей стороне симпатии авторов.

Телефильм «Смог» смотрело практически все взрослое население страны. Он несколько раз демонстрировался по телевидению, по-

лучив высокую оценку и большинства западногерманских зрителей и прогрессивной критики.

В числе примечательных фильмов последнего времени можно назвать и телевизионную двухсерийную ленту того же Вольфганга Петерсена «Местами гололед», снятую по одноименному роману известного западногерманского писателя Макса фон дер Груна.

В основу сюжета романа и сценария телефильма положены действительные события, происшедшие также в Рурском районе, в Дортмунде. Рабочий одного из крупных предприятий — в фильме его зовут Карл Майвальд — случайно обнаружил, что руководство с помощью специальных устройств постоянно подслушивает разговоры рабочих и ведет досье на каждого инакомыслящего. Майвальду удается выкрасть документы и предать их огласке, хотя ему и приходится поплатиться за это потерей работы.

Несмотря на то, что в этом фильме, отлично снятом и сыгранном, острота очерченных в романе социальных конфликтов несколько ослабляется упором на интригу и занимательность, все же критический заряд картины, ее антимонополистическая направленность ощутимы достаточно явно.

Достойным подкреплением подобным игровым лентам служат документальные телефильмы, посвященные забастовочной борьбе рабочих, решительно отстаивающих свои права — будь то на заводах автомобильного концерна «Фольксваген» («Привет из Неккарзульма» Х. Карника и В. Рихтера) или на предприятиях фирмы «Маннесман» («Кальдорф против Маннесмана» В. Фильмера, Р. Фирнхабера и Э.-М. Вингенса). Эти фильмы создавались при непосредственном участии производственных советов и профсоюзных комитетов предприятий, что во многом обусловило их правдивость, вызывающую отклик у массового зрителя. После показа по телевидению они демонстрировались на международных фестивалях короткометражных и документальных фильмов в Оберхаузене («Привет из Неккарзульма») и Мангейме («Кальдорф против Маннесмана») в 1975 году и были премированы как лучшие документальные телевизионные ленты.

Рабочей теме посвящают свои страницы и некоторые телерубрики, появившиеся в начале 70-х годов. Выше уже шла речь о судьбе «неугодных» социально-критических передач, короткая жизнь которых как раз и объясняется тем, что они, пусть не всегда и не до конца последовательно, противостоят рекламе капиталистического образа жизни, развенчивая социально-политические мифы буржуазной пропаганды.

Одна из таких передач, «Дневная экскурсия», представляет собой встречу людей разных профессий, различных социальных групп, в ходе которой участники обмениваются мнениями об условиях своего труда и быта. Нет, конечно же, передача «Дневная экскурсия» не дает зрителю, как это было первоначально заявлено ее авторами, «не-

фильтрованную» (то есть, иными словами, не урезанную цензурой) информацию: обычно из снятой на пленку дискуссии в эфир идет лишь пятая, в лучшем случае четвертая часть, и, разумеется, самая «стерильная»<sup>3</sup>. Но и в ней нередко содержится такая информация, которая вскрывает непримиримые противоречия между трудом и капиталом, между монополистами и рабочими.

Так, в одном из выпусков «Дневной экскурсии», на встрече мюнстерских крестьян с рабочими завода фирмы «Опель» в Бохуме, прозвучала резкая критика в адрес предпринимателей, которые в погоне за сверхприбылями сделали из своего предприятия «мельницу костей». А один из крестьян, ознакомившись со здешними условиями труда и узнав, в частности, что на некоторых рабочих местах температура воздуха достигает 50 градусов по Цельсию, прямо заявил, что у него в хозяйстве «свиньям живется лучше».

Передача «Клачмон» (она выпускается тем же авторским коллективом, который в свое время работал над упоминавшимся уже молодежным тележурналом «Бафф») предоставляет право голоса рабочей и учащейся молодежи. Участники передачи обсуждают такие важные аспекты общественной жизни страны, как рост преступности и наркомании среди молодых, проблемы трудоустройства и образования. В одной из передач рассматривался, например, вопрос, почему 88 процентов детей рабочих не могут поступить в гимназию. Причина была найдена — это социальное неравенство, существующее в западногерманском обществе и прикрываемое мифом о «равных возможностях» для всех.

Еще один тип социально-критических передач, которые стали появляться в первой половине 70-х годов, условно можно определить так: телевидение критикует телевидение. В самом деле, тележурналы первой программы «Стеклоанный дом — ТВ изнутри» и «Микадо» (а также предшественник «Микадо», прекративший уже свое существование «Эпилог») анализируют конкретные телепередачи и характер воздействия их на зрителя.

Первый же выпуск «Стеклоанного дома» вызвал обильную и, как писал журнал «Шпигель», «вдохновляющую зрительскую почту», оптимистическое настроение у авторского коллектива и, с другой стороны, «сдержанность внутри иерархии АРД»<sup>4</sup>. Но «сдержанность», как мы уже знаем, отнюдь не единственная форма выражения чувств со стороны руководителей западногерманских телецентров по отношению к неугодным передачам. Лишний раз они доказали это, запретив в декабре 1976 года трансляцию подготовленного к показу выпуска «Стеклоанного дома», посвященного взаимоотношениям телевидения с предпринимателями.

В снятой на видеопленку дискуссии (протокол ее опубликовала газета «Унзере цайт») принимали участие представители западногерманских профсоюзов, которые единодушно заявили, что телевидение

ФРГ за два с половиной десятилетия деятельности способствовало не демократизации общества, а стабилизации господствующей системы, манипулируя общественным мнением в угоду правящим кругам<sup>5</sup>. Выступавшие рабочие приводили примеры передач, которые так и не дошли до зрителя, ибо в процессе подготовки вызвали недовольство со стороны монополистических сил. Это случилось, в частности, с тринадцатисерийной рубрикой «Производственные советы — курс для рабочих», изъятой из программы по настоянию руководства Федерального объединения западногерманских союзов работодателей (БДА).

Собственно, подобным печальным примером стали и выпуски самого «Стеклянного дома», редакция которого не впервые навлекает на себя гнев телебоссов.

Сказанное относится и к журналу «Микадо». Кстати, название это происходит от известной игры, участники которой должны обладать острым, все подмечающим глазом. В поле зрения «Микадо» уже попадали и телевизионные семейные серии, и общественно-политические тележурналы, и «строптивые» молодежные передачи, и уличенный в махинациях «Парад шлягеров», и выпуски новостей, объективность которых была поставлена под сомнение уже в самой формулировке темы обсуждения — «Насколько правдиво «Тагесшау»?».

Говоря о третьем измерении западногерманского телеэкрана, особо следует выделить фильмы, снятые тележурналистами ФРГ в СССР и объективно, в духе дружбы и добрососедства, повествующие о советской действительности, о советском образе жизни.

Автор двухсерийного репортажа «Объ» Петер Шультце не только познакомил зрителей с богатейшими природными ресурсами Сибири, успешно осваиваемыми советскими людьми, но и с большой симпатией рассказал о труде и быте людей этого края, о становлении сибирского характера. Фильм дважды демонстрировался по западногерманскому телевидению в 1975 году.

Дважды был показан в 1976 году и телефильм Эдит Шольц «Эмансипирована ли Наташа?», который, судя по откликам западногерманской печати, поколебал искаженное представление многих граждан ФРГ о положении советских женщин.

С достижениями советской социалистической культуры телезрители могли познакомиться и во время просмотра поэтического телефильма «Ленинград», снятого западногерманскими журналистами в городе на Неве.

Наконец, случается, что западногерманский телеэкран демонстрирует подлинные — без каких-либо оговорок — произведения социалистической культуры, искусства социалистического реализма.

Расширяющееся научно-техническое и культурное сотрудничество между СССР, другими странами социалистического содружества, с одной стороны, и ФРГ, с другой, способствует тому, что западногер-

манские телезрители все чаще получают возможность знакомиться с искусством социалистических стран, в частности народов Советского Союза. Хорошей традицией в культурном обмене между двумя государствами стали, например, дни культуры СССР в ФРГ. Принимает в них участие и западногерманское телевидение, предлагая своим зрителям образцы многонационального советского искусства. Причем здесь заметны некоторые качественные изменения.

Если раньше, например, по телевидению ФРГ демонстрировались только такие советские ленты, которые повествовали о прошлом России и представляли собой преимущественно экранизацию произведений дореволюционной классики, то ныне на западногерманских телеэкранах можно увидеть созданные в нашей стране кино- и телефильмы, посвященные современным проблемам. За последние годы телезрители ФРГ имели возможность посмотреть такие талантливые произведения советского кинематографа, как «Это сладкое слово — свобода» и «Калина красная».

Несмотря на то, что показ советских кинокартин (и вообще большинства фильмов социалистических государств), как правило, предваряется выступлениями критиков, пытающихся расставить акценты так, чтобы сбить с толку аудиторию, а то и вовсе извратить идею того или иного произведения, все же правда о социалистическом гуманизме, об истинном демократизме общественных отношений, которую несет советское искусство, находит дорогу к уму и сердцу западногерманского зрителя, способствует укреплению взаимного доверия между народами наших стран.

«Возможности сотрудничества,— подчеркивал Л. И. Брежнев, выступая в Хельсинки на Совещании по безопасности и сотрудничеству в Европе,— распространяются теперь и на такие области, где оно было немислимо в годы «холодной войны». Например, более широкие обмены информацией в интересах мира и дружбы между народами.

Не секрет, что средства информации могут служить целям мира и доверия, а могут разносить по свету отраву розни между странами и народами. Мы хотели бы надеяться, что итоги совещания послужат правильным ориентиром для сотрудничества и в этих областях»<sup>6</sup>.

Однако международное сотрудничество и разрядка, создающие благоприятные возможности для широкого распространения идей социализма, как отмечалось в Отчетном докладе ЦК КПСС XXV съезду партии, не означают прекращения или ослабления идеологической борьбы. Напротив, «идейное противоборство двух систем становится более активным, империалистическая пропаганда — более изощренной»<sup>7</sup>.

Пропагандируя свои концепции «деидеологизированной», «деполитизированной» культуры, буржуазные теоретики преследуют со-

вершенно определенные идеологические и политические цели. Они пытаются идейно разоружить прогрессивную, социалистическую культуру и в то же время создать условия для проникновения буржуазной идеологии в социалистические страны.

И если сегодня на телеэкранах ФРГ появляются произведения, несущие на себе печать демократической культуры и идей социализма, то это оказалось возможным — мы полностью солидарны с мнением газеты западногерманских коммунистов «Унзере цайт» — «только благодаря борьбе прогрессивных сил и их стремлению к развитию культуры, а не из-за мнимой либеральности системы»<sup>8</sup>.

# Библиографические ссылки

## Введение

- <sup>1</sup> См.: Gesetz über den Hessischen Rundfunk vom 2. 10. 1948.— In: Hessisches Gesetz- und Verordnungsblatt, 1948, S. 123.
- <sup>2</sup> Flottau H. Die schwere Hand parteipolitischer Kontrollen.— «Süddeutsche Zeitung», 1972, 10. Febr.
- <sup>3</sup> Маркс К., Энгельс Ф., Соч., т. 3, с. 46.
- <sup>4</sup> Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland. Bonn — Bad Godesberg, 1970, S. 10.
- <sup>5</sup> См.: Fernsehen im Leben der Erwachsenen. Hamburg, Verl. Hans-Bredow-Institut, 1968, S. 144.
- <sup>6</sup> См.: «Media Perspektiven», 1975, N 9, S. 413—414.
- <sup>7</sup> Pleyer K. Fernseh-Schelte.— «Oberhessische Presse», 1970, 22. Jan.
- <sup>8</sup> См.: Орлов Ю. Я. Печать ФРГ. М., Изд-во Моск. ун-та, 1970, с. 44.
- <sup>9</sup> Sachsse H. Technik und Verantwortung. Freiburg, Verl. Rombach, 1972, S. 35, 110.
- <sup>10</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 40, с. 15.
- <sup>11</sup> Manipulation. Die staatsmonopolistische Bewusstseinsindustrie. Berlin, Dietz Verl., 1968, S. 39.
- <sup>12</sup> Buhr M., Kosing A. Kleines Wörterbuch der marxistisch-leninistischen Philosophie. Berlin, Dietz Verl., 1974, S. 109.
- <sup>13</sup> Ibid.

## Манипулируемое телевидение

- <sup>1</sup> Цит. по кн.: Die formierte Meinung. Leipzig, Hrsg. von F. Knipping, 1968, S. 195.
- <sup>2</sup> Brack H. Organisation und wirtschaftliche Grundlagen des Hörfunks und des Fernsehens in Deutschland. 1969—1973.— «Der Journalist», 1973, N 4, S. 345.
- <sup>3</sup> Из письма американского военного губернатора Баварии от 31 декабря 1947 года. Цит. по кн.: Zöllner J. O. (Hrsg.) Massenmedien — die geheimen Führer. Augsburg, 1965, S. 123.
- <sup>4</sup> Цит. по газ.: «Industriekurier», Düsseldorf, 1959, 29. Aug.

- <sup>5</sup> Цит. по ст.: Spoden M. Fakten zur Entwicklung von Aufbau und Organisation des westdeutschen Fernsehens.— «Filmwissenschaftliche Beitr.». Hrsg. vom Institut für Filmwissenschaft, 1969, S. 367.
- <sup>6</sup> «Konkret», 1960, 1. Aug.-Ausg., S. 7.
- <sup>7</sup> См.: Kreidel H. Kommunikationspolitisch relevante Urteile des Bundesverfassungsgerichts.— «Publizistik», 1967, N 2/3, S. 128.
- <sup>8</sup> См.: Verwaltungsvereinbarung der Landesrundfunkanstalten über die Zusammenarbeit auf dem Gebiet des Fernsehens (Fernschvertrag) in der Fassung vom 2. 7. 1964.— In: ARD-Jahrbuch 70, Hamburg, Verl. Hans-Bredow-Institut, 1970, S. 313.
- <sup>9</sup> См.: Statistik der Landesrundfunkanstalten über anmeldepflichtige Rundfunkempfangsgeräte (Stand am 28. Februar 1977).— «Media Perspektiven», 1977, N 3, S. 176.
- <sup>10</sup> См.: ARD-Jahrbuch 75. Hamburg, Verl. Hans-Bredow-Institut, 1975, S. 37; «Der Spiegel», 1975, N 16, S. 54—55.
- <sup>11</sup> Die Neutralitätspflicht der Rundfunkanstalten.— «Rundfunk und Fernsehen», 1962, N 2, S. 114.
- <sup>12</sup> Цит. по кн.: Die öffentliche Meinung. Bonn, 1971, S. 21.
- <sup>13</sup> См.: Niedersachsen, Gesetz- und Verordnungsblatt (GVBl) 1955, S. 167; Schleswig-Holstein, GVBl 1955, S. 92; Hamburg, GVBl 1955, S. 197.
- <sup>14</sup> Gesetz über die Errichtung und die Aufgaben einer Anstalt des öffentlichen Rechts «Der Bayerische Rundfunk» vom 10. 8. 1948 in der Fassung vom 22. 12. 1959.— In: Bayerisches GVBl, 1959, S. 311.
- <sup>15</sup> Gesetz über den «Westdeutschen Rundfunk Köln» vom 25. 5. 1954.— In: GVBl Nordrhein-Westfalen, 1954, S. 151.
- <sup>16</sup> Spoden M. Fakten zur Entwicklung..., S. 340.
- <sup>17</sup> Flottau H. Das Publikum ist nicht im Bild.— «Süddeutsche Zeitung», 1974, 8. März.
- <sup>18</sup> Ibid.
- <sup>19</sup> См.: Meyn H. Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland. [West] Berlin, Colloquium Verl., 1969, S. 79.
- <sup>20</sup> См.: «Wirtschaftswoche», 1973, 29. Jun.
- <sup>21</sup> Rau J. Innere Rundfunkfreiheit — eine Erfindung der Redakteure? — «Frankfurter Rundschau», 1973, 5. Apr.
- <sup>22</sup> Neuffer M. Der Rundfunkintendant.— In: ARD-Jahrbuch 75, S. 83—84.
- <sup>23</sup> См.: «Bonner Rundschau», 1974, 3. Apr.
- <sup>24</sup> «Der Spiegel», 1971, N 41, S. 100.
- <sup>25</sup> Friedrich B. Biedenkopf steuert die Union in eine neue Phase der Restauration.— «Vorwärts», 1974, 28. März.
- <sup>26</sup> См.: «Der Spiegel», 1971, N 41, S. 90.
- <sup>27</sup> «Die Welt», 1966, 22. Jul.
- <sup>28</sup> См.: «Der Spiegel», 1975, N 49, S. 22; «Stern», 1977, N 17, S. 215.
- <sup>29</sup> «Stern», 1973, N 41, S. 254.



- <sup>30</sup> **См.:** Schwidrowski K. Acht Hampelmänner im Clinch.— «Stern», 1974, N 9, S. 153.
- <sup>31</sup> «Süddeutsche Zeitung», 1974, 10. Febr.
- <sup>32</sup> **См.:** Fernsehen im Leben der Erwachsenen, S. 192 (Tab. 149).
- <sup>33</sup> **См.:** Dippner H. Sie wissen nicht, was sie bewirken.— «Frankfurter Rundschau», 1972, 5. Dez.
- <sup>34</sup> Ibid.
- <sup>35</sup> Pleyer K. Fernseh-Schelte.— «Oberhessische Presse», 1970, 22. Jan.
- <sup>36</sup> «Fernsehen von A bis Z».— «Stern», 1973, N 16, S. 144.
- <sup>37</sup> **См.:** «Der Spiegel», 1973, N 47, S. 209.
- <sup>38</sup> «Stern», 1973, N 26, S. 102.
- <sup>39</sup> «Unsere Zeit», 1972, N 48.
- <sup>40</sup> **См.:** «Unsere Zeit», 1976, 6. Okt.
- <sup>41</sup> «Unsere Zeit», 1976, 5. Okt.
- <sup>42</sup> Zahn P. von. Zwischen Löwenthal und Merseburger.— «Wirtschaftswoche», 1973, N 34.
- <sup>43</sup> «Unsere Zeit», 1971, N 19.
- <sup>44</sup> Цит. по ст.: Schuhler C. Mitbestimmung im Funk und Fernsehen.— «Kürbiskern», 1972, N 4, S. 642.
- <sup>45</sup> Kommer H., Lautenschlager R., Streese J. Verlustmeldungen.— «Frankfurter Rundschau», 1973, 10. Febr.
- <sup>46</sup> «Der Spiegel», 1974, N 23, S. 122.
- <sup>47</sup> «Unsere Zeit», 1971, N 19.
- <sup>48</sup> «Der Spiegel», 1971, N 31, S. 96.
- <sup>49</sup> **См.:** «Unsere Zeit», 1976, 31. Dez.
- <sup>50</sup> **См.:** Donner W. Bildstörung.— «Die Zeit», 1971, 30. Jul.
- <sup>51</sup> Rau J. Innere Rundfunkfreiheit — eine Erfindung der Redakteure? — «Frankfurter Rundschau», 1973, 5. Apr.
- <sup>52</sup> «Unsere Zeit», 1972, N 34.
- <sup>53</sup> «Deutsche Nationalzeitung», 1974, 8. März.
- <sup>54</sup> «Deutsche Volkszeitung», 1972, 2. März.
- <sup>55</sup> **См.:** Bauerisches Gesetz- und Verordnungsblatt, 1973, S. 426.
- <sup>56</sup> Хольцер X., Шулер К. Диктат толстосумов.— «Демократ. журналист», 1973, № 4, с. 11.
- <sup>57</sup> Мис Г. В авангарде классовой борьбы. Сокращ. текст докл. на Боннском съезде ГКП в марте 1976 года.— «Коммунист», 1976, № 8, с. 102.
- <sup>58</sup> **См.:** Die Medienpapiere von SPD, CDU, FDP und die Meinung des DJV.— «Der Journalist», 1973, N 10, S. 65—71; CDU zur Ausgewogenheit in Hörfunk und Fernsehen.— «Media Perspektiven», 1976, N. 6, S. 288—289.
- <sup>59</sup> Medienkonzept der CDU/CSU.— «Media Perspektiven», 1975, N 4, S. 177.
- <sup>60</sup> Die Medienpapiere von SPD, CDU, FDP und die Meinung des DJV.— «Der Journalist», 1973, N 10, S. 69—71.

## Манипулирующее телевидение

- <sup>1</sup> «Media Perspektiven», 1977, N 3, S. 176.
- <sup>2</sup> «Media Perspektiven», 1976, N 2, S. 87.
- <sup>3</sup> B a u s c h H. Programmangebot und Programmnachfrage.— «Neue Zürcher Zeitung», 1972, 26. Aug.
- <sup>4</sup> Цит. по кн.: S t ü t z H. Die Hauptaufgaben unserer Kulturpolitik.— In: Kulturpolitisches Forum der DKP am 12./13. Juni 1971 in Nürnberg. Hamburg, 1972, S. 29.
- <sup>5</sup> С м.: Die öffentliche Meinung, S. 39.
- <sup>6</sup> С м.: R i n d f l e i s c h H. Künftige Möglichkeiten der Verbreitung von Rundfunkprogrammen.— «Media Perspektiven», 1974, N 8, S. 353.
- <sup>7</sup> С м.: M ü l l e r K. Wenn Köpcke aus dem All direkt ins Zimmer spricht.— «Die Welt», 1974, 7. Jan.
- <sup>8</sup> Telekommunikationsbericht der Kommission für den Ausbau des technischen Kommunikationssystems.— «Media Perspektiven», 1976, N 1, S. 13.
- <sup>9</sup> С м.: H o l z e r H. Report: Kabelfernsehen in der BRD. Frankfurt am Main, Verl. Marxistische Blätter, 1976, S. 65, 70.
- <sup>10</sup> «Stern», 1973, N 35, S. 110.
- <sup>11</sup> «Stern», 1973, N 37, S. 142.
- <sup>12</sup> С м.: Fernsehen in den 70-er Jahren. Schriftenreihe des ZDF, 1971, N 9, S. 25; «Frankfurter Rundschau», 1972, 10. Jan.
- <sup>13</sup> H o l z e r H. Politik und Unterhaltung in den Massenmedien: Reaktionen des Publikums.— In: Prokop D. (Hrsg.) Massenkommunikationsforschung. Bd 2: Konsumtion. Frankfurt am Main, Verl. Fischer Taschenbuch, 1973, S. 98.
- <sup>14</sup> С м.: «Der Spiegel», 1976, N 46, S. 244; S a u r K.-O. Die Schutzzone unter Beschuss.— «Süddeutsche Zeitung», 1976, 22. Sept.
- <sup>15</sup> С м.: С е р о в В. А. Западногерманские репортажи. М., ИМО, 1974, с. 141.
- <sup>16</sup> Ш а б а д Б. А. Кризис идеологии антикоммунизма. М., «Мысль», 1973, с. 26.
- <sup>17</sup> Журналистика в буржуазном обществе. Под ред. Я. Н. Засурского. М., «Мысль», 1976, с. 255—256.
- <sup>18</sup> «Die Welt», Ausgabe B, 1973, 11. Mai.
- <sup>19</sup> H o l z e r H. Politik und Unterhaltung..., S. 97.
- <sup>20</sup> Цит. по кн.: Г л я й с с б е р г Г. О концентрации печати и манипулировании общественным мнением. М., «Прогресс», 1974, с. 60.
- <sup>21</sup> «Hamburger Abendblatt», 1971, 1. Dez.
- <sup>22</sup> С м.: «Media Perspektiven», 1974, N 9, S. 428.
- <sup>23</sup> W e s s e l K. Lassen sich Fernseh-Informationen manipulieren? — In: Vierzehn Mutmassungen über das Fernsehen. München, Hrsg. von A. R. Katz, 1963, S. 75—76.
- <sup>24</sup> Ibid.

- <sup>25</sup> Manipulation..., S. 237.
- <sup>26</sup> «Die Zeit», 1971, 26. März.
- <sup>27</sup> Ibid.
- <sup>28</sup> «Der Spiegel», 1972, N 44, S. 75.
- <sup>29</sup> «Deutsche Volkszeitung», 1974, 28. Febr.
- <sup>30</sup> «Frankfurter Rundschau», 1974, 5. Febr.
- <sup>31</sup> См.: «ARD-Jahrbuch 75», S. 330; «ZDF-Jahrbuch 75»; S. 63, 72—73; «Media Perspektiven», 1977, N 3, S. 174.
- <sup>32</sup> См.: Schwidrowski K. Eine verlogene Glitzerwelt.— «Stern», 1973, N 11, S. 100.
- <sup>33</sup> Ibid.
- <sup>34</sup> Abich H. Wünschelrutengänge der Dramaturgie.— In: «ARD-Jahrbuch 70», S. 100—101.
- <sup>35</sup> Delling M. Kapuzinerpredigt für die Herren Chefs.— «Frankfurter Rundschau», 1973, 28. Jul.
- <sup>36</sup> См.: Knilli F. (Hrsg.) Die Unterhaltung der deutschen Fernsehfamilie. München, Verl. Carl Hanser, 1971, S. 8.
- <sup>37</sup> См.: «Stern», 1973, N 24, S. 94.
- <sup>38</sup> «Ruhr-Nachrichten», 1969, 29. März.
- <sup>39</sup> См.: «Hannoversche Presse», 1970, 23. Febr.
- <sup>40</sup> «Hannoversche Presse», 1970, 17. Jan.
- <sup>41</sup> «Stern», 1972, N 42, S. 242.
- <sup>42</sup> Ibid.
- <sup>43</sup> «Stern», 1969, N 39, S. 238.
- <sup>44</sup> Цит. по журн.: «Stern», 1973, N 50, S. 220.
- <sup>45</sup> Ibid.
- <sup>46</sup> См.: «Neues Leben», 1971, N 8, S. 60; «Der Spiegel», 1976, N 14, S. 215.
- <sup>47</sup> См.: «Der Spiegel», 1976, N 14, S. 215.
- <sup>48</sup> «Hannoversche Presse», 1970, 18./19. Apr.
- <sup>49</sup> См.: «Der Spiegel», 1975, N 33, S. 79.
- <sup>50</sup> Ibid.
- <sup>51</sup> Цит. по журн.: «Neues Leben», 1971, N 8, S. 61.
- <sup>52</sup> «UZ-Magazin», 1971, N 21.
- <sup>53</sup> «Westfälische Rundschau», 1961, 5. Aug.
- <sup>54</sup> Бэйер Г. Антикоммунизм и массовая психология в Западной Германии.— В кн.: Зарубежные марксисты в борьбе против буржуазной идеологии, М., «Прогресс», 1971, с. 176—177.
- <sup>55</sup> Там же, с. 179.
- <sup>56</sup> «Der Spiegel», 1976, N 19, S. 196.
- <sup>57</sup> Ibid., S. 196, 198.
- <sup>58</sup> См.: «Unsere Zeit», 1976, 6. Okt.
- <sup>59</sup> «Hannoversche Presse», 1969, 9. Dez.
- <sup>60</sup> «Stern», 1973, N 14, S. 198.
- <sup>61</sup> «Der Spiegel», 1973, N 24, S. 148.

- <sup>62</sup> Ibid.
- <sup>63</sup> Ibid., S. 147.
- <sup>64</sup> «Der Spiegel», 1974, N 49, S. 164.
- <sup>65</sup> Riehl M. 50 mal Schölermanns.— «Tagesspiegel», 1957, 10. Febr.
- <sup>66</sup> Цит. по: «Stern», 1973, N 50, S. 170.
- <sup>67</sup> Franke E. Fernsehen ohne Feigenblatt.— «Stern», 1974, N 2, S. 105.
- <sup>68</sup> «Der Spiegel», 1975, N 19, S. 166.
- <sup>69</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 12, с. 103.
- <sup>70</sup> «Лит. газ.», 1969, 12 марта.
- <sup>71</sup> См.: Kellner H., Horn J. Gewalt im Fernsehen.— In: Schriftenreihe des ZDF, 1971, H. 8.
- <sup>72</sup> Bessler H. Brutalität im Fernsehen.— In: Massenkommunikationsforschung, Bd 2, S. 257.
- <sup>73</sup> См.: «Neue Ruhrzeitung», 1971, 29. Jun. Ср.: Stuart L. Erstes Fenster zur Welt.— «Vorwärts», 1972, 12. Okt.
- <sup>74</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 12, с. 104.
- <sup>75</sup> Брежнев Л. И. Ленинским курсом. Речи и статьи, т. 3. М., Политиздат, 1972, с. 296.
- <sup>76</sup> Хольцер Х. Средства массовой информации и манипуляции.— В кн.: Гляйссберг Г. О концентрации печати..., с. 60—61.

#### Вместо заключения

- <sup>1</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 24, с. 121.
- <sup>2</sup> См.: «Unsere Zeit», 1976, 16. Sept.
- <sup>3</sup> См.: Franke E. Die Schweine haben's besser.— «Stern», 1973, N 48, S. 270, 272.
- <sup>4</sup> «Der Spiegel», 1972, N 49, S. 202.
- <sup>5</sup> См.: «Unsere Zeit», 1976, 16. Dez.
- <sup>6</sup> Во имя мира, безопасности и сотрудничества. К итогам Совещания по безопасности и сотрудничеству в Европе, состоявшегося в Хельсинки 30 июля—1 августа 1975 г. М., Политиздат, 1975, с. 5.
- <sup>7</sup> Брежнев Л. И. Отчет Центрального Комитета КПСС и очередные задачи партии в области внутренней и внешней политики. Доклад XXV съезду КПСС 24 февраля 1976 года. М., Политиздат, 1976, с. 89.
- <sup>8</sup> «Unsere Zeit», 1972, N 16.

# Оглавление

Введение 3

Раздел первый

**Манипулируемое телевидение**

1. О том, как начиналось западногерманское ТВ 8
2. Первые атаки на «общественно-правовое» вещание 11
3. Под бременем финансовых проблем 13
4. Так кто же управляет «свободными» телецентрами? 16
5. «Закон взаимных уступок» и его соблюдение на практике 21
6. Телепрограммы под перекрестным огнем буржуазных партий 24
7. О некоторых формах политической цензуры на телевидении 27
8. Уроки «радиотелевизионного путча» в Баварии 33

Раздел второй

**Манипулирующее телевидение**

1. Телепрограммы и их зритель 39
2. «Объективный» антикоммунизм информационных передач 48
3. «Творческие методы» модераторов политических тележурналов Вернера Хёфера и Герхарда Лёвентала 54
4. «Развлечение на любой вкус»... и только? 61
5. Телевизионный вариант ЛСД 64
6. Сколько стоит «Фауст» Гёте? 71
7. Мифотворчество на конвейере 74
8. Мораль наоборот 81

Вместо заключения 89

Библиографические ссылки 96

**Котенок Р. Я.**

**К 73** Телевидение ФРГ в двух измерениях.—М.: Искусство, 1978.—102 с., 16 л. ил.

Книга знакомит с деятельностью одной из крупнейших вещательных организаций капиталистического мира. Автор приглашает читателя заглянуть по обе стороны западногерманского телеэкрана. В первой части книги речь идет о декларируемых и маскируемых аспектах отношений телевидения с партийно-государственным аппаратом ФРГ. Во второй части анализируются телепрограммы и вскрывается манипуляторская сущность воздействия их на аудиторию. Особое место уделяется проблемам «массовой культуры», одним из проводников которой служит телевидение ФРГ. Книга адресована как специалистам, так и широкому кругу читателей, интересующихся проблемами ТВ.

**К 80107-152**  
**025{01}-78** 127-78

**ББК 76.32**  
**37 И**

Руслан  
Яковлевич  
Котенок

**Телевидение  
ФРГ  
в двух измерениях**

Редактор  
А. А. Черняков

Художник  
А. Б. Буркатовский

Художественный  
редактор  
Э. Э. Ринчино

Технический  
редактор  
Е. Н. Сапожникова

Корректор  
И. Н. Белозерцева

И.Б. № 530

Сдано в набор 28.12.77. Подп. к печ. 30.08.78. А 07847. Формат издания 84×108<sup>1</sup>/<sub>32</sub>. Бумага тип. № 1. Гарнитура журнально-рубленая. Высокая печать. Усл. печ. л. 7,14. Уч.-изд. л. 8,19. Изд. № 6244. Тираж 10 000. Заказ 145. Цена 65 коп. Издательство «Искусство», 103009 Москва, Собиновский пер., 3. Тульская типография Союзполиграфпрома при Государственном комитете Совета Министров СССР по делам издательств, полиграфии и книжной торговли, г. Тула, проспект им. В. И. Ленина, 109.

**Р. Котенок**

**В ДВУХ ИЗМЕРЕНИЯХ**

**Телевидение ФРГ**



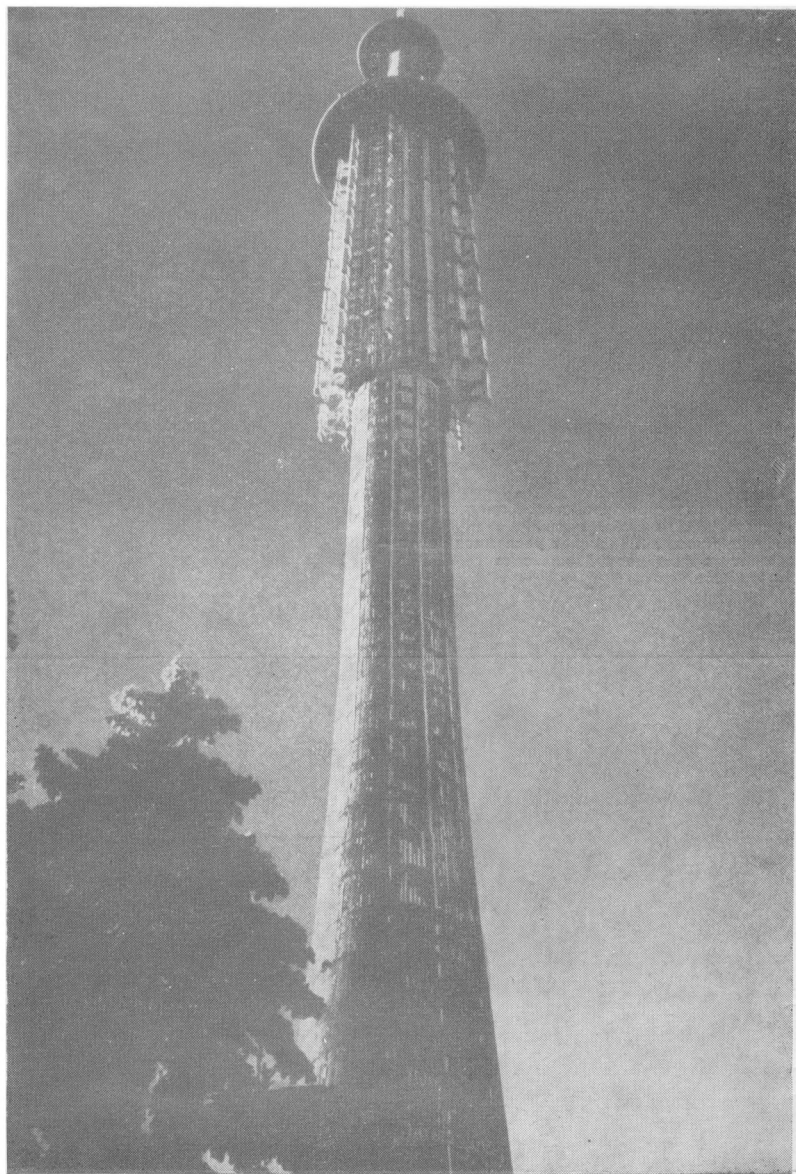
Р. Котенок

**Телевидение  
ФРГ  
в двух измерениях**

Западногерманское телевидение предлагает  
«развлечение на любой вкус»,  
уверяет реклама... Типичная рекламная семья —  
четверо из шестидесяти миллионов  
телезрителей ФРГ.



**Двадцать четыре часа в сутки — таков общий  
съем вещания по трем западногерманским  
телепрограммам, устойчивый и качественный  
прием которых обеспечивают мощные  
ретрансляционные станции. Одна из них —  
на горе Оксенкопф в Баварии.**



«Тэгесшау» и «Хойте» — основные информационные передачи телевидения ФРГ.



**Медленно подтаивают наледи «холодной войны» на ЦДФ — второй программе западногерманского телевидения.**

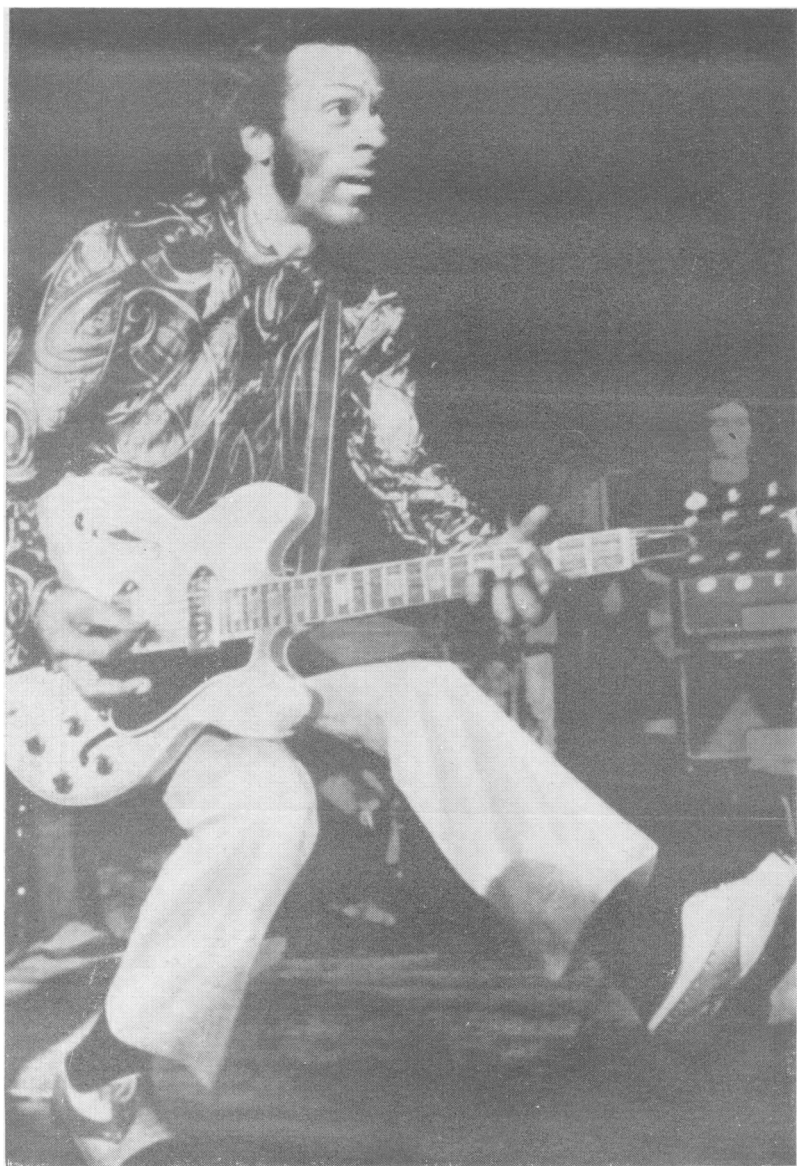


Воскресенье. Без пяти минут двенадцать...  
Еще немного пудры — и ведущий тележур-  
нала «Дер интернационале фрюшоппен»  
Вернер Хёфер будет готов начать  
свое очередное политическое шоу.

«Дневная экскурсия» — одна из  
немногих общественно-политических  
телерубрик, в которых звучит голос  
западногерманских трудящихся.



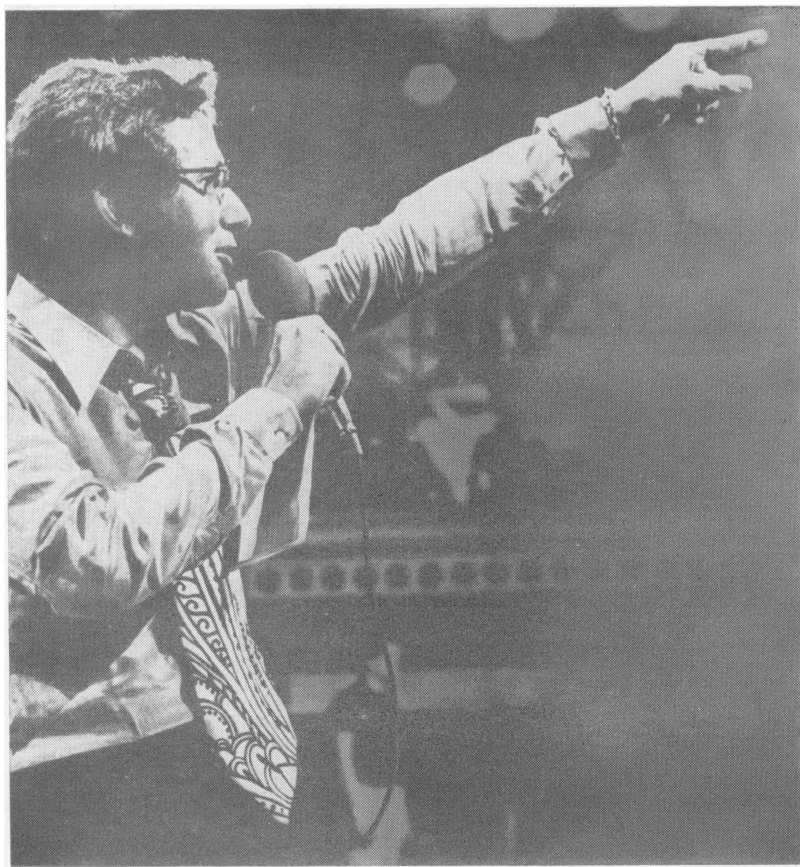
На телеэкране — зарубежные гастролеры,  
поп-идолы западногерманской молодежи:  
Чак Бэрри, ансамбль «Пойнтер систерз»,  
Мик Джеггер.







**Передача «Парад шлягеров» на первый взгляд предоставляет самим зрителям возможность определить лучшую песню месяца. В действительности же аудитория становится объектом манипуляций со стороны фирм грамзаписей.**





«Если ты, папаша, сейчас же не выложишь  
несколько ассигнаций, то попасть  
в «Парад шлягеров» и не надейся».

(«Штерн»)



**Создатели телевизионных шоу стараются угодить зрителю любой ценой. И каждый шоумен знает, чем он может понравиться публике. Поэтому своя кухня у Вико Торриани и у Ингрид Штегер.**



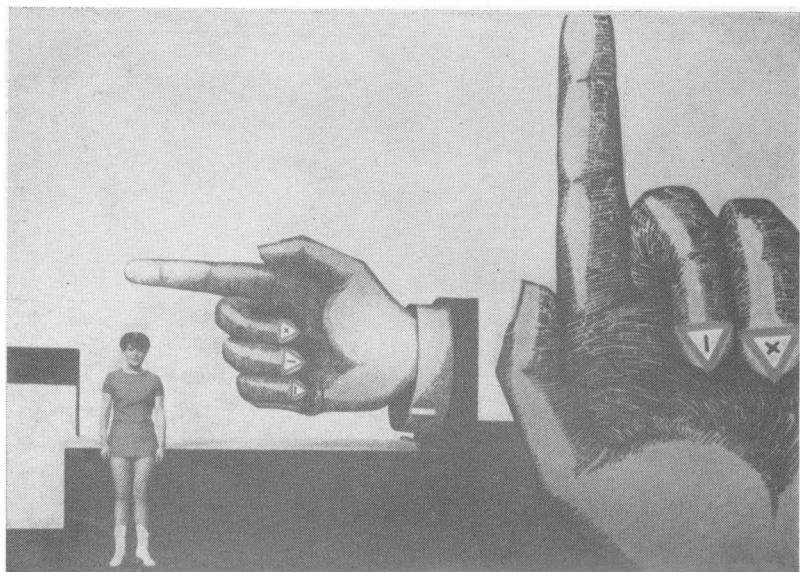
**Свои рецепты используют Удо Линденберг и Петер Александер.**

**В очередном шоу Петера Александера участвует Марика Рёкк — звезда экрана, по-прежнему, как и десятилетия назад, чарующая западногерманского обывателя.**



Эстрадная программа  
«Сегодня вечером: Эрнст Станковски».

«Девушка и шестеро мужчин» — ревю  
в постановке известного западногерманского шоу-режиссера Дитера Прёттеля.



«Наконец-то мы нашли способ, как сделать передачи более привлекательными!»  
[«Шпигель»]

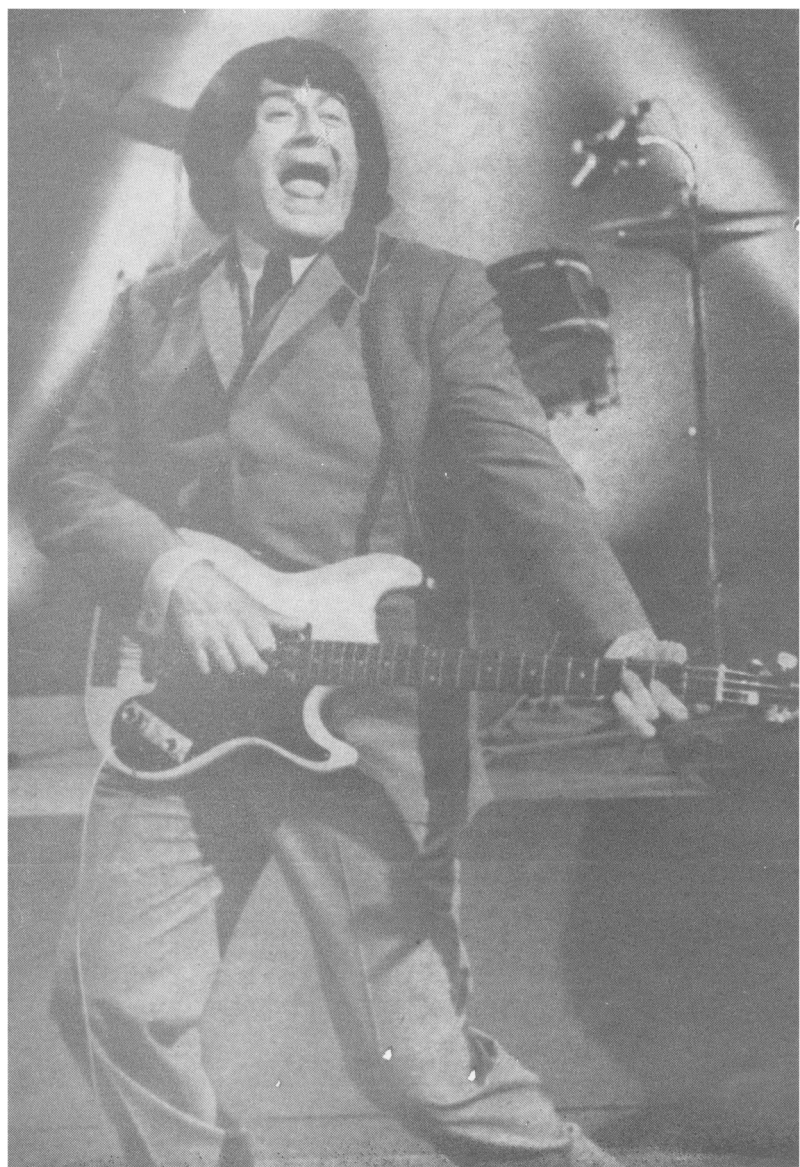
Программа «Падение Баварии» мюнхенского эстрадного театра под руководством Сэмми Дрекслея так и не вышла в эфир из-за ее острой сатирической направленности.



Забавное, интересное зрелище —  
телевизионные конкурсы и викторины,  
или, иначе, квизы. В этом и уверяют их ведущие  
Гейнц Розенталь («Далли-Далли»)  
и Ганс Йоахим Куленкамф («Один выигрывает»).







Вим Тёлке ведет викторину «Трижды девять».



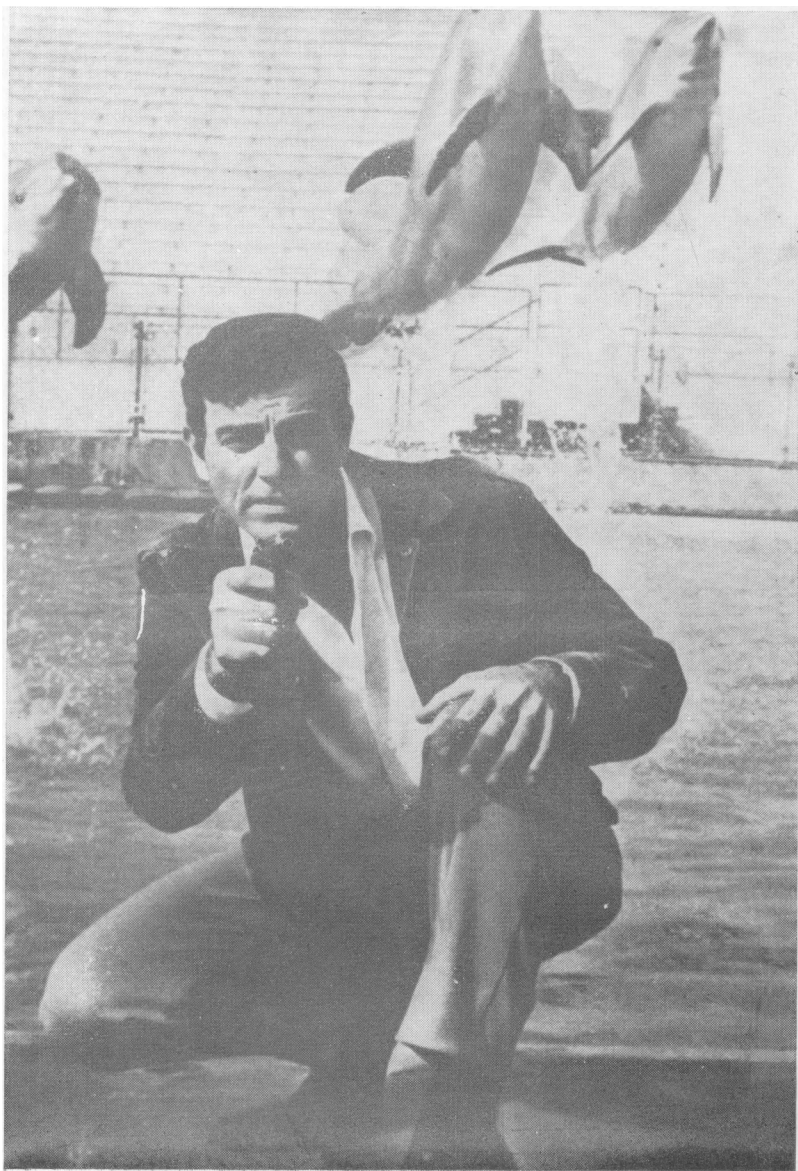


Однако главное в квизах — не остроумие, не интеллект, не эрудиция участников... Две тысячи марок — победителю викторины «Знаете ли вы кино!».

А в квизе «На конвейере» самый удачливый может получить [точнее, снять с конвейера, установленного за ширмой в студии] столько вещей, что для их перевозки понадобится, пожалуй, грузовое такси.



**Ковбои, сыщики, шпионы постоянно присутствуют на западногерманском телеэкране. Чаще всего эти телегерои — американского происхождения. Мэнникс — детектив из одноименной американской серии.**

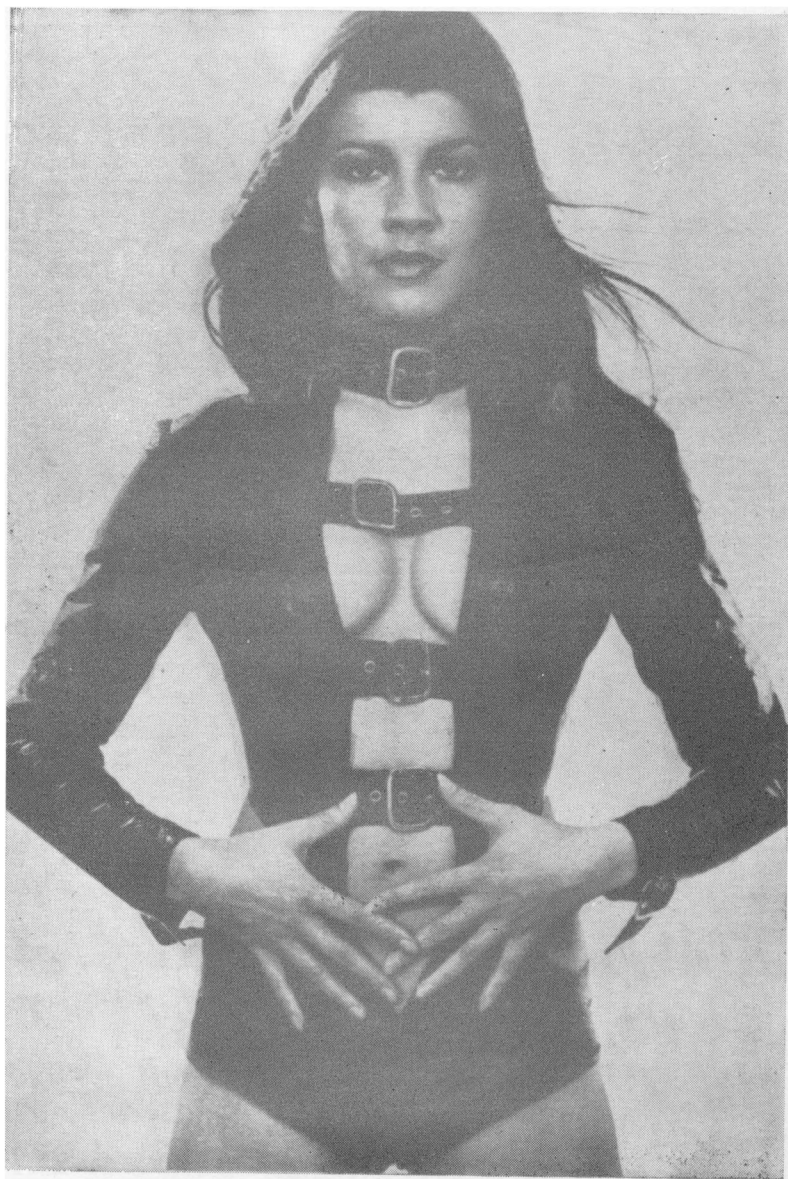


Шпионская серия «Джеймс Бонд».

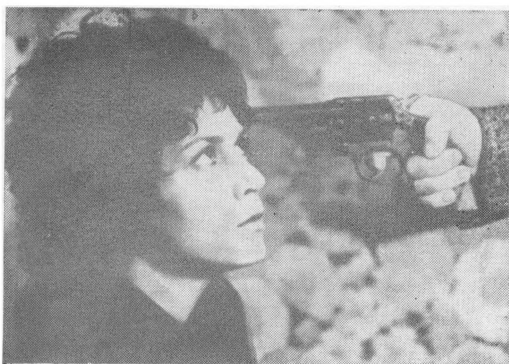
Лихие ковбои из телестерны  
«Хай чепарел».



**Эварелла — Супердива**  
западногерманского телеэкрана, созданная  
по американскому образцу.



**Страх, насилие — те элементы, которые на все лады эксплуатируются в криминальных сериалах. Об этом красноречиво свидетельствуют кадры из западногерманских телесериалов «Лобстер», «Деррик», «Место преступления».**

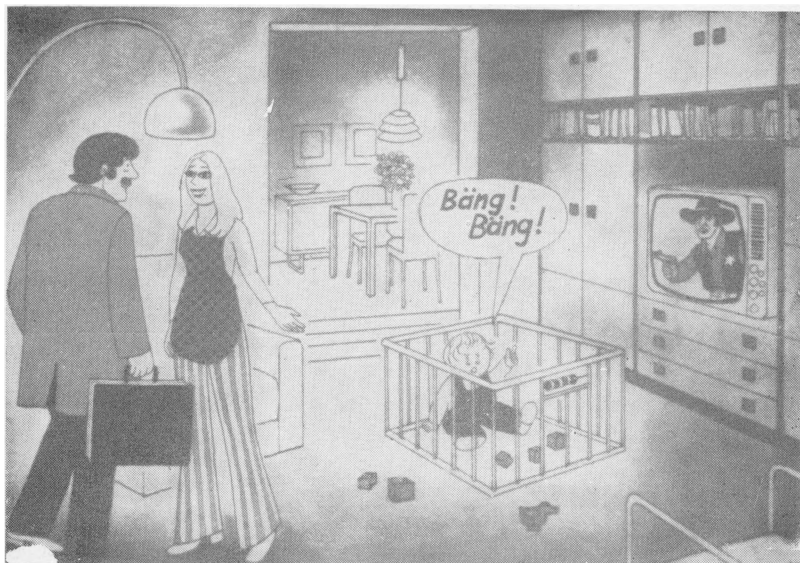


**Любимец западногерманских телезрителей комиссар полиции Келлер (серия «Комиссар») обезоруживает своих врагов спокойствием и рассудительностью.**





**«Наш сын произнес свое первое слово!» —  
гласит подпись под карикатурой  
из журнала «Штерн».**  
И слово это, как видит читатель, нечто вроде  
«бах-бах!».



Так называемые семейные драмы и комедии, серийные и несерийные, приглашают зрителей провести вечер в кругу героев, неизменно счастливо устраивающих свою жизнь. «Наши соседи сегодня вечером» — одна из первых таких серий.

Супружеская чета из телеспектакля «Летний театр».



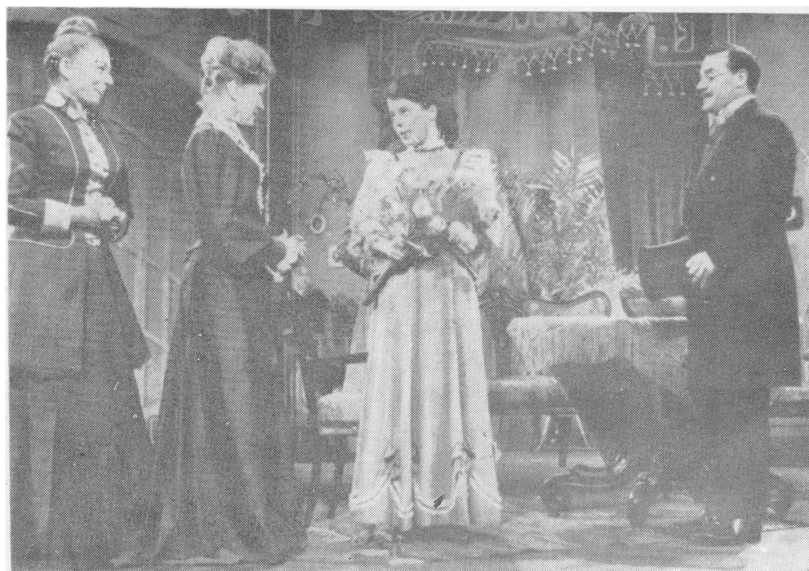


Телефильм «Нелюбимая жена» — очередной вариант сказки про терпеливую Золушку, дождавшуюся своего принца.



Телеспектакль  
«День рождения Лотзена».

Телефильм  
«Работа как по нотам».



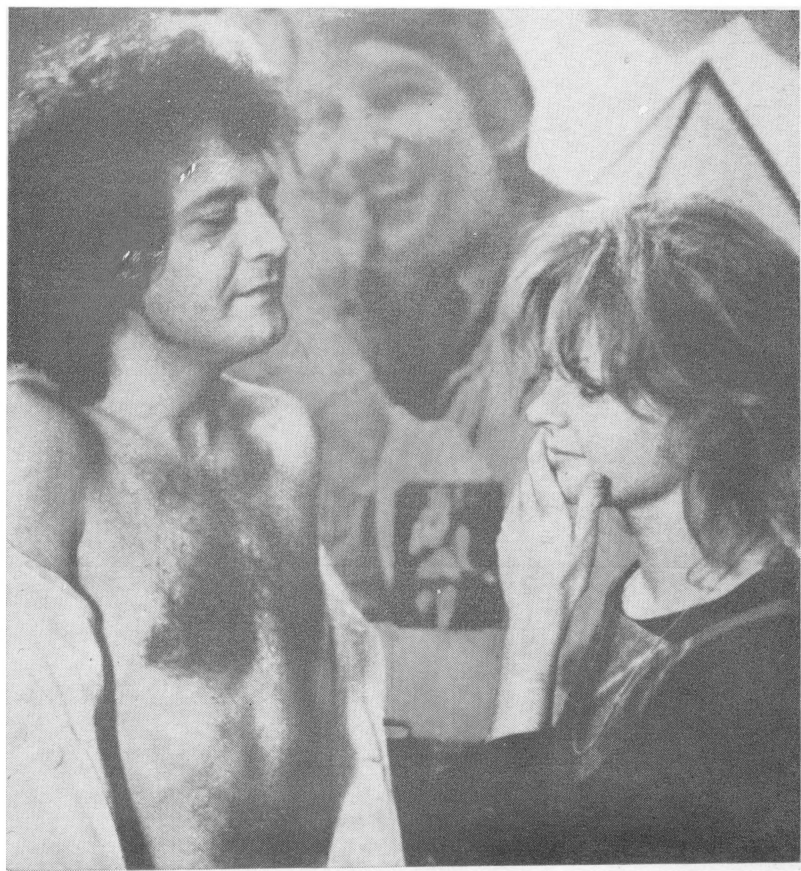
**Серия «Из года в год: семья Земмелинг» — одна из историй о чудаках, вполне преуспевающих при всей своей непрактичности.**



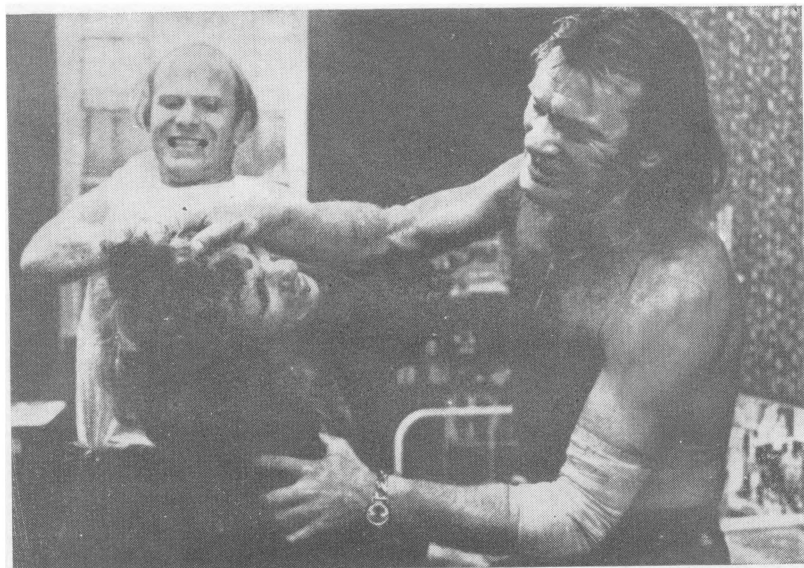
В серии «Неисправимые», как и в других, ей подобных, действительно «неисправимо» только одно — изображение жизни героев и возникающих перед ними проблем в идиллических тонах и с непрямым хэппи эндом.



Телефильм «Эмансипированная жена».



**О том, как можно, попав в тюрьму, добиться власти и «выйти в люди», рассказывает телефильм «Ожесточение Франца Блюма».**





Экранизация романа М. фон дер Грюна «Местами гололед» относится к числу немногих произведений западногерманского телевидения, в которых находят отражение социальные конфликты буржуазного общества.



**Телефильм «Смог» В. Менге и В. Петерсена  
направлен против промышленных магнатов,  
в буквальном смысле слова лишающих человека  
возможности дышать.**





в двух измерениях

Телевидение ФРГ

ХРИСТОСОВА ХУДА В



ТЭРЭГЭНГЭ ФЫ

65 коп.