

В.: Что заставило вас, ученого-политолога, сменить сферу деятельности, пойти на телевизионную «кухню»?

— Я всю жизнь двигался, наверное, от умозрительного к реальному, искал максимального коэффициента полезности. Выше, чем здесь, я сейчас представить его не могу. Когда говорят об этом кабинете и этой должности, употребляют словосочетание «управлять телевидением». У

ходящих в них, была представлена в полном объеме и, по возможности, естественно, создавала минимум политических проблем.

Об этом стоит сказать уже потому, что это очень тяжелая работа. Ее обеспечивает коллектив в четыреста человек. Прибавьте коррумпированные независимые государства и на территории России. Телеоборудование, которое в общем-то разваливается. Как и

реклама приобретает нормальный вид.

В.: Стало невозможно увидеть по первому каналу хороший спектакль, трансляцию оперы или балета. Все те же рекламные фрагменты премьер и расспросы режиссеров и актеров о них. Даже «золотой фонд» бывшего ЦТ не восстанавливается. Почему?

— Отчасти это связано с некоторым перепроизводством собственной продукции «Останкино». Объем оригинального вещания у нас достаточно велик. В новой осенне-зимней сетке вещания будет по понедельникам телетеатр. Спектакли мы намечаем к показу и по воскресным вечерам перед программой «Итоги». Причем, известных режиссеров: Галины Волчек, Марка Захарова

В.: Вот мы и перешли к плану «Останкино». Давайте взглянем в ближайшее будущее. Каким вы видите телевидение в 1993 году, что ожидать телезрителям?

— Я бы не хотел упоминать названия. Просто потому, что компания ведет переговоры о приобретении права показа ряда зарубежных телесериалов. Вслед за «Богатыми...» (демонстрация этого фильма закончится осенью) мы постараемся «овладеть» вниманием аудитории с помощью известных картин, типа «Корни» или «Эдем». Увидят зрители и наши сериалы «Мелочи жизни», «Территория». Записываются пьесы Шекспира для регулярного показа телеспектаклей.

Любителей высокого искусства безусловно заинтересует цикл концертов «Промениад в Маринском», который мы готовим вместе с коллективом прославленного петербургского Маринского (Кировского) театра оперы и балета. Можно отметить еще и ежеквартальную передачу «Пен-клуб» с участием Витова, Искандера, Маканина, Окуджавы. По-прежнему регулярно будут выходить в эфир развлекательные программы, которые дополнит ежемесячная юмористическая передача «Двенадцать разгневанных мужчин».

В.: Трудно в нынешних условиях вообразить телевидение аполитичным. Какие силы, партии или движения вы считаете нужным держать в фокусе внимания?

— Все, что имеют какой-то общественный вес и действуют в рамках закона. И это одна из тяжелых проблем. Выпустить оппозицию в эфир не составляет труда. И такого рода передачи идут, если вы за нами следите. Только в июле их было как минимум три. Проблема же как, кого и в каком количестве показывать. Заявок очень много. Но в то же время, и в это трудно поверить активистам различных партий, такие передачи не пользуются зрительской симпатией.

В.: Ваши любимые программы, передача, ведущий, диктор?

— В роли генерального директора телевидения я никогда не отвечу на этот вопрос. Вот когда я покину этот кабинет, то с удовольствием на эту тему поговорю...

Беседу вел
Вячеслав ЩЕПКИН.

И НЕ ДРУГ, И НЕ ВРАГ, А ТАК...

Раб. трибуна. — 1992. — 8 сент.
В самом деле, собирается ли телевидение поспевать за жизнью и разнообразными пристрастиями многомиллионной аудитории — об этом разговор с новым генеральным директором телерадиокомпании «Останкино» Игорем Евгеньевичем МАЛАШЕНКО

нас же в традиции понимать под управлением — командование. Так вот, этой системой в принципе нельзя командовать. На нее можно только влиять.

В.: «Останкино» переходит в статус межгосударственной телерадиокомпании в виде акционерного общества закрытого типа. Коротко говоря: что это значит?

— Окончательное решение об этом предстоит принять главам правительств СНГ в ближайшие месяцы. Мы только готовим пакет предложений, согласовываем позиции договаривающихся сторон. Надеемся, что нарабатанные нами предложения будут поддержаны. Речь о том, что государства, которые пожелают стать учредителями компании, войдут в нее определенным имуществом.

В.: Пока решаются административные вопросы, зритель остается один на один с экраном. Одних раздражает назойливая коммерческая реклама. Других денежно-вещевой ажиотаж телеингр. Третьих «допекают» безвкусовые музыкальных клипов и молодежных программ. Иным претит некая московская усредненность передач. А что не удовлетворяет на экране вас?

— Список, который вы привели, можно, к сожалению, продолжить. О всех этих проблемах мы буквально каждую неделю говорим на летучках. Пытаемся что-то изменить. И то, что получается не так, как хотелось бы, это, увы, факт. Круг интересов генеральных директоров, конечно, влияет на общую направленность программ. Для меня лично, ближе всего информационное политическое вещание. Какие-то смежные темы. С точки зрения объективности, интереса, охвата всей сферы бывшего Союза, ныне Содружество независимых государств. Чтобы информация о процессах, проис-

значительная часть другого оборудования. Ведь никого не интересует техническая и организационная сторона дела.

Главная проблема: мы хотим иметь сетку вещания, которая отвечала бы интересам нашей аудитории.

До сих пор, правда, сетка верстается по принципу баланса интересов студий. Мы надеемся, однако, перейти к другой сетке, базирующейся на интересах аудитории. И очень стабильной. Так, чтобы, в идеале, человек в определенное время включал телевизор, даже не заглядывая в программу. Зная, что по вторникам его ждет детектив, а в четверг — спортивная программа.

В.: И все-таки закончим с вопросом о рекламе. Транслировали открытие Олимпийских игры в Барселоне. Парад спортсменов стран-участниц переместился рекламным «парадом» из «Останкино». Впечатление от праздника спорта было смазано.

— Увы, критика ваша справедлива. Была действительно большая накладка с открытием Олимпийских игр. Допущен «прокол». Реклама вообще болезненный вопрос. Не надо ждать, что она исчезнет с телевидения. В силу финансовой ситуации. Нам нужны дополнительные средства. Бюджетных, как всем и везде, не хватает. Поэтому реклама на телевидении будет. Задача в том, чтобы она была в разумных размерах, не нарушала восприятие передач. И сама реклама не раздражала бы зрителей.

Честно должен сказать: кардинального перелома не произойдет, пока не возникнет проблема сбыта товаров. Сейчас большую часть рекламы я сам понять не могу. Мне она как зрителю абсолютно ничего не говорит. Только тогда, когда встанет проблема сбыта и начнут предлагать зрителю товар,