

ГЛАВНЫЕ СОБЫТИЯ

В КАННАХ С УСПЕХОМ ПРОШЛИ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРЕМЬЕРЫ РОССИЙСКИХ СЕРИАЛОВ

КАНАЛЫ СТС И ТНТ ХОТЯТ ПОДКЛЮЧИТЬ ИНТЕРАКТИВНОЕ ТВ

ИНТЕРНЕТ ДОГОНЯЕТ ТЕЛЕВИДЕНИЕ ПО ПОПУЛЯРНОСТИ СРЕДИ РОССИЯН

НОВОСТИ

Документальный фильм Валдиса Пельша «Гвардия Камчатка» готовится к эфиру на «Первом канале»

Телеканал «Пятница!» перезапустил сайт в формате онлайн-кинотеатра и готовится создавать контент специально для Сети

На НТВ 3 ноября стартует премьера лотерейного шоу «Зарядись удачей!»

Канал «Культура» готовит новую музыкально-импровизационную программу «Клуб «Шаболовка, 37»

«Че!» 27 октября покажет премьеру автомобильного шоу «Программа испытаний»

24 октября канал «Дождь» запланировал премьеру программы Ксении Собчак «Собчак без правил»

«Телевидение всегда будет волшебным манком. Просто через десять лет его будут делать люди совсем другой формации». Интервью генерального продюсера телекомпании «Формат ТВ» Оксаны Барковской

ЗАРУБЕЖНОЕ ТВ

MIPCOM. НОВЫЕ МИРОВЫЕ ТЕЛЕПРОЕКТЫ

«Телескоп» продолжает знакомить читателей с новинками глобального телевизионного рынка, представленными создателями и правообладателями на завершившейся на минувшей неделе в Каннах крупнейшей выставке аудиовизуального контента MIPCOM.

ОКСАНА БАРКОВСКАЯ: «ТЕЛЕВИДЕНИЕ ВСЕГДА БУДЕТ ВОЛШЕБНЫМ МАНКОМ. ПРОСТО ЧЕРЕЗ ДЕСЯТЬ ЛЕТ ЕГО БУДУТ ДЕЛАТЬ ЛЮДИ СОВСЕМ ДРУГОЙ ФОРМАЦИИ»

Как и почему меняется аудитория российских телеканалов? Есть ли вина вещателей в том, что блогеры в Рунете собирают больше зрителей, чем телехиты? Что будет с телевидением, когда поколение, которое вообще не смотрит телевизор, вырастет и станет привлекательной для рекламодателей аудиторией? Об этом «Телескоп» поговорил с генеральным продюсером телекомпании «Формат ТВ» Оксаной Барковской.

Как часто Вы смотрите телевизор? Где больше смотрите телеконтент — по телевизору или же на других экранах?

В девяти случаях из десяти человек, который говорит «я не смотрю телевизор», как правило, лукавит. Если же продюсер говорит «я не смотрю телевизор», это говорит только о том, что он плохой продюсер.

Творчество коллег может нравиться, может не нравиться, но смотреть то, что они делают, — это профессиональная необходимость. Если я не буду смотреть телевизор, то превращусь в профнепригодного продюсера, а этого допускать очень не хочется.

И надо смотреть не только наше российское телевидение, но, по возможности, и европейское, и азиатское, и американское. А еще надо очень много читать профессиональной литературы. Надо знать и четко понимать, как работают коллеги, в какую сторону они движутся, чтобы идти либо в ногу с ними, либо делать что-то особенное и отличающееся.

Без огромной насмотренности и знаний хорошего результата точно не будет.

Что и как выбираете для просмотра? Есть ли проекты, которые стараетесь не пропускать?

Всегда смотрю очень внимательно старт телесезона на всех телеканалах. Для людей, которые делают телевидение, это, своего рода, — вступительный ежегодный экзамен в сердце, в голову и, если хотите, в душу зрителя. Сдача экзамена означает получение высокой оценки, в нашем случае, — рейтинга.

В этом сезоне я с особенным пристрастием смотрю вечерний прайм выходного дня на ведущих каналах и слежу за цифрами рейтингов этих программ. Раскрою небольшой секрет. Мы сейчас готовим совместно с одной из самых крупных компаний — производителей контента невероятное развлекательное шоу. Со звездами, песнями, танцами, жюри, слезами, эмпатией и всем прочим, что должно покори́ть телезрителя. Особенно я горжусь тем, что этот большой проект был придуман от начала и до конца в стенах нашей телекомпании «Формат ТВ». И, уверена, у него большое будущее не только в нашей стране.

А идея этого шоу внезапно родилась из другого нашего проекта — как это ни странно, из детского образовательного сериала, который мы снимаем вот уже три года по заказу МВД и который идет в эфире на детском

телеканале «Карусель». Я говорю о сериале «Семья Светофоровых», который тоже, как оригинальный формат, был придуман в «Формат ТВ».

«Светофоровы», наверное, один из немногих игровых проектов компании «Формат ТВ». Большинство ваших программ связаны с документалистикой. Почему сделали такой резкий жанровый поворот?

«Светофоровы» — не первый наш игровой проект. Несколько лет назад мы сняли сериал «Последний секрет Мастера» совместно с китайскими коллегами, и были абсолютными пионерами в подобном сотрудничестве. И по сей день смельчаков, которые могли бы работать с китайскими коллегами, на нашем рынке нет.

Равно, как и в телевизионной документалистике, на постсоветском телевидении мы с Игорем Прокопенко были первыми, доказав всему сообществу, что документалистика на телевидении и в предпрайм, и в прайм может приносить очень высокие показатели.

Тогда, в начале нулевых, мы собрали лучших из лучших. Все возможные и невозможные маленькие документальные студии производили для канала REN TV телевизионные документальные фильмы абсолютно продюсерского формата. Ведь до этого все считали, что документальное кино — это для узкой прослойки интересующихся, но оказалось, что именно телевизионное документальное кино может взрывать эфир.

Причем здесь мы получили признание не только зрителей, но и нашего непростого профессионального сообщества. Семь Орфеев, семь премий «ТЭФИ» — это о многом говорит, не так ли?

А резкого жанрового поворота я не делала. Мне просто в этой жизни интересно абсолютно все, и я все хочу попробовать в своей профессиональной деятельности.

Помните ли Вы, какие программы в то время, в начале двухтысячных годов были популярными и попадали в лидеры рейтинга? Не обязательно названия. Какие темы интересовали, какие жанры, кроме информации и киносериалов?

В начале двухтысячных было очень хаотичное телевидение, и очень хаотичное смотрение, соответственно. Мы, телевизионщики, пробовали и экспериментировали, а зрители экспериментировали, наверное, над нами, иногда выбирая не сложные и дорогостоящие проекты, которые мы им пытались предложить, а простые и понятные.

Если говорить о том, какие проекты помню я из того времени, это, несомненно, смешной, добрый, понятный сериал «Солдаты», который придумал Вячеслав Муругов. Я видела, как рождается этот «ребенок», можно сказать, с самого его зачатия, поскольку мы работали тогда со Славой в соседних кабинетах на REN TV. И невероятно приятно было тогда видеть, как этот сериал победоносно снес рейтинги прайма всех «больших» каналов.

Если говорить о каких-то других проектах того времени, это, конечно, все, что делала «ОСП – студия», это

Юля Меньшова и ее «Я сама», это — первые программы на «душевное раздевание» Андрея Малахова. «Большая стирка» она, кажется, тогда называлась?

Да, «Большая стирка»... Я распечатал топ-100 самых рейтинговых программ первой недели октября двухтысячного года. Если сравнить с сегодняшней сотней лидеров, раньше гораздо больше было популярных программ, основанных на журналистике, на разговорах о происходящем в обществе... Не про развод знаменитостей, не пиар ближайшего большого тура по стране поп-звезды, а про жизнь вокруг. Сегодня запросы зрителей поменялись...

Отвечая на предыдущий Ваш вопрос, я оказалась права! Видите, здесь в топе программ — и «Я сама» с Юлей Меньшовой, и «33 квадратных метра», и Малахов.

А вот и «Независимое расследование» с Николаем Николаевым... «Криминальная Россия»... Тогда, действительно, было очень много программ про криминал. Людям было после лихих и диких девяностых непонятно и страшно, они искали в этих криминальных программах какие-то ответы...

Не соглашусь, что запросы поменялись, они, по сути, — все те же. Жизнь «звезд» всегда пользовалась большой популярностью и собирала самые большие рейтинги. Криминальных программ полно и сейчас, есть же у нас, мягко говоря, полицейско-бандитский телеканал.

Кстати, еще в первые месяцы нашей работы над телевизионными документальными циклами мы проанализировали ежедневные рейтинги и вывели собственную «Формулу зрительской любви». Эта формула основана была исключительно на цифрах рейтингов. Из десяти тем, которые особенно привлекали аудиторию, на первом месте был криминал, на втором — все, что связано с моделями, актерами, шоу-бизнесом. Третье место занимали «народно-социальные расследования» о каких-нибудь испорченных продуктах или «левой» водке...

Надо сказать, что до сих пор наша формула остается актуальной. Посмотрите, именно по этому шаблону, в большей или меньшей степени, работает сегодня большинство каналов. Да и телезритель остался, увы, прежним. Он просто вырос, стал старше. И именно эта формула отталкивает сегодня от экрана молодых людей, которые хотят уже совсем другое телевидение. Не про «синих кур» и не про очередной развод или свадьбу звезд...

Тех, кому сегодня меньше тридцати, практически невозможно усадить у «голубого экрана», они все ушли в интернет-пространство...

Почему?

Потому что в большинстве своем телевидение у нас делают очень взрослые и очень умные люди, которые, к сожалению, не очень знают о том, какие интересы у сегодняшних пятнадцатилетних. Эти зрители не нужны и рекламодателю, — они уже и игрушки не просят у мамы с папой, но и машины себе пока самостоятельно не способны покупать. Это такая «брошенная аудитория», которую надо не отталкивать от телевидения, а привлекать. Именно эти подростки через десять лет придут управлять нашим миром, причем не только телевизионным.

Этим детям предлагают иногда телевизионный продукт, но, как правило, это такое маргинальное заигрывание с ними. Это — как дядя, который пытается стать «своим» у подростка, и начинает носить в пятьдесят пять лет кислотные футболки и рэперские штаны...

Сегодняшнее подрастающее поколение — очень умные люди с очень широким кругозором и огромным

кругом интересов. Они хотят учиться и могут научить уже сами.

И у нас нет ни одного телеканала, который бы соответствовал их интересам.

Эта ниша свободна, и я сейчас очень активно работаю в этом направлении.

Не могу представить телеканал, который готов поставить в эфир программы для подростков.

Мы сейчас разработали концепцию такого телеканала, и будем ее пробовать — пока в интернете. Кто знает, может и вырастим таким образом новое поколение телезрителей.

И, конечно, мне очень интересно делать детское кино и детские сериалы. Опыт нашей «Семьи Светофоровых» показал, что это очень сложно, очень интересно, и есть огромная отдача. Актеров «Семьи Светофоровых» не просто узнают на улицах, они реально стали такими звездами, какими в нашем детстве были Петров, Васечкин или Красная Шапочка Яна Поплавская...

Мы сейчас читаем много сценариев детских сериалов и фильмов, которые были бы близки нашим детям. Было несколько фокус-групп после первого сезона «Семьи Светофоровых», мы хотели понять, в чем успех, кроме того, что это просто качественно сделанный продукт. Так вот, дети всех возрастов, — а это были фокус-группы для детей 6-8, 10-12, 12-14, — говорили одно и то же: «Светофоровы очень похожи на мою семью...»

Дети хотят просто посмотреть про себя, про своих друзей и про своих родителей.

Насколько внимательно следите за тем, что молодежь смотрит в интернете? Ведь помимо блогов и чисто интернет-форматов значительную часть времени люди уделяют телевизионному контенту. Не важно, легальному или пиратскому.

Молодые люди, о которых я говорила чуть раньше, не смотрят вообще в интернете телепрограммы. В большинстве своем. Телепрограммы в интернете смотрят тогда, когда их не успели посмотреть в эфире, — тот же самый основной костяк телезрителей.

Ритм жизни сегодняшних молодых людей — очень быстрый. Им надо быстро посмотреть, быстро узнать что-то и бежать дальше. Максимум 10-15 минут. Для интернета и 26-минутный формат — это очень много. А, как вы знаете, телеформатов 26-минутных сейчас практически нет.

Не опасаетесь ли Вы, что новое поколение телезрителей попросту не вырастет? Через несколько десятилетий люди старше 40 лет не будут включать телевизор, так как и без него научились неплохо жить.

Но ведь и те, кто делает современное телевидение, — не кощеи бессмертные! Именно об этом я и говорила. Через 10 лет телевидение придет делать совсем другая формация людей, и они будут делать новое телевидение, которое сильно будет отличаться от сегодняшнего.

Телевидение, конечно же, останется популярным медиа! Никуда оно не денется, как бы ему не предрекали гибель. Как бы много людей не говорили о том, что не смотрят телевизор, телевидение для всех остается очень привлекательным манком, всем интересен волшебный мир по ту сторону телеэкрана.

Я уверена, что люди, которые делают в интернете популярные проекты, очень хотят, просто мечтают работать на ТВ, какие бы гадости они не говорили про наш телевизионный мир. На недавней церемонии «ТЭФИ» я видела нескольких людей «из интернета», они смотрели

на происходящее взглядом, который говорил: «Обратите внимание на нас! Мы тоже можем быть полезными для телевидения!»

Пару лет назад я бы согласился. Но сегодня есть онлайн-проекты, сделанные с использованием телевизионных подходов: выходят с определенной регулярностью, выдерживают определенный формат, снимаются не на телефон, с длинным хронометражем. К примеру, интервью Юрия Дудя за неделю смотрят столько же людей, сколько собирают прайм-шоу на телеканалах-лидерах. Обычно рейтинг самых популярных у россиян программ составляет 5-7 процентов. В принятой системе медиаизмерений это от трех с половиной до семи миллионов зрителей. Из последних гостей Дудя самый непопулярный Константин Кинчев собрал столько же зрителей, сколько и топовые телешоу. А репер Фараон обогнал телеканалы — его смотрели более 7,5 миллионов человек. Интервью Дмитрия Нагиева и вовсе превысило 11 миллионов просмотров. Много людей смотрят не только модных молодых звезд, но и интервью Тинькова, Чичваркина, Ходорковского, Юрия Быкова. Зачем создателям таких интернет-проектов телевизор, если они уже популярны?

Вы называете имена персонажей, которые известны и интернет-публике, и телевизионным зрителям. Их готовы смотреть все. Опыт людей, которые делали качественные интервью, показывает, что однажды интересные герои закончатся. У нас в стране, да и в мире, не так много интересных героев, которые могут интересно и откровенно рассказывать о себе. Когда они «закончатся», и Юрий Дудь сделает интервью, к примеру, с уборщицей тетей Машей, будет ли оно столь же популярным?

А вы попробуйте сделать такое интервью и собрать цифры не пять-семь процентов, а гораздо выше. Вы знаете, у меня получается это делать с самыми обычными людьми, и собирать аудиторию в эфире не от трех до семи миллионов, а, как минимум, в два раза выше. И я, или мои авторы не выпрашиваем у тети Маши, какого цвета у нее, извините, трусы или с кем она переспала этой ночью.

Я привел в пример Дудя не для того, чтобы обсуждать его программу. В онлайн-есть другие интервьюеры, создатели тележурналов, интернет-звезды с собственными шоу. Они заполняют пустоту, которая появилась в том числе и благодаря программной политике телеканалов.

Давайте с Вами встретимся и поговорим ровно через год. Когда герои закончатся, а по кругу ходить будет неинтересно никому. Но точно начнется какая-нибудь другая история в интернете. Какая? Мне трудно предсказать. Интернет — это пока очень непрогнозируемая территория.

Влияет ли интернет на телевидение? И как?

Конечно! И я просто мечтаю о том, чтобы эта диффузия людей и идей была более глубокой, более сильной. Тот же Дудь делает в интернете то, что делал на телевидении, на котором проработал какое-то время. Но на канале «Матч», где он трудился, вряд ли ему позволили бы рассказать о своем, простите, поносе или о размере члена, скажем, Валуву или Ирине Винер. Он использует в своих интервью приемы, запрещенные на телевидении, но, по сути, его интервью хорошо и грамотно выстроены, и это как раз — то самое взаимопроникновение интернета и телевидения.

Но, надо сказать, сейчас я время от времени вижу и популярных блогеров, которые приходят на телевидение и как эксперты, и даже как телеведущие. Тот же Максим Голополов или Илья Давыдов...

Начнут ли когда-нибудь телепродюсеры делать контент для Сети, а не просто выкладывать туда телепрограммы? Есть ли такие планы у «Формат ТВ»?

Все продюсеры крупных продакшен-компаний работают или планируют работать и в интернете. Мы в самое ближайшее время запускаем онлайн-канал. Это будет тот самый подростковый развлекательно-образовательный проект.

И это не потому, что я очень хочу позаигрывать с интернет-аудиторией. Просто не все, что мы умеем делать, можно показывать в телеэфире хотя бы потому, что телеэфир не резиновый, он не может вместить все интересное, что придумывает команда нашей телекомпании.

Мы понимаем, что зритель, который не смотрит нас по ТВ, увидев в интернете, в будущем может включить потом телевизор, чтобы там нас «поймать», и, наоборот — телеаудитория начнет искать нас в Сети.

А что Вы смотрите в Сети?

Я внимательно слежу за тем, что смотрят мои дети, которым на данный момент 13 и 15 лет. Мне важно понять их интересы, чтобы не только говорить с ними на одном языке, но и знать и где-то контролировать их круг и уровень.

Я смотрю много западного контента, потому что именно у блогеров и онлайн-звезд можно подсмотреть какие-то «крючки» и фишки и придумать, как это можно адаптировать для нашего зрителя. Прежде всего, я смотрю на подачу, — как они говорят, как ведут себя. И, конечно, о чем говорят, чем берут зрителя, как заставляют возвращаться в их блоги и интернет-программы.

Я смотрю с удовольствием Майкла Стивенса и его канал Vsauce, я смотрю Quartz, Gartner. Много смотрю и многому учусь.

Слышал, что скоро выйдет Ваша книга. Расскажите подробности.

Книга называется #Недевичник. Это — художественная и совсем не женская жесткая проза. О жизни и о том, как все иногда в ней устроено. Все совпадения случайны, а герои, считайте, вымышлены.

В 2019 году она будет и в книжных магазинах, и в Сети.

Недавно Вы стали сопродюсером художественного фильма «История одного назначения». Как это произошло? Дал ли этот опыт Вам что-то как телепродюсеру?

Мне очень повезло два года назад прочитать сценарий, написанный Авдотьей Смирновой, Анной Пармас и Павлом Басинским. Сценарий, который основан на реальных событиях, который написан блестящим, правильным русским языком. Когда я его прочитала, у меня ни секунды сомнений не было в том, что надо входить в это кино. И это было одно из самых правильных решений в моей профессиональной деятельности.

Фильм «История одного назначения» будет актуален в России и через двадцать лет, и через пятьдесят, и через сто, к сожалению. Ведь это история о том, что может произойти с человеком, когда он меняет свою точку зрения и предает. О том, что происходит с человеком, у которого размыты представления о чести. Предательство и подлость — понятия, увы, вневременные.

А вообще я планирую в самое ближайшее время снять свое первое кино не только как продюсер, но и как

режиссер. Я проучилась полтора года в ВКСР, в мастерской Владимира Хотиненко, Павла Финна и Владимира Фенченко, и сейчас снимаю свой дипломный фильм.

С «Гоголем» у «ТВ-3» получился интересный опыт съемок телесериала, премьеры которого прошла в кинотеатрах, где проект уже окупился. Как он пройдет на ТВ, пока не ясно. На Ваш взгляд, может ли такой подход к созданию сериалов и фильмов стать трендом?

Не думаю. В этом проекте очень большое значение имела сама фигура Гоголя как мистического персонажа, через которого можно протащить столь длинную историю. Таких писателей, с таким бэкграундом у нас больше и нет. Разве что Булгаков или Достоевский?

Я этот проект знаю хорошо. Мне о нем рассказывал достаточно давно известный продюсер и мой друг Игорь Мишин. Признаться, я очень удивлялась тогда и не особо верила в его успех. И очень рада, что ошиблась.

Как складывается сотрудничество с иностранными каналами и продюсерами? Над чем работаете сейчас?

Телекомпания «Формат ТВ» — первая российская телекомпания, которая очень давно и очень успешно сотрудничает с крупнейшими мировыми производителями телевизионного и киноконента. Конечно, это и китайские партнеры, которые оказались настолько сложными для всех наших коллег, что мы, по сути, единственные, кто может, условно, «говорить с ними на одном языке» и делать вместе отличные проекты. И европейские, и американские партнеры, с которыми тоже непросто было нащупать поначалу общие точки творческого соприкосновения.

Как ко-продакшен мы давно работаем с европейскими и американскими компаниями, производя не для нашего рынка, а для мировых ведущих телеканалов большие и дорогостоящие документальные циклы. Это, поверьте, очень непросто, и особенно это непросто сегодня — в условиях очень сложной мировой геополитики.

В данный момент мы производим для Европы десятисерийную документальную драму про Афганистан. События начинаются не в 1979 году, как мы привыкли вести исторический отсчет этой страны, а с начала XX века.

Наш основной западный партнер — немецкая телекомпания «Локс Фильм». С ней же мы делаем еще один большой проект «Холодная война. Новая эра», а также полнометражный документальный фильм «Путин-Трамп».

В подписании у нас сейчас находится большой проект «Охота на Гитлера» — игровой сериал о послевоенной истории, в которой будет рассказана история жизни вождя, почему Гитлер стал Гитлером. Не без мистики и не без реальных новых фактов и поворотных событий в мировой истории.

Есть ли перспективы у российских телекомпаний найти партнеров за границей и заработать еще и на других рынках?

Мы с Игорем делаем эти проекты совсем не потому, что они приносят какие-то сумасшедшие деньги. Работа с иностранными компаниями, совместное производство — это вообще не про деньги. Про большое количество споров, про интересные съемки, про огромное удовлетворение творческое, но не про деньги.

Просто все, что я делаю, — это все мне бесконечно интересно. Если бы я ориентировалась всю жизнь на какие-то финансовые возможности, наша компания никогда бы не получила на мировых теле- и кинофестивалях

такое количество статуэток и дипломов. (*Оксана показала более 50 статуэток различных профессиональных премий, дипломов, которые выставлены в ее кабинете, где проходило интервью — прим. «Телескопа»*).

Кстати, наши западные партнеры большое значение этому придают. Для них чрезвычайно важно осознавать, что люди, которые с ними работают, признаны и мировым сообществом.