

A portrait of Alexander Fayfman, a man with dark, wavy hair, wearing a light-colored polo shirt. He is standing against a blue background with white geometric patterns and numbers. The text is overlaid on the lower part of the image.

Александр Файфман:

«МЫ ПРЕДЛАГАЕМ
ЛЮДЯМ ЖИТЬ
СИЛЬНЫМИ
ЭМОЦИЯМИ»

В 1990 ГОДУ МОЛОДОЙ АКТЕР, ТЕЛЕВЕДУЩИЙ И РЕЖИССЕР АЛЕКСАНДР ФАЙФМАН ПРИЕХАЛ ИЗ САРАТОВА ПОКОРЯТЬ МОСКВУ. СЕГОДНЯ С ИМЕНЕМ ГЕНЕРАЛЬНОГО ПРОДЮСЕРА ПЕРВОГО КАНАЛА СВЯЗЫВАЮТ МНОГИЕ ЯРКИЕ ТЕЛЕПРОЕКТЫ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ. С ЕГО ПОМОЩЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТ ЖУРНАЛА L'ÉD ПОПЫТАЛСЯ ЗАГЛЯНУТЬ ЗА КУЛИСЫ ИНДУСТРИИ ШОУ- И МЕДИАБИЗНЕСА.

А

*лександр
Анатольевич,
согласны ли вы*

с тем, что талантам надо помогать, бездарности пробьются сами?

С некоторыми поправками: бездарности, коими обычно считаются продюсеры в сознании таланта, пробиваются сами — чтобы помогать таланту. Это некое симбиотическое взаимодействие, встречное движение: звезда ищет того, кто ей поможет, а продюсер — того, на ком заработать. Совмещать эти два ремесла довольно сложно — разная психоорганика.

Если говорить про всякого рода «фабрики звезд» — как можно промышленно производить то, что является штучным по определению?

«Фабрика звезд» — это телевизионный формат, попытка сделать открытым процесс, который до этого был скрыт для аудитории, а потому представлял для нее определенный интерес. Зрителям просто показали кухню; и поскольку блюдо было априори интересно, то оказался интересен и процесс его приготовления — вот суть этого формата.

Что проще — взять иностранную кальку или придумать свой формат?

Лучше то, что понравится людям. Если вы уверены, что людям категорически понравится этот продукт, — берите и создавайте. Если вы уверены, что особенности восприятия аудитории во всем мире, в принципе, не отличаются — а это по большому счету так, — то придумывать велосипед просто бессмысленно и нерентабельно. А продюсер — это человек, который, помимо всего прочего,

еще и считает средства, которые он затрачивает на реализацию проекта. Иногда лицензию можно приобрести с наименьшими затратами, потому что деньги на Западе умеют считать гораздо лучше, чем у нас; иногда — с наименьшими рисками. Но наивно думать, что достаточно тупо перенести лицензионный проект на нашу почву, и он непременно будет работать.

тать, а что нет, продюсер должен пойти на риск — что очень сложно, так как не всегда большие каналы готовы разделить этот риск с продюсером. Либо решиться на некий творческий эксперимент и показать каналу уже готовый пилот — что затратно. Если потом этот пилот не поставят в эфир и в него не будет продана реклама, то механизма возврата средств за

«ЖИТЬ ЖИЗНЬЮ ДАЛЕКИХ ОТ ВАС ЛЮДЕЙ, ВОСПРИНИМАТЬ МИР ИХ ГЛАЗАМИ — В ЭТОМ И ЕСТЬ ТАЛАНТ ПРОДЮСЕРА»

«Фабрику звезд» нам пришлось полностью переиздавать, включая название, визуальные эффекты, приемы. Идея поселить участников в замкнутое пространство — европейская, а еженедельно проводить большие концерты с написанием оригинальных номеров, с дуэтами уже полюбившихся певцов с неизвестными — наша идея. «Две звезды», «Минута славы» — это тоже творчески переработанные версии лицензионных форматов. Потому что наша аудитория менее богата, но более взыскательна в плане шоу. В силу жесткой конкуренции больших каналов она более избалована по сравнению с европейской.

Зачем тогда тратиться и приобретать форматы, если такая пластичная креативность?
Придумать самим, может быть, и проще, а вот реализовать — нет. Чтобы понять, что будет рабо-

него не существует. Если же канал принимает часть ответственности за этот эксперимент, то он рискует получить недостаточные рейтинги. Так или иначе, выходит риск или затраты либо то и другое вместе.

А как же в других странах находят решение этой дилеммы?

Там при очень большом рекламном рынке пилоты ставят на небольших каналах, которые в этом заинтересованы. Если новый формат продемонстрировал успех, можно его предложить более крупному каналу. Отработав сезон или более или переехав в прайм-тайм, — доказав, что это шоу успешно на национальном уровне, производитель начинает предлагать эти форматы на телерынках. Когда выясняется, что форматы работают одинаково успешно в нескольких странах, — это значит, что продюсеру удалось сопоставить вкусы локальной

аудитории с мировыми трендами. Если все это сделать самому, по времени и деньгам — это не сколько лет и много миллионов. На данный момент мы постепенно подходим к тому, что развитие нашей шоу-индустрии и уровень рекламоемкости телерынка позволяют нам осуществлять кое-какие творческие эксперименты.

Насколько различаются по затратам телепроекты?

Наиболее затратны шоу, дешевле обходятся те, где смысловая составляющая доминирует над формальной, а затраты на технологические инновации невелики. Здесь у нас есть свои удачные форматы. Например, гениальная программа «Жди меня» — проект, который основан на поисках людей. Наша страна прошла значительные исторические катаклизмы, и в истории людей психодрама заложена на

тянет носок. Зона нетипичных проявлений звезд привлекает внимание зрителей не меньше. Звезды — тоже люди, зрителям интересно: на ком женаты, где и как живут, как проводят отпуск, пьют, едят, любят, расстаются, смеются и плачут. Таким образом, мы предлагаем людям жить сильными эмоциями сильных людей. Ведь если мы считаем, что звезды вбирают в себя возможности, таланты и тысячекратную любовь людей, — значит, зрителям интересно за этим следить и переживать.

Выходит, рейтинг — высший закон продюсера?

Это тонкий момент. Работая долго с человеком, вы начинаете к нему привязываться, это неизбежно. С этого момента вы уже не можете его более-менее адекватно воспринимать: вы гипертрофированно воспринимаете его достоинства, меньше видите его недостатки.

«ЗАНЯТИЕ ПРОДЮСЕРА ВСЕ БОЛЕЕ БУДЕТ ПРОДИКТОВАНО ВЕЛЕНИЕМ ВРЕМЕНИ»

глубинном уровне. Соответственно, у нас это и работает лучше, чем в других странах.

В чем изюминка формата танцев со звездами на льду как некоей скользящей «фабрики суперзвезд»?

Интерес к фигурному катанию у нас сложился еще в советские времена. Есть люди, которые следят за этими соревнованиями всю жизнь. В этом есть и патриотический момент: это не только симпатия к конкретным участникам, но и некая консолидация нации. Когда большинство ваших знакомых и незнакомых людей болеют за какого-то конкретного человека — он вбирает в себя симпатии всех этих людей. Ведь что такое звезда? Это человек, который в силу каких-то своих данных — даже не буду сейчас говорить о таланте — вбирает в себя симпатии огромного количества людей. Здесь мы вплотную пересекаемся с шоу-бизнесом: у зрителей есть интерес к тому, как Плющенко катается на коньках, Киркоров поет песни, а Волочкова

Институт продюсера никто не заканчивал, никто не понимает, где та грань сближения — человеческая и творческая, когда вы уже не видите «большое» на расстоянии. Когда вы настолько сблизились с «продуктом», что не понимаете, что он уже перестает работать, перестает быть интересным аудитории. Хотя известны случаи, когда новый продюсер в состоянии вдохнуть новое дыхание в старую звезду, когда случается ее второе рождение. Бывает, они сообща находят какой-то новый музыкальный тренд, чтобы исполнять не только «старые песни о главном». Мы знаем примеры, когда выдающиеся фигуристы прошлого Белоусова и Протопопов, находясь в глубоком пенсионном возрасте, с успехом выходят на лед. Ностальгический аспект в проявлении звезд — мотив не менее сильный, чем актуальный. И тогда мы понимаем, что консервативная аудитория — а телевидение в основном работает с аудиторией пассив-

ной, которая на концерт не пойдет, потому что не может или не хочет, — ностальгический тренд считает гораздо сильнее. Просто потому, что под эту мелодию или выступление этих фигуристов вы впервые взяли девушку за руку. Если вы являетесь ярким представителем той эпохи, то при талантливой продюсерской работе можно вести звезду на протяжении всей жизни, поддерживая ее на определенном уровне.

Раньше показателем качества телепрограмм была их многолетняя история. Почему сейчас программы долго не живут?

Изменилась жизнь, и если кто-то этого не заметил — значит он, как говорится, не перестроился. Если раньше была одна певица — Пугачева, один разговорник — Хазанов и одна спортсменка — Роднина, то есть такие «тоталитарные звезды» тоталитарной эпохи... Можно сказать, что сейчас нет исполнителей, столь же мощных по таланту и харизме, как у звезд той эпохи. С другой стороны, нет сейчас и вкусового, и стилистического единства потребностей аудитории. И совершенно очевидно, что страна никогда не вернется к прошлому — по крайней мере, к тому варианту единства и борьбы противоположностей. Очевидно, что занятие продюсера все более будет продиктовано велеением времени.

Как вы воспринимаете звучащую одно время критику в адрес Первого канала в связи с некоторой проявившейся заниженностью его эстетических и интеллектуальных стандартов?

Любая критика только помогает, потому что концентрирует внимание на том, что стоит еще раз взвесить. И либо что-то поменять, либо укрепиться в правильности своей позиции. Если критикуют социологи или телекритики, то мы зачастую понимаем, почему. Например, они профессионально сформировались в определенную эпоху или работают с издательским холдингом прямых конкурентов. Что касается работы с аудиторией, то мы стремимся к тому, чтобы она была наиболее качественной,



После товарищеского матча по хоккею между любительскими командами «Ледовая симфония» и «Звезды Рублевки»: в состав команд вошли Марат Башаров, Игорь Бутман, Илья Авербух, Алексей Тихонов, Александр Файфман и многие другие

потому что это позволяет извлекать максимум рекламных доходов. С другой стороны, не хотим потереять и количественные параметры, чтобы не была утрачена электоральная важность канала. Жить жизнью далеких от вас людей, воспринимать мир их глазами, понимать, что они испытывают, — в этом и есть талант продюсера. В чем талант критика, я не знаю, потому что так или иначе я — человек, который создает. Я знаю, что если я что-то критикую, я должен что-то предлагать. Поскольку люди, оценивающие нашу работу, чаще всего ничего не предлагают, я на это не реагирую. Мне важно, что говорят люди одного со мной тезауруса, и еще мне важно, что говорят те, кто, на мой взгляд, имеет право оценивать мою работу, потому что они живут или работают по тем же законам.

Это своего рода ваш продюсерский гамбургский счет?

Это мой человеческий гамбургский счет. Продюсерский обычно лежит в банке, не обязательно гамбургском. Телевидение уже давно не желтое или красное — оно цветное. А Первый канал — вообще другой окраски. Когда появляется продукт, который, с одной стороны, делает колоссальный рейтинг, и этот

продукт восторженно принимается людьми, мнением которых ты дорожишь, — значит, ты оказался в порядке и с точки зрения своего предназначения. Такое бывает нечасто. Шоу «Звезды на льду» было редким проявлением такого рода.

Могло ли быть так, что, когда к вам пришел Илья Авербух с предложениями, его могли не заметить?

Тут другая история. Идея «Звезд на льду» — продюсерская. Чтобы сделать проект, нам потребовался человек, который так или иначе мог быть нашим проводником в мире фигурного катания. Мы пригласили Илью Авербуха, укрепив наши взаимоотношения впоследствии созданием совершенно нового продукта. Приобретенный нами у ВВС пилот нам, в общем, не понравился. Изначально это был проект «Гранады», с точностью кальки воплощенный в проекте канала «Россия» — по декорациям, типажам, даже видеографике. В нашем случае все, от начала до конца, кроме приема, придумали мы сами. В нашем проекте катались актуальные, известные и именитые звезды фигурного катания. В России, к счастью, достаточно количество таких спортсменов, и мы тем самым привлекаем внимание аудитории

не только к звезде, известной по сериалам, работой на телевидении или записям хитов, но и к партнеру.

Какая доля инноваций должна быть в шоу, чтобы оно сохраняло устойчивый интерес у аудитории? Тот же «Ледниковый период» может ли оставаться более или менее «свеженьким» еще нескольких лет?

Это очень важный аспект. Да, аудитория даже привычные и понятные ей вещи с большим удовольствием воспринимает через какое-то обновление. На подсознательном уровне это воспринимается как более уважительное отношение. После первого сезона «Звезд на льду» мой непосредственный начальник, гендиректор Первого канала Константин Эрнст, потребовал внести в шоу достаточно обновлений, чтобы в новом сезоне оно по-прежнему было востребовано аудиторией. Задача сложная, мы немного буксовали, но в итоге сделали формат, который серьезно отличался от прежней версии. Сейчас делаем вторую редакцию уже «Ледникового периода» — меняем форму, пространство, в котором происходят соревнования, немного добавляем соревновательной составляющей, чтобы зрелище еще более ассоциировалось со



**АЛЕКСАНДР
ФАЙФМАН**

*первый
заместитель
генерального
директора,
генеральный
продюсер
Первого канала*

спортивным фигурным катанием. Но не меняю правила, оставляю то же количество тренеров для двух команд — аудитория привыкла болеть не только за фигуристов, но и за тех, кто их тренирует.

Какое значение для карьеры имеет принадлежность к телевизионной унии и административному клану?

Наверное, какое-то имеет. Так или иначе, если вы вращаетесь в определенном кругу, значит, у вас больше возможностей для реализации своих замыслов — вот и все. Я не занимаюсь политикой, не стремлюсь ни к какому клану. У меня другие задачи.

Вы получаете от властей какой-то прямой или косвенный политзаказ на массовую вовлеченность зрителя?

Безусловно, и не прямой, и не косвенный. Мы стараемся вовлечь свою аудиторию, то есть практически все население РФ, во все основные процессы, происходящие на территории нашей страны. Нам, например, было важно, чтобы большинство граждан смотрело парад 60-летия Великой победы. Чтобы большинство россиян сопереживало успехам нашей футбольной сборной. Выборы в органы власти в любом демократическом государстве также являются одним из важнейших событий — и совершенно очевидно, что мы так или иначе обязаны доносить это до аудитории. И если в случае с телепроектами мы определяем успех по рейтинговым показателям, то в случае событий общественной жизни — по электоральной активности, по портрету аудитории, по тому, удалось ли «поднять» пенсионеров или привлечь молодежь. Есть масса функций, к которым мы относимся не менее ответственно, чем к перечисленному ранее. Возможно, телевидение на данный момент является главным элементом, консолидирующим нацию.

Какое значение для вас имеет человеческий фактор?

Колоссальное — я очень старомоден и провинциален по рождению и духу. К тому же работаю не с бумагами, а с живыми людьми — их проблемами, характерами, ду-

шевными импульсами. Все время нахожусь в их энергетическом поле и его считываю.

В «телеполе» не хотели бы вернуться?

Я уже был в «поле», поскольку в отличие от многих начинал с публичной деятельности, я по образованию — актер. Работал ведущим, пел, чего только не делал на людях. Но, так или иначе, все эти публичные проявления какого-то большого удовольствия мне не приносили. Я не лишен тщеславия, как и любой человек, который должен чего-то добиваться каждый день, но оно у меня проявляется в другом.

Какой вы видите свою дальнейшую карьеру?

Работаю на Первом канале. Работа сама по себе настолько динамичная, что, как ни странно, находясь на нынешнем своем месте, я ис-

у замдиректора завода, работал по 18 часов. Я воспринимал это как норму жизни для мужчины. И сегодня это осуществляю.

Что вы обычно отвечаете злым языкам, называющим продюсеров девелоперами потемкинских деревень?

Безусловно, есть доля истины в том, что продюсер — это девелопер. Человек, который может смель реализовать какой-то замысел. В тех домах, которые мы строим, действительно никто не живет. Поэтому важно, как они выглядят, а не то, как они построены. Они должны рождать у аудитории эмоции. Главное — что это красиво, а не надежно.

Ощущаете ли вы в себе познавательный посыл адекватного культуртрегера, которым можно было бы поделиться, допустим,

«ЗВЕЗДЫ ВБИРАЮТ В СЕБЯ ВОЗМОЖНОСТИ, ТАЛАНТЫ И СИМПАТИИ ЛЮДЕЙ»

пытал больше потрясений, чем от всех многочисленных карьерных пертурбаций предыдущих лет жизни. Поэтому мне пока динамики хватает. Находясь на этой позиции, планы строить в принципе невозможно. Для массы людей, которые занимаются тем же, — это вполне может быть пиком карьеры. Не то чтобы я это себе определил и успокоился, но я к этому внутренне готов. Поэтому я просто делаю, надеюсь, свое дело.

В вашей семье наблюдалась склонность к креативной деятельности?

Мой папа — фотограф, мама — домохозяйка, кто из них в большей степени продюсер — мне сказать сложно. Но, безусловно, мой отец по складу характера и ума — человек, который постоянно реализовывал какие-то проекты, ставил себе задачи и их решал. Я жил в этом и воспринимал это как пример. Чтобы обеспечить семью, отец перестал преподавать высшую математику и стал фотографом. А чтобы приносить зарплату, как

с профессионально-экспертным сообществом?

Можно испытывать это чувство, но не испытывать эту потребность. Я не чувствую себя социальным инженером и не испытываю потребности становиться кем-то вроде лидера продюсерской гильдии, то есть несуществующей организации. Опять-таки, тут либо должен потеряться интерес к своей профессии, и тогда настанет пора сублимироваться в чем-то другом, либо нужно найти неизвестное количество свободного времени на упомянутую общественную деятельность. К счастью, у меня нет пока ни того, ни другого.

В качестве резюме: какие черты психосклада делают удачного продюсера?

Энергия — самое главное качество продюсера. Умение считать нужно в банке, коммуникация важна лоббистам. Продюсер должен сочетать это все. Но если продюсер устал — он уже не в бизнесе.

Владимир Задера