

Телеканал
РТР
знает, как
рассмешить
Россию

СРЕДНИЙ КЛАСС ТОРТОМ ПО ФЭЙСУ

Веч. Москва - 2002 - 31 янв. - с. 11



ФЭЙСУ

оценить образ, обдумать шутку, послушать ее дважды... То есть разница в темпе — корневая проблема ситкома.

Следующая проблема — актерская. Старшего поколения актеров, испытанных асов отечественной комедии, практически уже нет. За последние 10 лет комедии у нас практически не снимались, и актеры разучились в них играть.

— Какова самая близкая аналогия «Дружной семейке» из уже нам известных? «Женаты... С детьми»?

— Да, с этим американским ситкомом нас можно сравнивать, но лишь условно. Скажу честно: «Женаты... С детьми» — один из моих любимых сериалов, Бадди и Пегги — одни из любимых моих героев. Но «Женаты...» сосредоточен на другой социальной слое. Бадди — продавец обуви, это нижний пласт американского среднего класса. Наш герой Саша Потыкаев, менеджер компании по торговле компьютерами, куда выше стоит на российской социальной лестнице.

— Каким образом вы проверяли эффективность «Дружной семейки»? Будет ли она действительно смешна, как будут восприниматься персонажи? Задействовали какие-то социологические методы?

— На РТР очень мощные фокусные группы, они смотрели все сделанные серии. Но знаете, я 20 лет я занимаюсь юмором и скажу вам откровенно — у нас есть самая доступная фокусная группа. Мы сами.

Мне об этом как-то сказал Питер Скарлетт, директор кинофестиваля в Сан-Франциско. Он смотрел наш «Семь дней с русской красавицей», хохотал первые 15 минут, начиненные гэгями, потом как-то забуксовал, но там действительно началось неясное для западного сознания... В результате после фильма он спросил: «Юрий, этот фильм у вас очень популярен?» Я ответил: «Да, популярен». На что он сказал: «Это драма может быть плохой или хорошей, умной или примитивной. А комедия — это смешно или не смешно. И все». Здесь нет места для социологических исследований. Ситком — это должно быть просто мило и смешно. Что непростое.

кома мы беседуем с продюсером Юрием Володарским, отважным пионером жанра под условным названием sitcom Russian style.

— Вот интересно, почему ситкомы на нашем ТВ уже обжились, их на разных каналах без счета, а национального продукта такого рода до «Дружной семейки» не было?

— В определенном смысле потому, что была утрачена традиция, восходящая к замечательным комедиям ситуаций 30-х — «Волге-Волге», «Цирку». Эта традиция отчасти была продолжена картинами Гайдая, но, по большому счету, традиционных situational comedies у нас было создано мало, потому, кстати, мы и смотрим каждую из них по телевизору десятки раз. Но, между прочим, в этом и главное обаяние ситкома — он практически не стареет.

По этой причине ситкомы у нас и не могли появиться в ни в 94-м, ни в 95-м. К тому моменту в России был уничтожен средний класс, а новый еще не появился. А значит, не для кого было делать ситкомы, потому что имущественная элита — это очень маленький процент общества, для них нужно создавать некие специфические программы, а большинство людей было занято поисками ответа на вопрос «как выжить?»

— А почему нельзя делать ситком про бедных?

— Ну да, встает этот вопрос. Но к этому времени людям уже надоело смотреть про себя нищих...

— Российский юмор, с вашей точки зрения, разительно отличается от так называемого международного, не так ли? Не в этом ли кроется сложность с креативом, исполнителями, эфиром, в конце концов!

— Я несколько лет занимался дистрибуцией юмористических передач и выяснил, что наши программы социальные. Именно поэтому им трудно найти потребителя за рубежом. Нет, люди понимают, когда тортом по фэйсу... но если это делается, с их точки зрения, в загадочном месте и при странном для них раскладе обстоятельств, они начинают раздумывать, а там, где начинается раздумье, смех заканчивается. И наши прекрасные комедии будут смотреть за рубежом,

только если сеанс предварять лекцией по российско-советской феноменологии, об особом образе жизни в коммуналках, например. Даже самая известная и любимая отечественная телекомедия «Ирония судьбы, или С легким паром!» не может смотреться на Западе, потому что она вызывает множество вопросов. Во-первых, почему героиня живет с мамой? Во-вторых, почему герой живет с мамой? В-третьих, почему они не ходят при этом к психоаналитикам? Почему врач, который, по зарубежной-то логике, состоятельный человек, живет в столь странной квартире... Почему его невеста-юрист, уж точно состоятельный человек... и так далее. Все эти вопросы выбивают базу из-под комедии. Суть же комедии в том, что по ее поводу не надо объясняться.

Если задаться целью создать новый жанр, который будет называться «ситком по-русски», тут же с ней и сталкиваешься. Формат западного ситкома — 22 минуты. Повторить его в ситкоме по-русски нельзя. Потому что английский язык вдвое короче русского. Короткие и хлесткие шутки и поддачи, естественные в английском языке, в русском не работают. Фраза «Привет, как у тебя дела?» займет вдвое больше времени, чем «Hi! What's up?» Кроме того, российский зритель не любит стремительного повествования, он любит

