

И МЫ

«Не верю в эти рейтинги»

Рек. - 1334 - 14-20 марта - с. 11

Президент компании REN TV Ирина Лесневская работает не на Лужкова, а на зрителя

— Ирина, вы — профессионал, возглавляли много лет производящую телекомпанию — делали прекрасные телепрограммы, передачи. И именно поэтому, конечно, понимаете, как трудно «переманить» зрителей на новый канал. Как вы решились на это?

— Наверное, потому, что сумасшедшая. А если серьезно, то это естественный этап, вытекающий из работы любой крупной продюсерской фирмы. Мы понимали, что можем еще и еще делать продукцию для других каналов, но это уже становилось просто неинтересным. Нам захотелось самим формировать сетку программ, сложить собственный канал, потому что по тем или иным причинам существующие уже стали неинтересными.

— Что вы чувствуете с той поры, как REN TV «вышел в свет»?

— Ощущения сложные. С одной стороны, я уверена, что мы сделали правильно, расширив жизненное пространство для себя и для тех людей, которые работают или хотели бы работать с нами. Но не ради этого запускался канал. Выход канала заметили: пошли письма, отзывы прессы, звонки. Но в сентябре, ноябре казалось, что вот 1 января выйдем — и нечто произойдет сразу. А появился еще один канал, которых и так много. И хотя государственное предприятие «Московское кабельное телевидение» — генподрядчик — отчиталось нам, что по Москве введен миллион абонентов, то есть нас могут видеть примерно 3,5 миллиона телезрителей, ощущение того, что многие из этих зрителей просто не знают, что могут настроить телевизор и смотреть нас.

— Существуют нормальные рекламные способы заявить о себе?

— Естественно, мы даем объявления в газетах, на радио... Но у зрителей существует инерция четырех-пяти каналов. И это очень расстраивает.

— Раньше, когда мы читали о «битвах» телевизионщиков за рейтинги, все это казалось таким абстрактным. А сейчас... Как вам кажется, насколько наши рейтинги достоверны и объективны?

— Высокий рейтинг — это реклама для телеканала. Недавно я узнала, что для того чтобы сделать единый качественный всероссийский рейтинг, необходимо истратить 2 миллиона долларов. Естественно, таких денег ни у кого нет. Поэтому я не доверяю рейтингам, которые нам предоставляют.

Рекламодатели (на нашем ТВ, как правило, иностранные), привыкшие к досто-



верности опросов, загипнотизированы цифрами, которые они видят. Не понимают, что «у нас» вовсе не так, как «у них».

Сама система вычисления точных цифр рейтинга не налажена. И какой бы системой ни пользовалась та или иная социологическая служба, они у нас не являются до конца независимыми в классическом смысле этого слова. Есть службы, рейтинги которых я читаю, заранее зная, что самый высокий будет, например, у ОРТ или НТВ. Отсутствие независимости плюс технологическая отсталость как раз и дают возможность для манипулирования цифрами. Но чем-то и мы пошли по неправильному пути.

— В чем?

— Сейчас наш канал вошел в противоречие с продукцией собственной же телекомпании. Она, как правило, элитарная. А телеканал не может существовать только на подобном материале. Канал должен показывать передачи и для массового зрителя. Мыльные сериалы, например, к которым привыкли, которые любят. За два месяца работы канала мы многое поняли. С апреля месяца мы запускаем новую сетку, откорректированную в пользу массового зрителя. Трудно, но необходимо вычислить золотую середину, отсекая люмпенизированные низы и яйцеголовые верхи, с тем чтобы широкая середина вошла в число наших постоянных зрителей.

— Вы делаете дорогой канал?

— Да, очень. Мы не ходили ни к кому на поклон, а взяли кредит. Мы пошли по трудному пути, по которому никто из каналов ТВ до нас еще не шел. НТВ взяло раскрученный канал, метровую кнопку. У них были деньги, команда, классная кон-

цепция. Они были первыми — и произвели впечатление с первого дня. Старая любовь не ржавеет, поэтому многие, даже в чем-то разочаровавшись, все равно смотрят НТВ, в том числе и я. ТВ-6 шел долгим путем, накапливая вес. Три года показывал старые фильмы и только на четвертый стал раскручиваться. Дециметровый 31-й канал четвертый год в эфире. Его хозяйка обижаются, что про них мало пишут и рейтинга нет. Да потому что на этом канале все случайно — нет событий, нет личностей.

Мы сразу взяли высокую планку и не собираемся раскручиваться несколько лет — у нас на это просто нет времени.

Правда, нас уже смотрят в России через систему Независимой вещательной сети 92 города, это примерно 45 миллионов зрителей, и давать им «абы чего» мне неинтересно. Мы уважительно относимся к тем, кто нас смотрит. Мне кажется, что, может быть, стратегически даже выигрышнее то, что REN TV сразу выходит с классной продукцией на Россию, — это должно произвести определенный эффект. Конечно, было бы лучше, чтобы были запущены одновременно и Россия, и Москва, но технически это пока не получилось.

Взявшись за это огромное дело, я понимала, что финансово будет очень трудно. Мы сами производим телепродукцию и сами себе ее продаем. Рекламы пока немного, но она есть, и она прибавляется, несмотря на то что мы оказались в блокаде громадных монстров — рекламных агентств — «Видео Интернэшнл» и «Премьер СВ». С одной стороны г-н Заполь, с другой — г-н Лисовский. И, как пишет сам г-н Заполь, сегодня с возникновением новых каналов должен появиться кто-то третий (новое рекламное агентство), кто «заберет под себя» вновь появившиеся каналы.

Мы же предпочитаем, как на Западе, работать со всеми рекламными агентствами и иметь собственный отдел продаж. Нам кажется неправильным, что посредник и производитель получают одинаковый доход, а зачастую посредник имеет больше, чем производитель.

— Как вы относитесь к телеконкуренции?

— Признаю честную конкуренцию каналов, программ, передач, фильмов. Но, к сожалению, на ТВ перенесены мелочные законы, которые практикуются в торговых точках. Не хочется об этом говорить, но, например, ваша газета опубликовала статью, из которой явствует, что на новом

канале СТС все будет хорошо, а на REN TV — очень даже сомнительно. Через месяц после запуска уже все ясно наперед!

— Но вот теперь мы предоставляем слово вам. Скажите, пожалуйста, слухи о том, что вы телеканал Лужкова и будете работать исключительно «на него», имеют под собой реальную основу?

— Это просто чушь. Мы будем работать на зрителя. И если сегодня Юрий Лужков — председатель нашего попечительского совета, это ничего не означает. За то время, что мы в эфире, не было ни одного звонка с «заявками» ни от мэра, ни от его окружения. Мало того, мы сняли программу «Объясните простому человеку» по поводу скульптур Зураба Церетели с далеко не однозначным комментарием. Юрий Михайлович посмотрел ее и, слегка обидевшись, только заметил: «Могли бы в общем хоре и не петь». Но мы независимый канал и считаем необходимым отражать все точки зрения на происходящее в обществе. Говорить, что мы работаем на Лужкова, это просто не знать Юрия Михайловича, который никогда не позволил бы подобного. Просто удивительно, как у нас ухитряются финансовое партнерство считать «крышей» и цензурой одновременно. Если партнеры Мостбанк и Лужков, то тут же строится примитивная грубая схема...

— ...что канал создан для «раскрутки» Лужкова в президенты?

— А что Лужкову «раскручиваться»? Дай Бог здоровья Борису Николаевичу, чтобы он проработал положенное. Что же касается Лужкова, то он и без нашего канала уже заработал большой политический вес. И еще сумеет заработать, чтобы претендовать на высокие посты. Так уж сложилось.

И сама я, уверяю вас, не намереваюсь пробиваться ни в Думу, ни в президенты.

— И все же, каким вы хотите видеть свой канал? Какова ваша конечная цель?

— Сделать классный канал. Чтобы дети и взрослые слышали хороший русский язык, слушали хорошую музыку, смотрели настоящее кино, играли не в пошлые игры. Чтобы люди, работающие на канале, получали удовлетворение от того, что работают для зрителей, а не для группы людей — политиков ли или других структур. Наконец, хотелось бы иметь влияние на зрителей — в хорошем смысле слова, помогать им вырабатывать хороший вкус.

Вероятно, в силу своего характера я настроена оптимистически. Я никогда не сдаюсь.

Беседовала Нелли ПОСПЕЛОВА