

Человек, который считает себя стопроцентным дилетантом

Смена. - С. Пб. - 1995. - 21 янв. - с. 4

Утро должно начинаться с чего-то. У одних (говорят) - с зарядки. У других - с чашки кофе. Третьи - вообще утром бьют. У меня утро начинается с передачи "Трое в лодке".

Советско-российская школа определенно понесла тяжелую утрату, когда Феликс Невелев ее покинул. Покинул - имеется в виду в качестве учителя. Попал он в это качество после истфака Педагогического института (который на тот момент университетом еще не назывался). А потом он попал на радио "Балтика". Как - расскажет сам, закончилось же это попадание должностью художественного руководителя программы "Трое в лодке", что не так давно дополнилось авторскими правами на программу "Клуб дилетантов". В промежутке невелевская "Лодка" подобрала "Золотого Остапа". А началось все это накануне нового, 1991 года...

- ПОПАЛ я на радио "Балтика", как это обычно и случается в жизни, по чистой случайности. Позвонили, предложили, и буквально через два дня мы приступили к работе. Передо мной была поставлена конкретная задача и конкретные сроки. А я был конкретно свободен.

На тот момент я энный год преподавал в школе историю. Занимал должность заместителя директора: по, как это называется, развлекаловке? По внеклассной работе, вот! Это единственное, чем я себя тешил после довольно бурного интитутского времени, где были студии, где были КВНы, где были гастролы, где были планы бешеные. Это закончилось, концерты продолжались, но очень эпизодически. Из КВНов всяких к тому времени уже ушел. Я был тогда молод, мне хотелось чего-то еще, поэтому я чувствовал себя жутко обиженным и жутко забытым.

- Почему же вы не пошли, например, в газету? Или на телевидение?

- Я к тому моменту уже чего-то попробовал. И на телевидении - чисто эпизодически, и в газете. Газеты не прельщали отсутствием живой отдачи. Я всегда боялся, что фразу, которую я напишу, человек прочтет с другой интонацией, и она потеряется.

Телевидение - во-первых, оттуда хороших предложений тогда не поступало. А во-вторых, там сложнее. Забегаю вперед - мало ли, спросить захотите, почему не сложились с телевидением после. Предложений-то после было уже не просто много, а очень много. Но - на радио я прихожу со своим текстом, я знаю, что мне нужно не исполнению, и я уверен, что оператор за стеклышком выложит мне звук хорошо. А на телевидении: я придду с улицы, и мне дадут режиссера, который будет меня понимать, оператора, который будет снимать то, что мне надо, появится монтажер, который не отрежет то, что я вынашивал два месяца? Эту огромную команду надо сложить вместе. Не бывает такого, чтобы мальчик пришел с улицы и ему сказали: "На, мальчик, тебе всех самых лучших режиссеров. Вот, Эльдар Саныч Рязанов тебя устроит? На первое время?" Такие команды складываются десятками лет.

"Мы начинали КВН. Для чего? Для кого?"

- Сегодня неприятных моментов, связанных с КВНом (Феликс Невелев имел непо-

средственное отношение к команде КВН Педагогического института, которая в свое время даже до Москвы дошла. - Н.И.), не вспоминаешь. Только - увлеченность.

Нормальные люди тогда спрашивали - не понимаем, на фига вам это все? А мы - как! да что! А сейчас пытаюсь объяснить - и не понимаю. Необъяснимо это. Знаете, говорят - если ты можешь объяснить чувство, значит, это еще не любовь.

- Сегодня вы интересуетесь КВНом? Телевизор смотрите? На игры ходите?

- Раньше я смотрел все. По принципу - "когда я ем борщ, для меня все умерли". Сейчас я могу позволить себе роскошь пропустить телевизионный КВН, когда у меня дела. Но если есть возможность, если я знаю заранее, что будет игра (иногда я просто не успеваю узнать, что будет в программке на будущую неделю), - я обязательно смотрю. Даже на городские игры поаживаю.

- И вам не кажется, что сегодняшний КВН - это уже не то?

- Новизна, конечно, пропала. Для всякого поколения свое - самое дорогое. Помню, мы делали первые сценические постановки, только-только придя в институт - истфак был одним из самых сильных в драматическом плане, - старшие курсы приходили, смотрели на нас и говорили: "М-да, это, конечно, но то! Вот мы, помнится, года два назад..." Мы жутко обижались. Нам казалось - у нас классно, а у них - что у них вообще могло быть? Пришли года через два другие люди, стали веселиться по-своему, и мы уже им говорили: "Ну что, чему вы радуетесь?" Это нормально. И если сегодняшний ребятам их КВН нравится, пусть это будет. Это хорошо, это веселит зрителей, это собирает зал. Другое дело, что тогда, когда мы играли, КВН проснулся от двадцатилетнего сна, и все было в новинку. Со сцены говорились такие вещи, что перед этим в кулисах по два часа с прениями и выступлениями обсуждалось, можно ли это говорить и что после этого будет. Сейчас КВН - это больше шоу, чистое развлечение. И это нормально.

- Почему ленинградский (или петербургский) КВН не добился в Москве больших успехов?

- Заниматься на радио рекламой - что это значит? - Вначале просто любопытно было. Рекламы тогда не было - был январь 1991 года. Был СССР - я так, на всякий случай, напоминаю. И город Ленинград. Но уже были какие-то

- В Москве было четыре наших команды. Первый медицинский, Педагогический, Политехнический и Финэк. Первый медицинский проиграл - но будущему чемпиону, Новосибирску. Во второй игре, если это кому-нибудь сейчас интересно, во второй игре их засудили. Этой команде не хватало опыта столичных игр. Здесь же, в городе, это была сильнейшая команда.

Что касается Педагогического, это было первое поколение команд, которое столкнулось с понятием спонсора на игру, с тем, что ты должен привезти деньги. Поэтому вместо того чтобы заниматься собственно делом, мы зани-

уже впечатления от поездок в другие страны. Что-то я там видел. Я останавливался, обалдевал, не мог понять, что же это такое, - мне говорили: "Так это реклама!" "Это реклама?" - шептал я. Это было совсем не похоже на "В универмаг такой-то поступили новые ткани..."

Хотелось сделать что-то прекрасное в этом новом жанре.

А на телевидение меня никто не звал рекламу делать! Делать на телевидении рекламу я бы не отказался никогда. - Однако радионная реклама, пожалуй, еще больше консервативна всегда была, чем телевизионная: "А теперь прослушайте объявление..."



Передаче "Трое в лодке" обещали недолгую жизнь.

Сегодня по ней сверяют часы

мались поиском этих бешеных по тем временам денег. С другой стороны, для 1989 года казалось диким, что что-то еще могут не пропустить и заставить переделывать. Как это произошло у нас в последний день перед игрой. Питер всегда отличался немножко революционным юмором.

Политех не играл вообще. Это была команда политического театра, и Политех понял, что ему не дадут сделать ничего из того, что он бы мог. И они не стали даже рыпаться.

Что касается Финэка - у него стиль такой милый: "Юмор у него винта". Его не всегда хватало в игре с сильными командами. Очень хорошо, хорошо, хорошо - и надо бы еще чуть-чуть... Но тут - юмора не хватает. Но это самая игровая команда, самая современная, она играет в шоу-КВН, в КВН сегодняшнего дня.

Питер не провалился в Москве. Просто у него своя судьба на московской арене.

Клиент всегда прав. Но прав всегда по-разному

- Заниматься на радио рекламой - что это значит?

- Вначале просто любопытно было. Рекламы тогда не было - был январь 1991 года. Был СССР - я так, на всякий случай, напоминаю. И город Ленинград. Но уже были какие-то

ния..."

- Сейчас подобной рекламы становится меньше. Другое дело, что в какой-то момент хочется, чтобы ее осматывало пусть даже больше, по сравнению с тем, на что мы меняют. У нас со вкусом слабо.

Этот принцип - "клиент всегда прав" - порой доводится до абсурда. Качество и эстетическую ценность ролика определяет человек с пачкой денег. Как правило, он может в этих категориях заблудиться.

Что он периодически и делает. Поэтому всякие ссылки: "А клиенту понравилось"... Как правило, если клиенту не нравится, ролик не выходит в эфир. Если вышел - поправилось. Но сколько идет просто однозначно этически непотребных роликов!

- Как вы общаетесь с клиентами, которые могут заблудиться в вопросах эстетики, но всегда должны быть правы?

- Мы находимся в поиске золотой середины. У нас на это работает целая команда. Агент, который общается непосредственно с клиентом, одновременно общается со мной. Дело в том, что я еще соединяю в себе должность главного редактора аудиорекламы. Поэтому, особенно если ситуация опорная, нужна моя консультация. Консультация дается, и в этом направлении соответственно

ориентируется тот самый клиент, который должен быть всегда прав.

Он будет прав. Но задача агента - сделать его и правым, и в рамках тех положений, которые я надиктую.

А вообще-то все определяется школой. У одной станции она такая, у другой иная. Есть школа, при которой принято громко выкрикивать текст - а не важно какой. Есть - где обязательно идет игра, обязательно веселье, но не обращается внимания на эстетическую нагрузку происходящего. Есть станции, которые работают в лучших традициях, существовавших раньше.

У большинства есть свой почерк. Ведь работают одни и те же люди. Мне музыканты скажут - не знаю, правда ли, что у хорошего композитора есть одна мелодия. Все остальное - вариации на ее тему. У гениального композитора - две мелодии. Три мелодии - это уже Моцарт. У нас то же самое: как бы ты ни стремился делать отдаленные варианты, все равно к чему-то возвращаешься.

- У "Троих в лодке" сколько мелодий?

- Четыре!

- А вы в жизни часто пользуетесь тем, что рекламируете?

- Вопрос содержит открытую провокацию! (Шутка) Бывает. Я не скажу, что часто - часто просто невозможно. У нас десять эфиров в неделю и дай бог нам успеть рекламу выговорить всю, а не то что ею воспользоваться.

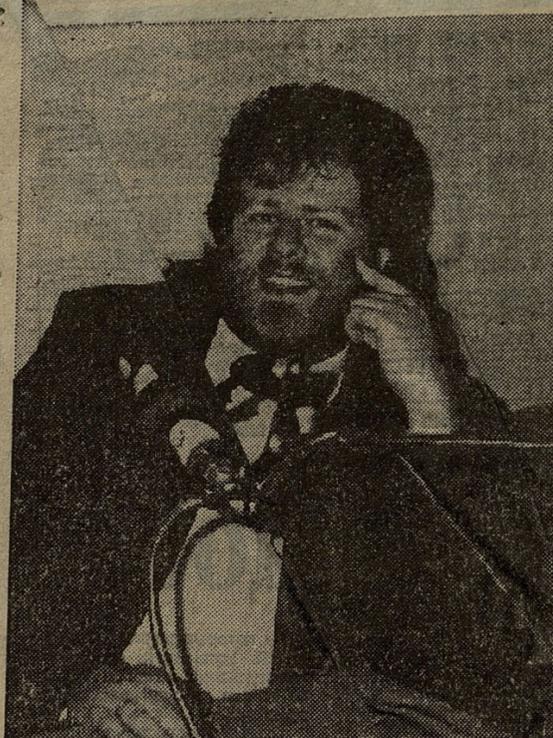
- Вопрос из разряда вечных: как рекламировать то, что самим кажется сомнительным?

- Нужно определиться - чем ты занимаешься. Если ты занимаешься ремеслом - оно может до стадии искусства дойти (тот, кто выдувает вазы или делает керамические кушанья, создает произведения искусства. Но при этом он стеклодув и гончар), - занимайся им. Существует заказ. Ты - солдат того дела, которым занимаешься.

Предположим, мне заказчик говорит в магазине так: "Ком-то костюмы таких-то фасонов. А я проверю и скажу: "Нет, ребята, вы оказали: пятнадцать фасонов, а я у вас четырнадцать насчитал. Ребята, реклама не пойдет!" Это нереально. И потом, все мои ощущения могут быть ошибочны. Они субъективны изначально.

Есть, наверное, определенные темы, которые каждый человек выделяет для себя. На подобный вопрос отвечал руководитель московского "Премьер-СВ". Вот он считает, что таких тем нет, что, если придет заказ - значит, есть задача, и ее надо выполнять. Он говорит, что в нашем занятии этический момент. В общем-то, должен отсутствовать.

Наверное - да. Но у меня не всегда получается. Какие-то темы я просто не беру. Иногда - по жанру. Ничего дурного нет в медицинской тематике, но я ее не беру: подслушивать над болезнями - не та тема. Или



Невелев Феликс

были в свое время очень популярны шутки относительно девочек для сопровождения мероприятий. Мне не хотелось бы, чтобы моя программа ассоциировалась с подобными объявлениями. Не то что - о-ой, я - никогда! Я могу забавлять такую рекламу этому процессу, если меня наймут хорошо. Но в своей программе я не хотел бы этого делать.

И потом - существует еще такая вещь, как интонация, второй смысл, ирония. Я могу сказать, не называя фирм, что я удивляюсь, как некоторые наши рекламные клиенты пропустили. Может быть, просто клиенты сами относятся к своему занятию иронично. Тогда это умные люди - я в этом пытаюсь себя убедить. Потому что там такой откровенный подтекст! Там первого-то смысла из-за него не видно.

- "Трое в лодке" любит давать домашние задания. Их кто-нибудь делает?

- К нашему ужасу да. Я сказал "к нашему ужасу", потому что иногда люди действительно отвечают на домашние задания. Был у нас вопрос: почему граф Суворов не ест. Либо он без вилки, либо он на "Гербалайфе" и так далее. И когда нам прислали письмо с ответом, что он на "Гербалайфе", и дальше все свойство "Гербалайфа" и рекомендации по этому поводу, - это было страшновато. А когда на шутку отвечают шуткой - это очень мило. Например, мы давали задание по Пушкину: "Только вранье найдете вы в России целой три пары стройных женских ног!" Приходит письмо, а в нем - отрезанная по пояс фотография с тремя парами женских ног и с подписью имен И - все. Таких ответов мы ждем.

Каждый нормальный человек - дилетант

- Каким образом от "Лодки" вы дошли до "Клуба дилетантов"?

- Тем, наверное, образом, что всему отпущено свое время. Я не говорю, что срок "Лодки" вышел, но по меркам жанровых передач она - пожилая. Ей 29 января четыре года бу-

21.1.95

именно этим человеком. А вообще-то человек совершенно необыкновенно раскрывается, когда это артист, а его не начинают спрашивать о творческих планах, о том, какие песни он привез в этот раз. А спрашивают: вы сонники читаете? Сначала он пытается найти, где здесь второй смысл, а потом, когда понимает, к чему это все, в большинстве своем - раскрывается.

- На какую тему вы бы стали в своем клубе разговаривать с собой?

- Да на любую! На самом деле я имею образование, по которому не работаю и уже все забыл; я не имею никакого отношения к журналистике при том, что являюсь членом Союза; я не учился нигде рекламе, хотя уже учу этому, не прочитав ни одной книги. И так далее. Со мной можно о чем угодно говорить.

- Кстати, а вы как историк (хотя бы по образованию) политической интересуетесь?

- Нет. Я не умею спокойно относиться к тому, что происходит, поэтому, если я начинаю этим интересоваться, я не могу уже заниматься ничем другим. В свое время, чтобы заниматься еще чем-то, я перестал ходить на собрания, смотреть новости, читать газеты. Профессор Преображенский советовал не читать перед обедом советских газет. Я это предобеденное время распространял на всю жизнь, а понятие "газет" - на все средства информации.

- Ну а книги по рекламе вы не читали по каким соображениям - из принципа, чтобы себя не испортить, или еще почему?

- Наверное, все-таки потому, что я ленивый. Сначала не дали времени у меня было два дня. Да, можно было после этого тут же схватить книгу и читать ее. Но тот, кто хочет, ищет возможность, тот, кто не хочет, ищет причину. Я причину отыскал моментально - и убедил себя в ее весомости. В 1991 году все книги, которые здесь были по рекламе, написаны были не здесь. Адаптировать то, что написано там, под то, что происходит здесь, - нереально. Не было той книги, которая описала бы и объяснила бы, что надо делать здесь.

А потом - я доверял и доверяю своему мироощущению. Я знаю не как это делать, но я знаю, что я хочу получить. Был человек, который мне говорил: "Ты сделал неправильно, но в книге о рекламе сказано, что..." Я грубо отвечал ему: "Можно расписать, как петь песни, как и к какому месту подносить микрофон, но пока не появится Пугачева, Пугачевых не будет."

- С кем проще на дилетантские темы разговаривать - с людьми творческими или с общественными деятелями?

- С политиками труднее. Особенно с дипломатами. Они скованы в любом разговоре своими политическими и дипломатическими нормами. А актеры - это их стихия. Играть ты или иную роль. Другое дело, что они в данном случае без сценария играют.

Хотя в эту субботу гость моего клуба - Аркадий Крамарев. О поэзии. С чтением стихов. Очень недурственным чтением очень недурственных стихов.

Беседу вела

Наталья ИПАТОВА

Рисунок Виктора БОГОРАДА