

Александр Олейников:

«Бюджет телевидения — это бюджет ребенка, которому дали на мороженое»

Лия ВАЧНАДЗЕ

Кажется, что Александра Олейникова мы знаем давным-давно. Уже в незапамятные времена он вел «Программу X», затем «Мое кино», теперь выпускает на ТВ-6 новую программу «Наша музыка». Между тем ему всего 34 года. Впрочем, молодым телезрителям кажется, что и канал ТВ-6 был всегда — хотя ему вообще всего-то пять лет.

Олейников обладает всеми качествами, необходимыми телеведущему, чтобы «запасть» в душу зрителю, — он обаятелен и остроумен, он может говорить столько, сколько нужно, на любые темы, он абсолютно свободен перед телекамерой. Он интересен сам по себе, а не только как человек, беседующий со знаменитостью. Вообще кажется, что он очень много знает — наверное, так и есть. Но познания его — результат самообразования, потому как единственными «университетами» Саши было телевидение, где он работал администратором, режиссером, продюсером, телеведущим и, наконец, программным директором ТВ-6.

Отчасти и поэтому мы пришли к Александру Олейникову — не как к знатоку кино, рассказывающему о Тарковском или Пазолини, и не как к отцу троих детей за советами по воспитанию, а как к одному из профессионалов телевидения, чтобы поговорить собственно о ТВ.

— Из всех каналов вы, конечно, предпочитаете ТВ-6?

— Нет, почему. Я предпочитаю здесь работать. А смотрю разные каналы.

— А вообще, каким видится канал ТВ-6 его начальству? У вас есть какая-то концепция?

— Нет концепции. Концепции были в процессе пути, однако «за время пути собачка смогла подрасти». Мы начинали как семейный канал, а сейчас переквалифицировались в преимущественно молодежный. Из этого делаем вывод, что, обладая наиболее активной частью аудитории, сами должны быть наиболее активными.

— Действительно ли главный критерий качества программы — ее рейтинг?

— Не обязательно. В основном так было до 17 августа, когда делились рекламные бюджеты. И успех той или иной передачи определялся рейтингом. Сейчас это на рекламные объемы никак не влияет. Но, безусловно, для каждого творца очень важен рейтинг его программы. Все другие способы и методы — чистая субъективность: «нравится — не нравится».

— Почти все новые программы в той или иной степени скалькированы с западных образцов. В частности, последний пример — «Арина», которая вполне открыто называется русским аналогом американской «Опры Уинфри»... Это от-

того, что в телевидении вообще невозможна никакая самобытность?

— В телевидении возможна самобытность. Но нельзя путать телевидение с искусством. Телевидение — это, во-первых, технология. С человеческим лицом, говоря языком Горбачева. Говорить, что Арина — это Опра Уинфри, — обманывать себя. Опра — афроамериканка, ее родной язык английский. Можно привести еще огромное количество доводов, и вы убедитесь, что никакого отношения Опра к Арине не имеет. Все жанры, все схемы давно известны: их не так много — студия, зрители, камеры, темы, герои. До Опры подобные шоу делали еще триста человек и сейчас делают, но известной стала в основном она одна. Другое дело, что телевидение — это еще и бизнес, и наиболее удачные приемы и решения продаются. Ты можешь практически на любую программу купить лицензию — к тебе даже придут люди и все сделают. Как, скажем, делали «Угадай мелодию». К 1985 году мы отставали от западного телевидения лет на тридцать, сейчас мы развиваемся более интенсивно, чем телевидение европейское. Менее интенсивно, чем американское. Но при этом надо понимать, что бюджеты нашего телевидения и американского несоизмеримы. Это бюджет ребенка, которому дали на мороженое, и бюджет Билла Гейтса.

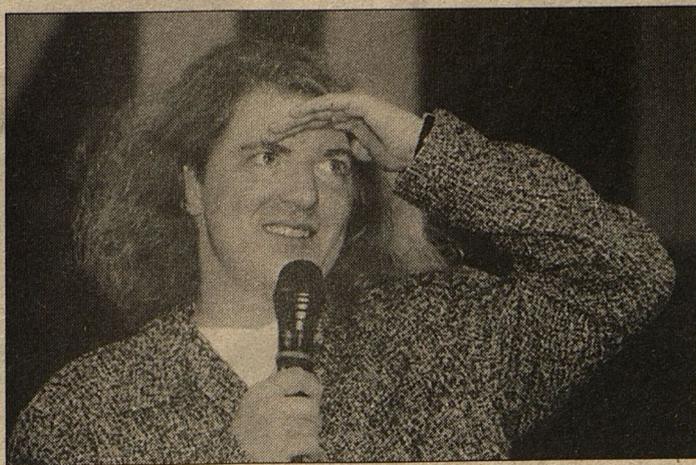
— Верно ли, что любого человека можно сделать популярным, показывая каждый день по телевизору?

— Абсолютно верно. Только надо уточнить: популярность эта отрицательная или положительная. Популярность — это известность, а не любовь. Если говорить о людях, работающих в кадре, как об элите, то это достаточно отважные люди, так как, появившись в кадре, они рискуют своей жизнью. Когда они из этого кадра уходят, это самое болезненное, что может быть в жизни. Люди, которые работают на общественную известность, достаточно незащищенные. Если закроют какую-нибудь ежедневную программу, такой человек не сможет пойти работать на бензозаправку. Количество неудобств, конечно, компенсируется количеством удобств. Но когда удобства уходят и остаются одни неудобства — это совершенно другое.

— Когда вы осознали в первый раз, что к вам пришла популярность?

— Это было лет десять назад, так что я просто не помню своих ощущений. И, кроме того, у меня был длинный путь. Я сначала получил достаточно широкую известность в профессиональных кругах, а потом уже вышел на экран. У меня не было такого, чтобы меня подобрали на улице, а на следующий день я очулся знаменитым.

Веч смелости — 1999 — 30 апр. — с. 6



Олейников всегда смотрит далеко вперед

65