

ЖЕСТКОЕ ВРЕМЯ

Идея-идеи и идеи - 2001 - 22 сент. - с. 12

Новая «Намедни» — зеркало для героев нового времени

Ольга Кузнецова

ЛЕОНИД ПАРФЕНОВ на канале НТВ — в статусе «лица». То есть не просто главного, а «представителя», по которому можно судить о самом канале: «Говорим Парфенов, подразумеваем НТВ» — и наоборот. В этом качестве он ни разу не обламывал ожиданий, неизменно соответствуя репутации самого современного канала — любимца убежденных модников. В основе такой репутации — безустанный гонимый за «моментом». Изловчиться и ухватить за хвост идеи, что носятся в воздухе, остановить мгновение и изящно его препарировать, продемонстрировав зрителю во всей его ускользающей красоте, — это требует куда больше энергозатрат, чем отстаивать раз и навсегда выбранные убеждения и концепции.

За время существования канала НТВ характер этих идей успел измениться несколько раз. Вместе с этим менялась и концепция «брендовой» программы канала — парфеновской «Намедни».

Фактически она была перенесена на НТВ с Авторского телевидения в 1994 году — во время культурного бума, когда выяснилось, что сама эта сфера гораздо шире, чем привыкли думать советские люди. Обозревать прорвавшиеся через разрушенную плотину цензуры события культурной жизни было увлекательно и престижно. Парфенов за конторкой в эстетских очках был персонажем характерным. С такой фигурой легко могли идентифицировать себя редакторы постперестроечных полос культуры в газетах и сотрудники едва появившихся «глянцевых» изданий. Все они тогда чувствовали себя одновременно просветителями и модниками, людьми статусными, светскими, нужными. Те времена прошли без возврата.

Сейчас программы формата первых «Намедни» сместились на самый консервативный из каналов с «профильным» для них названием. События культурной жизни уже много лет как вышли из разряда «рейтинговых». Для модного телеканала заслуживающими внимания из них являются только самые «сливочные»: связанные со статусными фигурами и большими деньгами. В таком виде культура и существует в новых «Намедни» — тех, какими они воскресли на «НТВ» две недели назад — после второго, «ностагического» периода.

Мода на ностальгию носилась в воздухе несколько последних лет. Всевозможные песни о главном сподвигли Парфенова на стилизованные флэшбеки в глубь времен. Вторые «Намедни» блистали культурологией и семиотическим к ней подходом. Тогда наука о знаковых системах из инструментария лингвистов и филологов перешла в разряд отмычек социокультурной реальности, доступных всем мало-мальски образованным людям. Универсальный подход ко всем явлениям жизни, от стихов до шляпок — такая идея не могла избежать популяризации среди «продвинутых» масс, к которым всегда апеллировал НТВ. Главным телепопуляризатором ее стал Парфенов.

Пока еще трудно указать на



Парфенов, как всегда, невозмутим — невзирая на то, что попытка сделать аналитическую передачу художественным языком пока не находит своего зрителя. Рейтинг новых «Намедни» очень низок: всего 3,4% по Москве и 4,6% по России.
Фото Михаила Зильбера

точку, в которой произошла очередная смена вех. Но очевидно, что окончательно ясно это стало 11 сентября. Вместо анализа знаков универсальным подходом к жизни стал анализ пиар-технологий и идеологий. О событиях вроде взрывов в США пишут обозреватели всех сфер реальности, от культуры до происшествий — не минув слова «пиар» со словосочетанием «война идеологий». «Намедни» возродились в откровенно идеологизированном варианте. Это программа, которую ни культурной (как первую «Намедни»), ни социокультурной (как вторую) не назовешь. Зато она гораздо больше, чем прежде, соответствует слову «бренд» — хоть рассылай ее на кассетах на манер пресс-релиза: вот образец реальности, пропущенной через фирменные фильтры НТВ.

Какие факты происходящего принимать за «события недели», НТВ помог разобраться издательский дом «Коммерсант», давно сделавший свои ставки на «деньги» и «власть». Теперь, когда эти темы очевидно стали определять интеллектуальное массовое сознание, вместе с сотрудниками «Коммерсанта» Парфенов делает одну из рубрик программы — «Кому принадлежит Россия». В первом выпуске это был репортаж о химической промышленности, во втором — о нефти. Из оформления программы окончательно ушли атрибуты «арта» (ни конторки, как в пер-

вой «Намедни», ни картотеки, как во второй). Теперь имидж ведущего — уже без эстетских очков даже — близок к тому, чтобы с ним идентифицировали себя интеллектуалы от бизнеса, аналитики на поприще пиара и медиа — новые властители интеллектуальной элиты, сменившие на этой нише издателей и писателей. В кадре — начальнический стол и экран, только компьютера не хватает.

В эфире есть место и «человеческому», и «культурологическому», но так, в порядке улучшения цветовой гаммы. Для насыщенности. Программа по следам американской катастрофы — это включение из США с мнением корреспондента НТВ и высказыванием владельца офиса в ВТЦ, версия трагедии от «Намедни» — с привлечением голливудских блокбастеров, сюжет о мусульманских смертниках, мнение Путина. Из заготовленного заранее — рассказ о съемках фильма про Березовского, упомянутый материал о нефти.

Словом, подход менеджерский: герой — олигарх, продюсер — Сельянов, материя — нефть... Шаг вправо — шаг влево, да — нет. Все правильно — в соответствии с требованиями нового, действительно «жесткого времени». Творческая группа «Намедни» утирает пот со лба. «Культуроцентричные» интеллигенты отдыхают. Рейтинг пока низкий — одних зрителей нет уже, других (будем надеяться) — еще.