

Год за три

✘ «Матч ТВ» 1 декабря отметит дату – 1 год и 1 месяц в эфире.

Однако назвать этот канал «малышом» язык не поворачивается. Ни один другой телеканал не вызвал столько споров и не дал такого множества поводов для комментирования. Всего за год «Матч ТВ» стал трижды лауреатом национальной телевизионной премии ТЭФИ, в частности, как «Событие Года». А в целом за это время он собрал 14 наград – шесть премий «Медиабренд», две – «Золотой луч», приз «ТКТ Awards» ежегодного телерадиовещательного форума IBC-2016 в Нидерландах, премию «Лидеры спортивной индустрии». На днях команде канала вручили премию РУНЕТа в номинации «Культура, СМИ и Массовые коммуникации». Как это стало возможным и за какие достижения ценят «Матч ТВ»?

Обозревателю «РГ» встретилась с генеральным продюсером Тиной Канделаки и попросила ее подвести первые итоги.

Тина, про вас говорят, что вы можете «поднять» все, что угодно. То есть, если вам поручить сельское хозяйство, вы поднимете и его. Поставили на спортивный канал – и тут успех. Откуда энергия?

– Если серьезно отвечать на этот вопрос, то я по своему психотипу и характеру всегда была человеком пассионарным. С возрастом энергии у людей становится меньше – потому что точка приложения теряется. А я счастливый человек: мне 41, и у меня всегда была цель, к которой я двигалась. И постоянно рядом были люди, которым я доверяла, – команда. В XXI веке, если говорить о профессиональном менеджменте, самая главная задача – коммуникация с людьми: умение привлечь их, убедить, мотивировать. Ничего не выстроить, если у людей нет желания работать. На телевидении это особо остро чувствуется, потому что здесь по-прежнему работают за идею. И в случае с «Матч ТВ» была идея, которая объединила многих профессионалов телевидения, еще и влюбленных в спорт. Отсюда и результат.



Канал за год добился невероятных достижений, что подтверждено и профессиональными премиями. Чья это заслуга? Кто-то скажет о мощной поддержке, кто-то – о стараниях тех, кто развивал «Матч ТВ».

– Сусанна, вы профессиональный телевизионный критик и понимаете, что такое создать канал с нуля. Год – за три! Такое количество жанров попробовали! А сколько людей прошло через эфир «Матч ТВ» в качестве гостей и экспертов! Очень интенсивный процесс. И больше всего я горжусь тем, что у нас появился свой язык, своя интонация по отношению к спорту и к спортсменам. Она придумана нашей командой, и ее приняли. Людям спорта нравится, что о них так говорят. У нас в стране никогда не было, в хорошем смысле этого слова, конвейера, как в Америке и в Европе по легендаризации, мифологизации, созданию «брендов» великих людей спорта. Ведь их победы – не только достижения определенной личности, тут важны роль и тренеров, и окружения. Жизнь победителей в спорте – для многих зрителей это мотивация, источник энергии при разных жизненных обстоятельствах. Когда они расклеиваются, теряют веру в себя, то зачастую, вдохновившись примером таких спортсменов, начинают жить заново.

Ваш успех в том, что вы нашли нужную интонацию?

– Конечно. Наш успех в том, что мы экспериментальным путем, пробуя разные жанры, пришли к пониманию того, что нужно зрителю. Например, документальное кино смотрят меньше. Или, когда наши проигрывают, зрители перестают смотреть трансляцию. И это проблема. Пока еще не создано такой культуры – поддерживать своих во время проигрыша. При неудачах наших люди выключают телевизор.

И футбол не смотрят?

– Высокие рейтинги футбола на телеканале «Матч ТВ» были, есть

и будут. Речь о другом – о специфике просмотра. Цифры могут быть очень высокими, а потом, когда возникает понимание, что ход матча уже предрешен, люди переключают канал, потому что расстраиваются.

И документальное кино чаще всего связано именно с победами или с поражениями. И его, как я уже говорила, смотрят меньше. Но то же реалити – «Бой в большом городе» или новостные и аналитические форматы, которые мы создали, пользуются большим успехом. Утро на телеканале «Все на «Матч!» имеет такие цифры, которые в отдельные дни могут конкурировать с лучшими проектами первой «тройки» федеральных каналов.

У вас на днях вышел первый из десяти фильмов компании Федора Бондарчука, сделанных по заказу канала. Это как раз истории спортсменов?

– Да, безусловно. Первый фильм – история человека, у которого не сложилась жизнь в спорте, и он пошел в полицейские. Художественная двухсерийная картина, не основанная на реальных событиях. Все десять «мувиков» – рассказы о разных людях и видах спорта: футбол, хоккей, бокс... Исследования показывают, что наш зритель – мужчина – не готов смотреть сплошное полотно спортивных трансляций, ему хочется разнообразия эмоций и других жанров. Вот, например, у нас на канале почти нет юмора, и в ближайшее время наша главная задача попытаться интегрировать его в наши программы.

Какие виды спорта собирают на «Матч ТВ» больше всего зрителей?

– Футбол, бокс, смешанные единоборства, хоккей, «Формула-1» и биатлон. Эти виды спорта стабильно пользуются спросом.

А шахматы – сейчас проходит матч на первенство мира по шахматам?

– Мы очень активно «вкладываемся» в развитие телесмотра самого ожидаемого спортивного события года в мире шахмат –

матча на первенство мира, который проходит в эти дни в Нью-Йорке. Нами запланированы 13 аналитических спецвыпусков в «дневниковом» формате на федеральном телеканале «Матч ТВ» и прямые трансляции всех матчей чемпионата мира на тематическом канале «Матч! Наш спорт». В общей сложности объем трансляций превысит 70 часов – так шахматы за последние годы не показывал ни один федеральный канал. Наша съемочная группа работает в течение всего матча практически 24 часа в сутки. К сожалению, и это касается некоторых видов спорта, так уж сложились обстоятельства, что их перестали смотреть. Я прекрасно помню, как маленькой девочкой удивлялась тому, как пустели улицы в родном Тбилиси, когда проходил чемпионат мира по фигурному катанию. У нас вся семья сидела у телевизора. В том же фигурном катании очень большую роль в возрождении массового интереса к этому виду спорта играет такой проект, как «Ледниковый период», у него рейтинги выше, чем у чемпионатов, он приучил к тому, что на льду – звезды. Или шахматные турниры: противостояние Карпова и Каспарова обсуждали все, это было событием номер один – мы хотим поддержать возвращение этих ярких спортивных состязаний на федеральное телевидение и стать частью грядущего шахматного бума. Понимаем, что для восстановления интереса нужно многое сделать: мы не только масштабно освещаем шахматный чемпионат, но и много рассказываем о нашем Сергее Карякине – шахматном вундеркинде, который со своей командой делает все возможное, чтобы приблизить возвращение шахматной короны в страну, где она почти беспрерывно находилась на протяжении большей части XX века.

Возможно появление проекта, подобного «Ледниковому периоду», на «Матч ТВ»?

– В этом нет необходимости, это прекрасный проект, который много лет существует на Первом канале. Кроме того, мы не хотим подменять спорт шоу. Здесь очень деликатная история, но по большому счету «Ледниковый период» заменил спорт именно на шоу. Зрители привыкли, и им уже не хватает сил, времени и

желания смотреть еще и регулярные турниры, хотя понятно, что с появлением Сотниковой, Медведевой, Липницкой, других девушек в фигурном катании и тех побед, которые наши одерживают, это странно. Поэтому мы очень много инвестируем в рассказы о жизни чемпионов, их биографии. Например, у нас был потрясающий фильм о Медведевой, о том, как она расставалась со своим тренером и искала нового.

Мы внимательно следим за выдающимися спортсменами, много рассказываем про них, но требуется время, потому что чувствуется отсутствие спортивной индустрии как таковой. А это все в комплексе – не только телевидение, но и спортивный маркетинг, школьный и студенческий спорт, множество мероприятий, которые в целом прививают любовь нации к спорту. Многие вещи были сделаны в ускоренном темпе во время Олимпиады, сейчас происходит такая же оперативная работа по продюсированию новых форматов, благодаря приближающемуся чемпионату мира по футболу.

На мировых телевизионных рынках специалисты выделяют три основных направления развития будущего контента. Одно из них – спортивное вещание. Мы можем конкурировать на мировом уровне?

– С появлением телеканала «Матч ТВ» интерес к спорту у нас стал увеличиваться. Столько, сколько мы сейчас говорим про спорт, не говорили никогда. Сейчас что ни день – одна из ведущих новостей обязательно спортивная. Она может быть значительной, скандальной, смешной. Но то, что спортивные сюжеты стали возвращаться в новости дня, это, в том числе, и заслуга телеканала «Матч ТВ».

А если говорить о нашей конкурентоспособности, то мы, например, сделали реалити «Бой в большом городе». 3 декабря – финал, где будут биться Лебедев и Гассиев. Мы говорили с Андреем Рябинским – промоутером с международным именем – и узнали от него, например, его американские коллеги спрашивают, возможен ли второй сезон уже с их участниками. От Дэйна Уайта,

действующего президента Ultimate Fighting Championship приезжают представители в Москву, чтобы вести переговоры об очередном турнире UFC в России. То есть с точки зрения телевидения есть массовый интерес к боксу и единоборствам, потому что это зрелище. Понятно, что мы покупаем права на все, что происходит сейчас в UFC, потому что во многих боях стали биться наши. Мы следим и за смешанными единоборствами, и за Сергеем Ковалевым, и за Хабибом Нурмагомедовым. И тут есть потенциал для того, чтобы делать, например, совместные шоу, потому что в поединках есть спортсмены и от нас, и от них, и колоссальный интерес зрительской аудитории и тут и там. А когда речь идет о противостоянии, понятно, что будут смотреть. В Азии достаточно большой интерес к нам как к спортивному вещателю. Канадцы стабильно проявляют стремление к сотрудничеству в хоккее.

Есть сложности с покупкой прав?

– Да, главная проблема в том, что мы – не единственный игрок на рынке. Это создает естественный ажиотаж на цены, и они поднимаются. Мое мнение: так как спортивная индустрия только выстраивается, было бы здорово, чтобы на это время существовало одно «окно», чтобы держать цены.

Сейчас стремительно развивается киберспорт. Многие каналы пытаются освоить и это направление. Что будет на «Матч ТВ»? Вы заключили соглашение с киберспортивным холдингом Esforce?

– Да, и с его руководителем Антоном Черепенниковым, как продюсер, постоянно нахожусь в поиске. С одной стороны, закрепляю то ядро аудитории, которая ранее являлась нашей основной баинговой аудиторией – мужчины 25 – 59 лет, с другой, формируем новое – подключаем мужчин в возрасте 18 – 24 лет, которая практически перестала смотреть федеральные каналы, поэтому и является очень востребованной у телевизионных рекламодателей. Мы постоянно вместе с нашим аналитическим отделом занимаемся «прощупыванием» аудитории, ее запросов, чтобы давать зрителям тот продукт, который они ищут и ждут.

Согласно статистическим данным, аудитория «Матч ТВ» за год значительно помолодела. В то время, как все остальные каналы ломают голову, как заполучить молодежную аудиторию, вы уже сделали это.

– Потому что молодая аудитория выросла в Интернете, и в большей степени она привыкла потреблять контент, программируя его по собственному желанию. Они смотрят ролики на YouTube, имеют аккаунты «ВКонтакте», все зарегистрированы в Твиттере. В силу своего другого подхода к потреблению контента у них и герои другие. Я даже по своим детям это вижу. Благоговения перед телевизионными идолами уже нет, потому что перед ними – калейдоскоп героев и контента, и скорость смены его в Интернете не сравнима с телевидением. А мы просто позволили этой азартной аудитории смотреть те виды спорта, которые она до этого бесплатно не могла видеть на федеральных каналах. Это футбол: и РФПЛ, и английская премьер-лига, и Лига чемпионов. Они его искали, нашли и благодарно нам ответили: «Да, мы с вами!» Но теперь, когда на одних трансляциях удержать невозможно, наша задача – сформировать для них новые интересные точки соприкосновения с каналом. Это и киберспорт, это программы «Культ Тура», «Инспектор 30Ж». Есть «крючки» в виде трансляций. Мы на них зрителей зацепили, а дальше наша задача – не упустить их и растить свою аудиторию.

Перед Олимпиадой в Рио-де-Жанейро в этом году вы проводили переговоры с Роналдо. Возможно, что величина такого мирового масштаба вдруг появится на «Матч ТВ»?

– А нам уже не нужен Роналдо для комментирования. Потому что нам требуются люди, разговаривающие по-русски. Наш Роналдо – это Валерий Карпин. Мы по этому пути пошли с самого начала, поэтому в кадре Роман Широков, Дмитрий Булыкин и многие другие. Это одна сторона нашей работы – привлекать профессиональных спортсменов к аналитике. Потому что то, что могут дать они, не под силу простому профессиональному ведущему. Например, сейчас у меня идут переговоры с одним тоже очень известным в мире спортсменом: хочу его уговорить стать нашим

аналитиком. Сразу скажу – это не футболист. Воспитывать ведущих очень тяжело. Не могу сказать, что на отечественном телевидении переизбыток кадров, и каждый год на каналах появляются новые звезды. Это штучная работа. Притом что, к сожалению, профессии нигде не учат. То есть, с одной стороны, должны быть желание и постоянное самообразование, с другой – продюсеры, которые могут таких ведущих создавать. Я сама за всю жизнь встречала не так много людей, которые лично со мной работали. Таких, кем для меня были Александр Роднянский и Наталья Билан. Поэтому мы очень большую ставку делаем на новые лица. Корректируем, учим, направляем. А дальше все зависит от самого человека. Справляется один на миллион. По большому счету прорваться в кадр – это не проблема. Дальше нужно запомниться. Смысл этой профессии только в одном: необходимо, чтобы твою интонацию, голос, лицо безошибочно узнавали и начали доверять и любить.

Тина, все ждут чемпионата мира по футболу. Как вы планируете на канале его подавать?

– В этом смысле уже легче говорить, потому что есть опыт Олимпиады и Евро – два важнейших спортивных события мы смогли полномасштабно показать в первый же год вещания. Мы хотим создать целый цикл программ, рассказывающий о городах, которые будут принимать чемпионат мира по футболу. Специфика в том, что проведение чемпионата запланировано на 12 стадионах в 11 городах России. Во-первых, это уникальная возможность нам же, гражданам России, рассказать подробно о том, чем живут эти города сейчас и как жители этих городов ждут чемпионат. А во-вторых, поведать всему миру, болельщикам и туристам, в какие города они приедут. Не все они знают, условно говоря, чем Саранск отличается от Казани. Мы объясним.

Будете рассказывать истории жизни футболистов?

– Была и такая идея. Планов было миллион, начиная с того, чтобы привозить западных звезд футбола, которые когда-то здесь играли, и их глазами увидеть строящиеся стадионы. Потому что

чем-чем, а стадионами мы точно можем похвалиться. «Казань Арена», «Лужники» в Москве точно войдут в список самых современных стадионов мира. Это вообще очень долгий процесс, создание околоспортивного контента, который должен поддерживать каждую трансляцию, и сам матч. Здесь должны быть и студия, и аналитика, и комментаторы.

На планерках «Матч ТВ» вы обсуждаете все, вплоть до того, как подавать в эфире каждый матч?

– Конечно. У нас есть свои легенды. Например, перед чемпионатом Европы мы планировали сделать цикл программ с Виктором Понедельником – привезти его во Францию на легендарный стадион Parc des Princes, где он в составе сборной СССР выиграл Кубок Европы в 1960 году. Жаль, что в последний момент не получилось. Наши футболисты, которые имеют опыт выступления на чемпионатах мира, могли бы рассказывать свои истории и делать прогнозы. Тут можно креативить сколько угодно. Естественно, здесь вопрос востребованности, и понимание того, какое количество матчей мы покажем. Пока понимания этого нет, потому что, завершая ответ на этот вопрос в эфире телеканала «Матч ТВ» бывший министр спорта, действующий вице-премьер Виталий Леонтьевич Мутко объяснил: идет сложный для нашей страны разговор о стоимости прав. Поэтому говорить о чем-то конкретном можно будет только после того, как права будут приобретены. А пока это открытый вопрос.

Успокойте людей – вы же не оставляете «Матч ТВ»? Ходили разговоры о вашем уходе.

– В течение последнего времени на этот вопрос, как и на многие другие, я отвечала регулярно. Лидировало три темы: уйду ли с «Матч ТВ», стану ли вице-премьером и не беременна ли я. Как вы видите, вице-премьером я не буду – его уже выбрали. Не знаю, насколько через вашу газету надо признаваться, что я не беременна. Но я хочу успокоить всех своих поклонников и, надеюсь, зрителей «Матч ТВ», что приоритеты не поменялись: развитие канала для меня по-прежнему на первом месте.

Я рада, что телеканал, который пропагандирует спорт, создал идеальный прецедент для нашей страны. Любая новость, даже самая фантастическая, мгновенно становится реальной темой для обсуждения. Это хорошо. Потому что, если люди настолько интересуются спортом, что стали верить слухам, меня это радует. Верьте во все самое невероятное. В приходы, уходы, любовь, ненависть, встречи, расставания, списки, имена, слова, фамилии... И, если эта вера вас приводит на телеканал «Матч ТВ», я здесь, я с вами, я остаюсь.

*По тексту Сусанны Альпериной
в Столичном выпуске №7140 (272) 30 ноября
2016 г.*

RG.RU

Фото Виктора Васенина