

Константин Захаров.

Медиаменеджер-тележурналист

Поколение абитуриентов конца 80-х оказалось в непростом и неоднозначном положении — поступили они в ВУЗы одной страны, а получили дипломы в другом государстве, причем в совершенно новых социально-экономических и политических условиях. Трудовая биография медиаменеджера и тележурналиста Константина Захарова, генерального директора телекомпании «Стрим», пришлось на весь постсоветский период развития России. Ему, как и многим выпускникам 90-х, повезло участвовать в создании того, чего никогда ранее в стране не было, а именно — медиарынка.

Ф В 1992 году вы окончили Московский университет по специальности «Журналист. Литературный работник телевидения». И уже через год вы — исполнительный продюсер, а спустя 3 года уже исполнительный директор «Муз-ТВ». Директорами сразу рождаются или у этой биографии есть своя предыстория? Кем вы себя считаете в профессиональном плане — менеджером или тележурналистом?

К.З.: Скорее, конечно, менеджером. Впрочем, перед поступлением в университет у меня метаний не было — только творческая профессия. Вначале хотел пойти во ВГИК. Я увлекся кино еще в годы учебы в известной московской так называемой «школе рабочей молодежи» № 127 в Дегтярном переулке. За глаза ее называли ШЗМ — «школой золотой молодежи». По принципу образования она была факультативная. Например, в какой-то день был только иностранный язык или день истории, день литературы. У нас были все общеобразовательные предметы, но не проводились уроки физкультуры, труда или чего-то подобного. Она мало что общего имела с настоящими школами рабочей молодежи.

И тогда я загорелся желанием посвятить себя кино. Но соседом по дому был журналист-международник, знакомый моих родителей. Именно он и порекомендовал поступить на журфак. Я заинтересовался, начал готовиться к поступлению в МГУ. Выбрал телевизионное отделение. Поступил. Ушел в армию. Вернувшись, восстановился на факультете. В 1992 году получил диплом. В июне была защита, а в июле мне предложили работу продюсера в «Интерньюс».

Мне повезло стоять у истоков российского отделения этой некоммерческой организации, в которой тогда рабо-

тало всего 4 человека. Я помогал с регистрацией, куда-то ездил, собирал справки.

Ф Практически сразу занялись административной работой вместо журналистики?

К.З.: «Интерньюс» в разных городах страны проводил семинары для сотрудников региональных телекомпаний. На них приглашали специалистов из других стран, которые рассказывали, что такое продюсирование, операторская работа, монтаж программ и т.п. В организации этих мероприятий я принимал участие.

Но и творчество тогда в моей жизни тоже было. Мы создавали программу «Время местное». Получали телевизионные сюжеты от независимых в то время негосударственных телекомпаний и собирали в Москве 52-минутный «мастер». Потом рассылали поездами видеокассеты в города участников программы. И там они (программы) транслировались в местном эфире. Партнеров у нас было 30-40. Мы получали огромное количество сюжетов. Материал приходил в разных форматах — и VHS, и SuperVHS, кто-то уже снимал на BetaCam. Мы все это должны были собрать в один формат, написать подводку, сделать редакторскую работу и «выдать в эфир», т.е. отправить обратно поездами. После этого «повисеть на телефоне», оповестить получателей в разных часовых поясах. Так что домой я приезжал глубокой ночью.

Очень интересная была работа на то время. Но года через полтора я решил, что нужно идти в бизнес. Потому что общественная деятельность хороша и увлекательна, но в какой-то момент... я даже не решил, а мне сделали предложение. Это была компания Veronica.

Ф А как о вас узнали в Голландии?

К.З.: «Интерньюс» был уникален тем, что он, как клуб, объединял множество жур-

налистов. Были конференции, выездные сессии, общение с людьми. Естественно, в какой-то момент поступило предложение заняться историей под названием «создание голландского телеканала в Москве». Это был проект адаптации канала Veronica под вещание в Москве и далее в России. Моей задачей было подготовить программы под российского зрителя. Организовать дублирование, пост-продакшен. Например, мы не могли просто использовать «межпрограммки» «Вероники» в локальной версии канала. Их надо было отснять здесь. Сейчас широко используется франшиза, а тогда я с этим столкнулся впервые.

Нужно было подготовить и создать то, чего никогда в стране не было. Я часто летал в Голландию, жил и работал в Москве. А через полтора года владельцы голландской телекомпании приняли решение, что они в силу обстоятельств, которые мне были неизвестны, закрывают российский проект.

Ф И вы стали исполнительным директором «Муз-ТВ».

К.З.: Вещание канала Veronica предполагалось на 51-й дециметровая частоте в Москве. Ею владела ассоциация «Космос-10», как и передатчиком, установленным на Останкинской телебашне. Когда 51-й канал остался без иностранного партнера, меня пригласили для организации нового проекта. Еще только предстояло придумать музыкальный канал.

Чтобы не потерять лицензию, надо было что-то ставить в эфир. Люди, работавшие на канале, ставили какие-то свои программные продукты без концепции, без названия канала, без графики. Несколько месяцев продолжался поиск идеи. И в итоге прозвучало предложение сделать канал музыкальным. Сразу с рабочим названием «К-10», в дальнейшем «Муз-ТВ».

Константин Эдуардович Захаров:

Родился в 1966 году в семье военного инженера связи Эдуарда Константиновича Захарова и артистки балета Академического театра оперы и балета УССР имени Тараса Шевченко Ольги Семеновны Матковской.

В 1983-м окончил ШРМ № 127 в Москве. 1984–1986 — служба в рядах Советской армии.

В 1986 году поступил на международное отделение факультета журналистики МГУ им. Ломоносова. В 1992-м окончил университет по специальности «Журналист. Литературный работник телевидения».

1992–1993 — Internews Network. Стоял у истоков создания общественной организации «Интерьюс» в Москве; продюсер программы «Время местное», объединившей независимые негосударственные телевизионные компании. В 1993-м стал исполнительным продюсером.

1994–1995 — Veronica Omroep Organisatie Television A.B.V. Приглашен в качестве продюсера для реализации проекта вещания на 51-й дециметровой частоте в Москве голландского телеканала Veronica в партнерстве с АОЗТ «Ассоциация Космос-10».

В 1995 году перешел на должность исполнительного директора АОЗТ «Ассоциация Космос-10»: участие в создании первого в России музыкального телеканала «К-10» («Муз ТВ») — совместного проекта «Ассоциации Космос-10», С. Лисовского и Б. Зосимова.

С 1996 года участвовал в запуске телеканала «MTV Россия» в партнерстве с Б. Зосимовым и инвестиционным фондом Russia Partners. 1997–1998 — генеральный директор телеканала «MTV Россия».

1999–2001 — ОАО «Мостелеком», первый заместитель генерального директора. Возглавлял направление по работе с вещателями.



2001–2007 — ЗАО «Версател» (проект Divo TV), акционер, член совета директоров. Совместно с ИК «Texas Pacific Group Aurora» (TPG Aurora) создал первую в стране цифровую эфирно-кабельную компанию Divo TV.

2008–2009 — ЗАО «Стрим-Контент», советник генерального директора.

2009–2011 — ЗАО «Телекомпания «Стрим», первый заместитель генерального директора. С 2011 года по настоящее время — генеральный директор.

Вице-президент Ассоциации кабельного телевидения России (АКТР), член правления АКТР, член правления Национальной ассоциации телерадиовещателей (НАТ).

Хобби: рыбалка.

Автор идеи создания телеканала «Охота и рыбалка».

Три фигуры «поженились» в этом канале, и каждому отводилась своя роль. Сергей Лисовский дал финансовую экспертизу, Борис Зосимов — творческую концепцию и контент из багажа Biz-TV, а Игорь Елизаров («Космос-10») — частоту и лицензию. И это участие в проекте трансформировалось в должности. Так я стал исполнительным директором, возглавив канал со стороны связной компании.

Я никогда не рвался стать «директором». Это просто стечение обстоятельств. Телекомпания тогда испытывали острый дефицит кадров, собственно, как и сейчас (смеется). А организаторы телепроектов вообще были «штучным товаром».

Ф Бытует мнение, что «Муз-ТВ» создавался под выборы Бориса Ельцина?

К.З.: Ни под какие выборы-перевыборы он не создавался. Это была полностью самостоятельная идея. Никакого отношения к политике она не имела. И вообще, что касается выборов, единственным политизированным проектом на канале стал «Голосуй или проиграешь». Он, кстати, был «калькой» проекта телеканала MTV Choose or Lose.

Так случилось, что я с группой товарищей в нем не участвовал. Помню, что я даже обижался. Мой уход из «Муз-ТВ» был связан, в том числе, как раз с этим.

Ф И вы с Зосимовым «отомстили» — создали грозного конкурента.

К.З.: Борис Зосимов сказал, что создаст свой проект. И это был телеканал «MTV Россия». Он мне и предложил «делать ту работу, которую я знаю». Моя задача здесь осложнялась тем, что как генеральный директор компании я должен был еще заниматься и вопросами связи.

«Муз-ТВ» создавался без участия иностранного капитала и грандиозных инвестиций. MTV — совершенно иной проект. Это был мощный бренд и очень большие инвестиционные средства на тот момент. Я считаю их просто огромными. Инвестиционный фонд Russia Partners стал первым инвестором с большим и вменяемым бизнес-планом. Проект создавался на двух площадках — в Петербурге и Москве. У меня было два офиса. Я работал в Москве, главный бухгалтер — в Санкт-Петербурге. Каждую неделю мне приходилось курсировать между двумя столицами.

Первое, с чего мы начали, так это с установки передатчика Rohde-Schwarz — одного из лучших в то время для дециметрового канала. Мне очень повезло, потому что я работал с очень хорошим техническим директором, большим специалистом в области связи. И мы не ошиблись в технических решениях и совсем не ошиблись в сроках.

Когда телеканал стартовал, это стало значительным явлением на отечественном медиарынке. Когда я начинал свою трудовую биографию, в стране было всего пять каналов, а музыкальных не было вообще. Но, как оказалось, музыка 24 часа в сутки была востребована. Кроме того, «MTV Россия» и «Муз-ТВ» удачно сочетались. Потому что на одном канале были представлены артисты одного плана, а на другом транслировались клипы совершенно других исполнителей. Музыка пришла в дома не на магнитофонах и радио, а на телевидении. Смотрела эти каналы, конечно же, преимущественно молодежь.

Ф В итоге каналы, которые вы запускали, сегодня существенно изменились...

К.З.: Но уже без меня. Когда сменился совет директоров, я сдал дела. Подготовил все, что было необходимо для полноценного вещания «MTV Россия», но в силу разных обстоятельств покинул телекомпанию. С моей стороны это был эмоциональный всплеск, о котором я не раз сожалел. Потому что создавать такой телеканал мне, конечно, было интересно. Я не бросал MTV ради того, чтобы уйти на другую работу, не потому что мне где-то предложили лучшие условия. Говоря откровенно, я ушел «на улицу». Причем не один.

☞ Зато вы оказались в полностью операторском бизнесе.

К.З.: Через несколько месяцев меня позвали в «Мостелеком». Я отвечал за работу с вещателями, был первым заместителем генерального директора. Тогда закладывался фундамент будущей трансформации этой компании в «Ростелеком». К этому времени у меня уже были какие-то представления о сетях связи. Структура была известной, и как первый заместитель я понимал, как устроена организация доставки сигнала.

☞ Еще работая над проектом телеканала К-10 («Муз-ТВ»), вы столкнулись с вопросами организации линии связи.

К.З.: Помогла вникнуть в тему в большей степени работа в «MTV Россия». А в «Мостелекоме» я взаимодействовал с вещателями по вопросам входа телевизионных каналов в сеть.

☞ Что подразумевает «входная плата»?

К.З.: Вход телеканала в сеть стоит денег. Это оборудование, которое нужно купить и установить на головных станциях хозяйства. Это работа с частотным планом сети и многое другое. Поэтому «входной билет», как его сейчас называют — это стоимость всей подготовительной работы для передачи сигнала. Естественно, плата существовала. Более того, она была утверждена правительством Москвы как владельцем «Мостелекома». Кого-то в сеть не пускали, не было места. Кто-то в это не верил. Все хотели быть крупнее, чем конкуренты, быть на каких-то «кнопках», получить больше абонентов. В сеть были введены 17 телевизионных каналов, а на момент моего прихода их было 7. Нашли возможности. Это была гигантская и затратная работа. Вещатели, конечно, жаловались, говорили, что цена неоправданно высокая. Но это не было даже бизнесом. «Мостелеком» был государственной компанией на тот момент. Так что все цены были по прайс-листу, собственно говоря.

☞ Помнится, в то время телеканалы можно было по пальцам сосчитать, и эфирные, и нишевые. Появление каждого нового проекта становилось событием на рынке.

К.З.: У нас не было тогда цели найти продукт, поставить его в сеть и заработать на абонентах. Перед нами стояла задача обеспечить доставку телевизионного сигнала в квартиры.

☞ Если не было цели найти каналы в сеть, зачем нужен был специалист по работе с вещателями?

К.З.: Урегулировать вопросы абонентской базы. Кроме того, первый заместитель — это еще и многие другие

административные функции. Но в любом случае я могу сказать, что мне опять повезло. Потому что в те годы становления кабельного рынка я получил огромный опыт. Я не считал себя тележурналистом, неожиданно попавшим в какую-то отрасль, в которой могу «погибнуть». Мне очень нравилось заниматься чем-то новым. Это было уникальное время для создания и телевизионного продукта, и связного.

☞ Похоже, в области связи вы пошли еще дальше уже в компании «Версател»...

К.З.: Да, это был уже коммерческий проект и первая цифровая телекомпания. Специалисты рассчитали, что в аналоговых кабельных сетях есть возможность параллельно транслировать цифровой сигнал. На этой основе при наличии частот MMDS родилась идея создать цифровую эфирно-кабельную сеть. В ней я, с одной стороны, занимался созданием самой компании, а с другой — моей прерогативой было программное наполнение сети. Как единственный среди партнеров обладающий и гуманитарным образованием, и творческим потенциалом, и определенным опытом я должен был для бренда Divo TV найти телеканалы, которые будут востребованы.

Вначале мы рассчитали наполнение сети на 32 канала. Потом выяснили, что можно делать 38, а потом — сузить полосы и сделать даже 42. Дошли до 44.

☞ Вы столкнулись с вопросами пакетирования?

К.З.: На тот момент в системе, которая была реализована нашими техническими специалистами, не предусматривалось пакетирование. Пакет был один — все 44 канала. Вначале мы пытались выяснить, сколько абонент должен и может заплатить за новый продукт, учитывая, что Divo TV предоставляло качество другого на то время типа — цифровое. На тот момент даже в Москве транслировалось всего от 6 до 13 каналов в кабеле. А мы давали сразу 44.

Divo могло масштабировать эту систему. Дело в том, что тогда было еще много свободных MMDS-частот в регионах. И в крупных городах строились кабельные сети. Если бы «Версател» сделал еще один шаг, требующий новых инвестиций... Если бы мы сумели перейти на технологическую спутниковую передачу сигнала на ретрансляторы для последующей передачи по MMDS, то этой эфирно-кабельной системой можно было бы накрыть крупные города в России.

Российских нишевых каналов еще не было. Зарубежных — не более 20. Я помню, что даже при включении в цифровой пакет существующих эфирных каналов в сети все еще оставалось место. Не хватало телеканалов. И тогда встал вопрос: а что же

с этим делать? Как реализовать незаполненные емкости? Появилась идея самим адаптировать новые зарубежные каналы. Посчитали, что затраты велики и непонятно, насколько они будут оправданы. К тому же это был бизнес не телекомовский, а телевизионный. А инвесторы и мои партнеры решили, что нашей первой задачей было построить систему, не вкладываясь в чужой контент.

Тогда я предложил производить свои каналы, вложиться в российский продукт. Например, создать национальный телеканал «Охота и рыбалка». И этот проект стал одним из тех, что мы предложили к пакетированию. Когда бренд Divo TV закрылся, телеканал был создан на площадке «Комстар». Замечательно, что идея была реализована, и сложилось так, что именно я ее теперь развиваю дальше...

☞ ...в телекомпании «Стрим».

К.З.: После Divo TV была попытка реализации новых проектов. Могу сказать, что я рассматривал даже организацию спутниковой платформы. Хотелось что-то сделать в области DTH и многое другое... Но меня пригласили советником в «Стрим-Контент», решить некоторые вопросы, связанные с агрегацией контента. Я согласился.

☞ Вы выглядите всегда таким собранным, мобилизованным. Кажется, что «если завтра война, если завтра в поход», то вы уже готовы.

К.З.: Это обманчивое впечатление. Меня мои друзья называют перфекционистом, потому что я «докапываюсь» до деталей, хочу все довести до совершенства. Я вижу, что людям со мной нелегко работать, потому что у меня и «муха без билета не пролетит» (смеется). Я пропускаю телеканалы через собственное понимание эстетики производства телепрограмм. Если увижу что-то некорректное, буду убирать программу из эфира, даже если она не «откатала» свой срок.

☞ Так получилось, что ваша работа практически везде связана была с администрированием. В «Стриме» вы тоже занимаете административную должность. Тем не менее вы активно вмешиваетесь в творческий процесс, во всяком случае по отношению к каналу «Охота и рыбалка». Так проявляется ваш внутренний тележурналист? Можно было ограничиться общим руководством, наверное.

К.З.: А это, как говорится, повезло. Образование ведь профильное. Оно не позволяет быть только администратором. Окончил бы вуз по другой специальности и стал бы просто директором, не лез бы в сюжет. ■

Беседовал Роман Маградзе