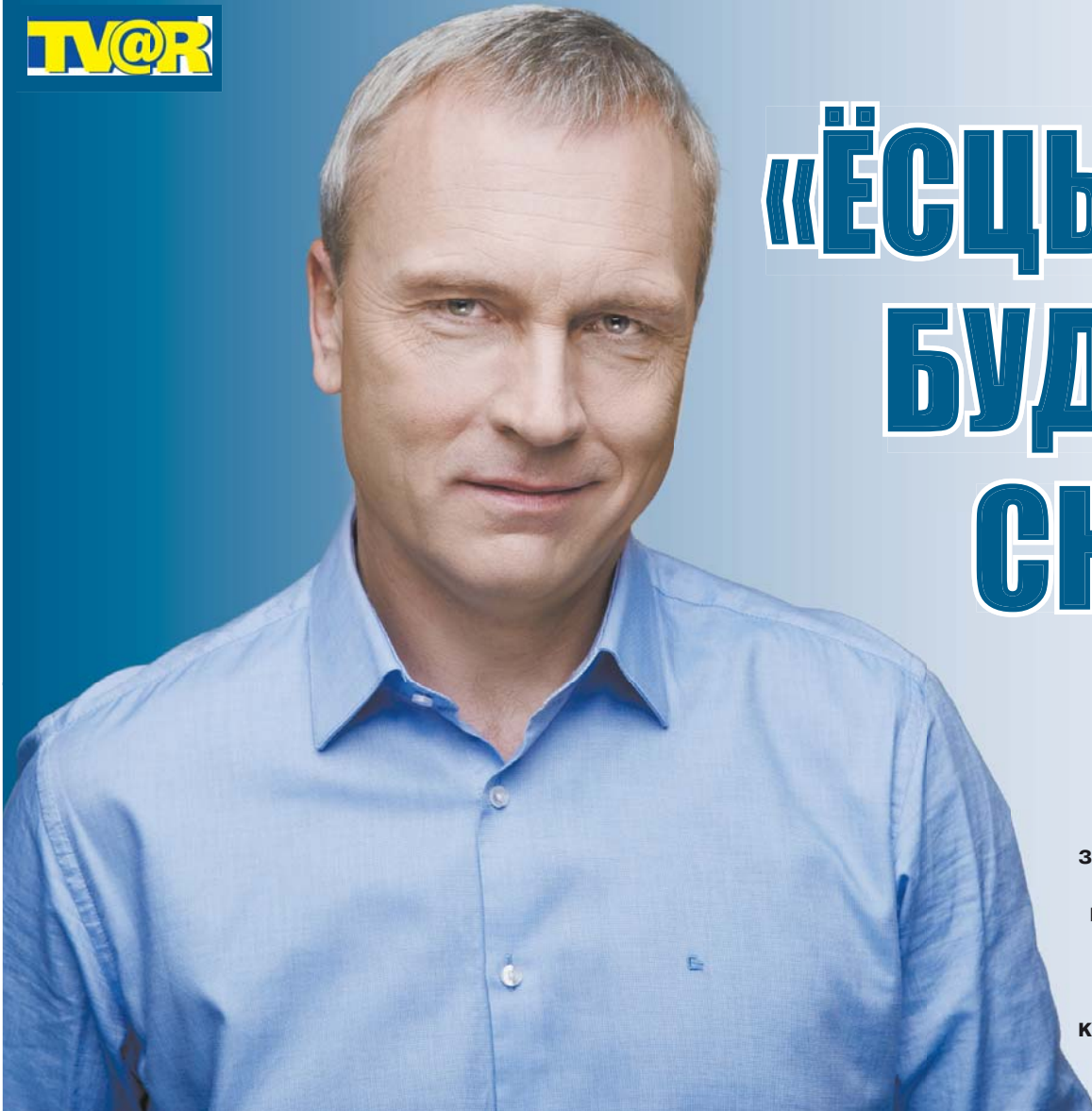


# «ЁСЦЬ ЧАЛАВЕК — БУДУЦЬ НАВІНА, СЮЖЭТ І ШОУ»



У тэлеканала «Сталічнае тэлебачанне» ёсць добрая традыцыя — у першы дзень новага года сустракаць дзень нараджэння. За 15 гадоў яго карэспандэнты праехалі 5 мільёнаў кіламетраў у пошуках інфармацыі, пабывалі на ўсіх кантынентах, знялі 135 тысяч сюжэтаў, сотні праграм і дзясяткі фільмаў. Пачыналася ўсё з вяртання адной праграмы навін па Мінску, а сёння творчы калектыў у некалькі соцень чалавек робіць выпускі навін, вядомыя шоу, аналітычныя, музычныя праекты, даступныя для прагляду глядачам Беларусі і ўсяму свету ў інтэрнэце. Скарыстаўшыся нагодай, мы завіталі ў гасці да генеральнага дырэктара СТБ Юрыя КАЗІЯТКА, каб даведацца, ці падрыхтаваны ў іх «залаты» запас кадраў, чым жыве цяпер тэлеканал, што дазваляе яму заставацца цікавым і канкурэнтаздольным.

— Сёлета тэлеканалу «Сталічнае тэлебачанне» споўнілася 15 гадоў. Для вас гэта...

— 1 студзеня 2001 года мы з'явіліся на беларускай тэлевізійнай прасторы. І вось святкуем юбілей, за чым можна назіраць увесь месяц у эфіры. Да ўзроўню вяртання на рэспубліку мы дараслі даўно, і хачу сказаць, што ў гэтым не толькі дасягненне каманды, якая пад маім кіраўніцтвам вось ужо дзесяцігоддзе робіць СТБ, але і заслуга маіх папярэднікаў — Рыгора Новікава, які ствараў «Сталічнае тэлебачанне» як гарадскі канал, Аляксандра Зімоўскага, які пачаў будаваць «вялікі карабель», а мы ў сваю чаргу надзьмулі ветразі і адправілі яго ў вялікае плаванне — за дзесяць гадоў мадыфікавалі і перайначылі, стварыўшы сапраўдную мадэль агульнанацыянальнага тэлебачання. Цяпер мы існуем у складзе холдынга, куды ўваходзяць СТБ і РТР-Беларусь. І дзякуючы лічбавому вяртання сёння нас можа глядзець уся краіна.

— Ваш калектыў — гэта каманда з пастаяннымі «гульцамі»?

— Калі мы гаворым пра адметныя праграмы, праекты любога тэлеканала, то варта памятаць, што яны зроблены людзьмі. І я ганаруся, што за апошнія дзесяць гадоў у нас створана ядро прафесійных тэлевізійных менеджараў. Гэта і Павел Караньскі, які курыруе праграму «Раніца. Студыя добрага настрою» і зрабіў уклад у стварэнне Нацыянальнай музычнай прэміі СТБ. Узгадаць варта і імя маладога кіраўніка Настасі Ганіевай, якая прадзюсіруе народнае шоу «Гарады, якія спяваюць». Ірына Рамбальская — наш генератар ідэй. Напярэдадні 15-годдзя яна прыдумала і зрабіла каляндар, дзе нашых вядучых мы можам убачыць у вобразах акцёраў (праект падмацаваны серыяй відэаролікаў у эфіры СТБ). Нельга не адзначыць імя такіх прафесіяналаў, як Людміла Кавалёва (яна 10 гадоў кіравала інфармацыйным вяртанням), Сяргей Новікаў (адзін з «зуброў» сярод тэлеаператараў, які мае адметную школу і вопыт стварэння шматлікіх праектаў). І гэты спіс можна працягнуць...

Калі казаць пра моладзь і яе жаданне ў нас працаваць, то мы заўсёды рады і студэнтам, і маладым журналістам. Да нас прыходзяць людзі розных прафесій, і, назіраючы ў іх жаданне паспрабаваць свае сілы ў тэлевізійнай журналістыцы, мы ўсім даем шанец. Напрыклад, Ігар Пазняк — яркі тэлеведучы і выдатны журналіст — па адукацыі настаўнік географіі. Ёсць у нас шэраг праектаў, якія мы выпускаем у тэлестудыі Інстытута журналістыкі. Ведаецца, у жыцці складваюцца розныя сітуацыі: нехта сыходзіць, у яго сціраецца дзіця, але ў нас заўсёды ёсць «залаты запас» — «маладыя ваўкі», якія імкнучыся праявіць сябе на справе. Яны перспектыўныя і хоць заўтра могуць запоўніць любы кадравы «прабел».

— Вы ў свой час працавалі ваенным журналістам. Ці дапамагае той вопыт вам як кіраўніку?

— Тэлебачанне — вельмі тэхналагічны працэс. І дысцыпліна, з якой у некаторых асацыюецца слова «ваенны», у нашай працы мае не менш важнае значэнне, чым творчасць. Я патрабую ад людзей дакладнасці і пунктуальнасці ў працоўным працэсе. Часам, магчыма, прымушаю вельмі скрупулёзна ставіцца да стварэння сюжэтаў, праграм. Разам з тым ніколі не ўмешваюся ў працэс, калі бачу, што ўсё зробіць правільна. Пры наяўнасці творчасці і крэатыўнага падыходу я давараю супрацоўнікам. Але, назіраючы адсутнасць ініцыятывы і разумеючы, што чалавека трэба штурхаць, падключаюся да працы.

— Калі параўнаць тэлежурналістыку ўчора і сёння — у чым розніца?

— У цэнтры журналістыкі, у тым ліку і тэлевізійнай, заўсёды былі і застаюцца галоўнымі цікавая інфармацыя і людзі. Калі мы, напрыклад, гаворым пра шоу, то нам хочацца бачыць вясёлых, разумных герояў і вядучага, які здольны развіваць сітуацыю. Адрозненне журналістыкі сучаснай бадай толькі ў тым, што з'яўляюцца новыя тэхналогіі, а сутнасць застаецца ранейшай. Усё проста, калі ёсць чалавек — будучы навіна, сюжэт і шоу.

— А ці з'яўляецца сёння прафесія журналіста прэстыжнай?

— У нашай краіне, я заўважыў, апошнім часам да прафесіі журналіста людзі ставяцца больш сур'ёзна. Хаця, згадайце, быў перыяд на пачатку 90-х, калі ўсё разбуралася на вачах, узнікла палітычнае супрацьстаянне ў грамадстве... І, безумоўна, у тых умовах прафесія журналіста, перш за ўсё журналіста дзяржаўных СМІ, падвяргалася кампраматацыі. Сёння таксама ёсць СМІ рознай накіраванасці і дзве журналісцкія арганізацыі — як клубы па палітычных інтарэсах, на жаль... Але ўжо адсутнічае былое процістаянне, і грамадства разумее, што журналіст — патрэбная прафесія. Тым больш у Беларусі ёсць выбар на рынку інфармацыі — чытайце тых, каму больш давораецца. А для нас галоўнае — здабываць і даносіць дакладную інфармацыю.

«У тэлебачання ёсць розныя місіі, і адна з іх — раскаваць людзям не толькі пра становаўчыя, але і адмоўныя падзеі ў нашым жыцці».

— Як «Сталічнаму тэлебачанню» ўдаецца пры цяперашняй разнастайнасці тэлеканалаў не страціць глядача?

— Кожны тэлеканал, як і чалавек, мае свой твар, свой характар. Мы, напрыклад, не авантурысты, але вельмі азартныя. У многіх нашых праграмах прысутнічае элемент канкурэнцыі. У праграме «Гарады, якія спяваюць» — гэта конкурс галасоў і артыстычнасці, інтэлектуальнае шоу «Разумней не прыдумаеш» з Міхаілам Марфіным дапамагае вызначыць самых разумных. А калі кажам пра навіны, то там заахоўваем людзей, якія не проста зрабілі добры рэпартаж, а яшчэ і хутчэй за іншых здабылі інфармацыю...

На жаль, сёння ў нас на тэлевізійным рынку адсутнічае якаснае тэлевымярэнне, таму мы не заўсёды ведаем заплыты аўдыторыі дакладна. І часам даводзіцца працаваць інтуітыўна. Але мы прапануем сваім глядачам выбар: інфармацыю, шоу,

музычныя праекты і якасны кінапаказ. Імкнемся захоўваць густ да сапраўдных каштоўнасцяў у аўдыторыі.

— Канкурэнцыя сярод беларускіх тэлеканалаў адчувальная?

— У любой краіне тэлеканалы падобныя паміж сабой. У першую чаргу, калі гаворым пра навіны. Варта паглядзець тое ж амерыканскае тэлебачанне, і мы заўважым, што там у большасці навіны з рэгіёнаў, якія ўваходзяць у сферу ўплыву гэтай дзяржавы, з Сірыі, з Ірака. Еўрапейскія тэлеканалы жуоць тэму бежанцаў. Для Расіі цяпер галоўныя тэмы ІДІЛ і Украіны. У беларускіх тэлеканалаў крыху іншая географія. Але мы ўсё падпадаем пад уплыў агульнай інфармацыйнай прасторы. Канкурэнцыя, безумоўна, прысутнічае, усе ж у адным катле варымся. Нашы журналісты глядзяць, як зрабілі рэпартаж іх калегі на іншым тэлеканале, а там таксама адсочваюць нашу працу, і кожны з нас імкнецца зрабіць свой прадукт лепшым. І беларускія тэлеканалы настолькі ж падобныя, як, напрыклад, нямецкія альбо французскія тэлеканалы. А калі нехта з доляй снабізму заўважае, што «ўсё гэта — адно БТ», значыць у Беларусі сфарміравалася нацыянальнае тэлебачанне, якое мае свой адметны почырк.

— У кожнага СМІ ёсць свая рэдакцыйная палітыка. Ці заўсёды ў працы ўдаецца вытрымліваць раўнавагу паміж ёю і творчай свабодай журналістаў?

— Мы падпарадкоўваемся толькі закону, нацыянальным інтарэсам і здароваму сэнсу. А журналісты, якія хочучы сябе праявіць, заўсёды могуць гэта зрабіць. Ініцыятыва ў нас вітаецца. Калі разумеем, што журналіст жадае раскаваць пра нейкія значныя падзеі і факты, то ён мае быць і будзе пачутым. Напрыклад, тэлефануе чалавек на «гарачую лінію», агучвае праблему, мы правяраем факты і, калі яны адпавядаюць рэчаіснасці, выдаём сюжэт у эфір. Я думаю, любы нармальны кіраўнік успрыме канструктыўную крытыку з разуменнем і возьме на заўвагу. Такія сітуацыі дапамагаюць працаваць і таксама дысцыплінуюць тых, хто

імкнецца ўтаіць нейкую інфармацыю ад грамадскасці і свайго начальства. У тэлебачання ёсць розныя місіі, і адна з іх — раскаваць людзям не толькі пра становаўчыя, але і адмоўныя падзеі ў нашым жыцці. Змяняць сітуацыю да лепшага, уплываючы, у тым ліку, і на ўладу.

— Ці будзеце радаваць сваіх глядачоў новымі праектамі ў юбілейным годзе? І ці варта чакаць у эфіры працягу любімых праграм, шоу?

— Цяпер няпростыя эканамічныя часы, у тым ліку і ў нашага тэлеканала. Як вядома, асноўны наш заробак — гэта рэклама, а рэкламны рынак скараціўся амаль удвая. Таму мы сёння шукаем і абдумваем варыянты існавання ў новых умовах. Але ні ў якім разе гэта не адаб'ецца на тым, што прапануем сваім глядачам. Не пагоршыцца якасць інфармацыйнага вяртання, працягнем працу над нашымі ключавымі праектамі. Напрыклад, мы заўсёды імкнуліся распавадаць пра падзеі не толькі ў Беларусі, але і за яе межамі. І працягнем гэта рабіць у праграмах «Карціна свету» на РТР-Беларусь і «Іншая краіна» на СТБ. Прычым іншыя краіны, з якімі Беларусь наладжвае адносіны і разглядае ў якасці новых рынкаў для сваіх тавараў, наш глядач бачыць не вачыма брытанца ці расійскага журналіста, а беларуса. Атрымае развіццё і ток-шоу «Што адбываецца?» з Ягорам Хрусталёвым на РТР-Беларусь. Плануем запусціць у эфір эканамічныя навіны, каб дапамагчы беларусам лепш арыентавацца ў эканамічным асяроддзі, фарміраваць свой бюджэт і размяркоўваць даходы. У планах — зняць кіно. Не камерцыйнае для пракату, а тэлевізійны фільм пра разнастайнасць і ўнікальнасць нашых людзей, традыцыі і звычкі, выстраіўшы цікавую сюжэтную лінію. Калі, вядома, дазволіць фінансавыя ўмовы. На чарзе і новы сезон праекта «Гарады, якія спяваюць», бо шоу палюбілі ва ўсіх рэгіёнах нашай краіны. І гэта добры прыклад праяўлення «маленькага» патрыятызму, на лакальным узроўні, які таксама патрэбен. Таму што з маленькага складваецца ўсё вялікае.