

Наталля МАРЫНАВА:

## «Я НЕ ЧАКАЮ, ШТО БУДЗЕ ЛЁГКА»

Тэлеканал «Беларусь 2» мае сваю нішу, арыентуючыся пераважна на маладзёжную аўдыторыю.

Не менш важна і тое, што амаль усе праекты тут ствараюцца маладымі і крэатыўнымі людзьмі. «Пін-код», «Рэпарцёр», «Зразумець і абясшкодзіць», рэаліці-шоу «Панаехалі» — выбар шырокі для любога тэлевізійнага гурмана. А нядаўна адбылося прыемнае — у тэлеканала з'явілася свая студыя. Мы сустрэліся з дырэктарам «Беларусь 2» Наталляй МАРЫНАВАЙ, каб даведацца, як гэта паўплывае на лёс праграм тэлеканала.

— Наталля Васільеўна, напрыканцы лістапада ў вас адбылося наваселле — свая студыя. Якіх перамен варта чакаць, улічваючы, што магчымасцей стала больш?

— З'яўленне студыі — гэта адзін з этапаў развіцця тэлеканала «Беларусь 2». На пачатку новага сезона мы змянілі графічнае афармленне, студыя — проста наступны крок. Але сама па сабе яна — гэта проста сцены. Без таленавітай творчай групы, якая зможа там працаваць, не будзе ніякага выніку. Рыхтуючыся да новага сезона і ствараючы знешнюю карцінку, мы працавалі і над складам творчых груп. У штаце тэлеканала з'явіліся таленавітыя маладыя людзі з Акадэміі мастацтваў.

Напрыклад, адна з задач новага праекта «Пін-код» накіравана на заахвочванне маладых рэжысёраў, рэдактараў, журналістаў. Студыя — гэта пляцоўка для рэалізацыі задуманага. Мы можам назіраць, як ужо выходзяць адтуль праекты «Тэлераніца» і «Рэпарцёр». Тое, што цяпер маем сваю тэрыторыю, — вялікі плюс з эканамічнага і творчага пунктаў гледжання. Многія тэлеканалы ва ўсім свеце ідуць шляхам найменшых укладаў у студыйнае афармленне. І мы, як тэлеканал, арыентаваны на маладзёжную аўдыторыю, стараліся рабіць лёгкую студыю, якая дазваляла б ствараць не толькі агульную стылістыку, але і распрацоўваць «індывідуальнасць» для кожнай праграмы. Хаця мяркую, што для тэлегледача сёння больш важны творчы складнік таго ці іншага праекта.

Тэлебачанне — гэта такі ж бізнес, як і любы іншы. Ёсць пэўная сацыяльная задача, якую мы выконваем. Але нельга не ўлічваць правілы рынку, дзе мы павінны зарабляць, каб існаваць.

Вядома, мы не будзем працаваць толькі ў гэтым здымачным павільёне. Бо існуе шэраг ідэй, якія будуць рэалізоўвацца, як кажуць, на натуре.

— Што самае складанае, калі кіруеш калектывам крэатыўных маладых людзей?

— Мне здаецца, калі ў калектыве ўсё гладка і ўсе з усім пагаджаюцца — гэта альбо хлусня, альбо камандзе проста не цікава, што ад-

бываецца. Людзі творчыя ў любым выпадку асобы з амбіцыямі. І я, шчыра скажу, не хачу бачыць на «Беларусь 2» абыякавых супрацоўнікаў. Таму мне заўсёды прыемна назіраць, як любяць ідэі, незалежна ад таго, хто іх прапаноўвае, у нас актыўна абмяркоўваюцца. Я заўсёды кажу: «Зараз мы сабраліся тут, каб выслухаць адно аднаго, паспрацаваць, але прыняць рашэнне, з якім будзе згодны кожны».

Толькі такім чынам творчы патэнцыял можна сабраць і рэалізаваць любую ідэю на экране. Тэлебачанне — працэс працэс, дзе задзейнічаны розныя структуры Белтэлерадыёкампаніі. І калі творчыя спрэчкі будуць адбывацца непасрэдна на здымачнай пляцоўцы, то працэс вытворчасці будзе няправільным. Улічваючы спецыфіку нашай працы, я не чакаю, што будзе проста. І больш за тое, не хацела б такога.

— На «Беларусь 2» ёсць праект «Хачу ў тэлевізар», які з'яўляецца шанцам паказаць сябе для тых, хто марыць працаваць на тэлебачанні. Які чалавек можа прэтэндаваць на месца ў камандзе вашага тэлеканала?

— У нас працягвае выходзіць 5-хвілінны фармат праекта «Хачу ў тэлевізар». Мы маем прыклады канкрэтных людзей, якім ён дапамог паказаць сябе. Адтуль нашы вядучыя браты Насыравы, пераможца першага рэаліці-шоу Герман Малышчыцкі (зараз працуе ў штаце асістэнтам рэжысёра). У той жа праграме «Пін-код» з'явіліся новыя твары, хаця запускаралі праект мы з ужо вядомымі вядучымі. І ў якасці карэспандэнтаў з намі супрацоўнічаюць маладыя людзі з «Хачу ў тэлевізар».

Мы не проста так робім усе тыя 5-хвілінныя ролікі, а адсочваем цікавых прэтэндэнтаў. Таксама хачу супакоіць тых, хто пакуль не трапіў на праграмы ў якасці вядучых. Мы плануем рабіць другі сезон рэаліці-шоу «Хачу ў тэлевізар». Таму ў вас яшчэ будзе шанец прайсці навучанне прафесіі ў нашай тэлевізійнай студыі, а пераможца гарантавана атрымае прапанову працаваць у штаце «Беларусь 2».



наехалі». Ці лічыце праект удалым і калі варта чакаць працягу?

— Няхай гэта нясціпла, але праект «Панаехалі» з'яўляецца ўдалай спробай стварэння рэаліці-шоу беларускімі вытворцамі. Хоць у нас і былі страхі перад запускам, як прыме гэтую гісторыю наш глядач. А цяпер аўдыторыя чакае працягу. І доля праглядаў у «Панаехалі» высокая. Праграма знайшла сваё месца ў сетцы вясчання. 5 снежня мы ўжо даведаемся імя пераможцы, якога выберуць тэлегледачы з трох фіналістаў. У нас многія пытаюцца, дзе мы знайшлі такіх герояў. Яны ў нас рэальныя! І гэтыя маладыя людзі шчырыя ў тым, як успрымаюць сучаснае жыццё. Мабыць, у гэтым і хаваецца сакрэт поспеху рэаліці-шоу. Самі героі адзначаюць, што яны змяніліся за час удзелу ў праекце.

Таму і працягу яго варта чакаць. Праўда, мы да апошняга моманту не раскрываем месца, дзе апынуцца ўдзельнікі новага сезона. Здымкі, думаю, творчая група пачне ўжо вясной, каб у наступным сезоне мы зноў былі ў эфіры. Кастынг правядзём на пачатку 2016 года.

— У сетцы вясчання ў вас прысутнічаюць таксама расійскія серыялы, папулярныя праекты кшталту «Бітва экстрасэнсаў». Якім чынам іх выбіраеце?

— Мы вывучаем тэлевізійны рынак. Глядзім на папулярнасць таго ці іншага кантэнту ў аўдыторыі іншых краін. Таксама ўлічваецца і кошт, бо важна, ці будзе праект акупляць сябе. Тэлебачанне — гэта такі ж бізнес, як і любы іншы. Ёсць пэўная сацыяльная задача, якую мы выконваем.

Але нельга не ўлічваць правілы рынку, дзе мы павінны зарабляць, каб існаваць. Напрыклад, ёсць замежны серыял «Косці», які ўваходзіць у дзясятку найлепшых па рэйтынггах пошукавых сістэм у інтэрнэце. Але аказалася, што нашы тэлегледачы з большай цікавасцю глядзяць «Не нарадзіся прыгожай». Таму мы, вывучаючы ўсе гэтыя моманты, зразумела, недзе рызыкуем. Але без гэтага не бывае. Рызыка — таксама рашэнне, якое трэба прыняць. Як адраагу на яго аўдыторыя — з'ява непрадказальная.

Праект «Панаехалі» з'яўляецца ўдалай спробай стварэння рэаліці-шоу беларускімі вытворцамі. Хоць у нас і былі страхі перад запускам, як прыме гэтую гісторыю наш глядач.

— «Беларусь 2» пазіцыянуе сябе як тэлеканал для моладзі. І ён — прыклад аб'яднання забяўляльнага кантэнту і карыснай інфармацыі. Што дапамагае трымаць тут раўнавагу?

— Мы вырашылі, што для таго, каб заняць сваю нішу ў тэлевізійнай прасторы, мы робім ухіль на забяўляльныя праекты, але з акцэнтам на карыснасць.

Проста так жартаваць на тэмы, «ніжэйшыя за пояс» і такім чынам звяртаць на сябе ўвагу аўдыторыі мы не будзем. У нас ёсць іншыя магчымасці, каб годна выглядаць на тэлевізійным рынку і даносіць да маладзёжнай аўдыторыі нейкія ісціны, якія застаюцца не пачутымі, калі іх казаць пафасна, седзячы за сталом. Таму мы імкнемся вельмі акуратна забяўляць і ў той жа час нагадваць пра тое, што жыццё наша не толькі з гэтага складаецца.

Алена ДРАПКО. drapko@vziazda.by

Што тычыцца характарыстыкі вядучага, якога хацелася б бачыць на экране, то тут, напэўна, галоўнае ўлічваць погляды аўдыторыі, на якую мы разлічваем. Людзі часта жадаюць бачыць саміх сябе на экране. Калі мы гаворым пра моладзь, то ёй важна быць у кампаніі тых, хто, як і большасць маладых людзей, вучыцца, вырашае нейкія жыццёвыя пытанні, шукае свой шлях. Мы хочам быць сумленнымі ў адносінах са сваёй аўдыторыяй.

— На ваш погляд, тэлебачанне многіх маладых прываблівае магчымасцю адчуць уласную папулярнасць?

— Першапрычына такога выбару ў тых, хто адбыўся ў нейкай іншай прафесіі і прыйшоў сюды, — у наяўнасці здаровых амбіцый. Для многіх тэлебачанне нібы гісторыя пра Папялушку, і яны прыходзяць, разлічваючы, што нават нядоўгае з'яўленне на экране зменіць іх жыццё да лепшага.

Аднак тут, як і ў любым іншым месцы, трэба працаваць. І займацца тэлевізійнай дзейнасцю людзі пачынаюць, прайшоўшы пэўную прафесійную падрыхтоўку. Хаця бываюць і выключэнні, калі таленты прыходзяць «з вуліцы» і знаходзяць тут сваё месца. Але такія выпадкі адзінаквыя. А вось жаданне быць папулярнымі — рэч распаўсюджаная. Аднак не кожны гатовы траціць на дасягненне мэтай шмат часу. А без гэтага на тэлебачанні не дамагчыся поспеху ў прафесіі.

— Восенню на вашым тэлеканале стартвала рэаліці-шоу «Па-

УП «Мінская волна»  
220039, г. Мінск, вул. Чкалава, д. 5  
Рэкламная служба: (017) 228-13-44  
e-mail: reklama@mvolna.by  
www.mvolna.by

радио

97,4 FM - Мінск, Лагойск, Смалевічы, Жодзіна  
102,6 FM - Крупкі  
104,2 FM - Барысаў  
104,8 FM - Камуль, Струбычы, Насайны, Клецк, Баранавічы  
105,3 FM - Салігорск, Стуня, Любань  
105,6 FM - Старая Дарога  
107,4 FM - Вілейка, Баранавічы

там, дзе ты...

ПІШАМ ПРА ТОЕ, ШТО САПРАЎДЫ ВАЖНА  
5 разоў на тыдзень!

Ідзе падпіска на «Звязду» на I квартал 2016 года!

Падпіска на газету можна ў любым аддзяленні паштовай сувязі; з дапамогай аплатна-даведачнага тэрмінала РУП «Белпошта»; праз сістэму «інтэрнэт-падпіска» на сайце www.belpost.by; у кіёсках «Белсаюздрука»; у паштальёнаў.

Падпіска, дарэчы, можа стаць добрым падарункам для вашых родных і блізкіх, для вашых сяброў.

ЗВЯЗДА

Да чытача з лобую!