

ЖУРНАЛИСТ

№ 2 (41) 2019



EMPHASIS
ENGLISH VERSION
PAGE 24

ВЛАДИМИР ПЕРЦОВ:

**«"МИР" МЕНЯЕТСЯ ВМЕСТЕ
С МИРОМ»**

СТР. 14



Слонім запрашае на Дзень беларускага пісьменства!

Штогод на свята збіраюцца тысячы гасцей
з усёй Беларусі і замежжа.

Напярэдадні свята пройдучь:

- Міжнародны круглы стол з удзелам замежных літаратараў
- Фінал Рэспубліканскага конкурсу юных чытальнікаў «Жывая класіка»
- Навукова-практычная канферэнцыя «Слонімскія чытанні»

1 верасня вас чакаюць:

- Урачыстая цырымонія адкрыцця свята
- Выступленні артыстаў беларускай эстрады
- Цырымонія ўручэння Нацыянальнай літаратурнай прэміі
- Фестываль кнігі і прэсы
- Пляцоўкі мастакоў і майстроў народнай творчасці
- Выставачныя экспазіцыі музеяў і бібліятэк
- Забавы для дзяцей



ЖУРНАЛИСТ

Общественно-политический, производственно-практический, научно-практический и научно-популярный журнал
№ 2 (41) 2019

Учредители:

Министерство информации
Республики Беларусь
ОО «Белорусский союз журналистов»

Регистрационный № 1172

Министерства информации
Республики Беларусь

И. о. главного редактора

Каплун Екатерина Вячеславовна

Редакционная коллегия:

Акулович Ирина Борисовна
Беспалый Сергей Михайлович
Жук Дмитрий Александрович
Карлюкевич Александр Николаевич
Легкий Павел Николаевич
Лемешенок Анатолий Иванович
Соколов Игорь Николаевич
Эйсмонт Иван Михайлович

Издатель

РУП «Дом прессы»
(ул. Б. Хмельницкого, 10а, г. Минск, 220013),
ЛИ № 02330/0494348

Адрес редакции:

ул. Б. Хмельницкого, 10а, г. Минск, 220013,
тел: (+375 17) 287-17-06,
e-mail: zhurnal.zhurnalist@list.ru

Условия издания:

Рукописи не рецензируются и по почте не возвращаются. Редакция вступает в переписку с автором по своему усмотрению. Авторы публикаций несут ответственность за достоверность фактов и использование сведений, не подлежащих разглашению. Редакция не несет ответственности за содержание и авторский оформительский стиль рекламных объявлений. Редакция обладает исключительными правами на использование аналитических материалов, опубликованных в журнале. Воспроизведение материалов без письменного разрешения редакции запрещено.

Индексы издания:

74860 (для индивидуальных подписчиков)
748602 (для предприятий и организаций)

Отпечатано

Типография «Аквадель Принт»
ООО «Промкомплекс»,
ул. Радиальная, 40-202, 220070, Минск.
УНП 101282916. ЛП 02330/78 от 03.03.2014.
Свидетельство о ГРИИРПИ № 2/16
от 21.11.2013 г.
Заказ № 0644/19 от 06.08.2019.

Тираж 400 экз.

АКТУАЛЬНО

Региональные СМИ
в эпоху перемен:
как научиться жить
в «цифре»? 2

СОТРУДНИЧЕСТВО

Льняные нити
в Шелковом пути 7

МЕДИАСФЕРА

Конкурентов нет –
есть коллеги 11

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

Владимир Перцов:
«"МИР" меняется вместе
с миром» 14

КОНСПЕКТ

Журналист – партнер
государства и бизнеса 18

ДИНАСТИЯ

Дед и внук – газетчики 21

EMPHASIS

24

ОПРОС

26

ЗА КАДРОМ

Екатерина Забенько:
«Современный телеведущий –
это журналист» 28

КОМПЕТЕНТНО

«Молодые журналисты
не дают покоя» 32

ЕСТЬ МНЕНИЕ

Прибыльный сайт районной
газеты – это реально 35

Геннадий Давыдко:

«Мы формируем кадровый
потенциал нашего будущего» 38

РЕГИОН

Инициативу рождает
«районка». Проект теплоты
и доброты 40

ЕСТЬ ПОВОД

Культура в поиске
новых форм 42

ПЕРСОНА

«Калі хочаш пазнаць народ –
пачні з гісторыі» 46



Александр Градюшко

ПЕЧАТНЫЕ СМИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ СТРЕМЯТСЯ НАЙТИ СВОЕ МЕСТО В БЫСТРО МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ. НАСТУПИЛ ВЕК «ЦИФРЫ». ДЛЯ ВСЕХ УЧАСТНИКОВ МЕДИАРЫНКА СОВЕРШЕННО ОЧЕВИДНО, ЧТО МЕДИАИНДУСТРИЯ ЗАМЕТНО И МАСШТАБНО ТРАНСФОРМИРУЕТСЯ. ЭТИ ТЕНДЕНЦИИ ОТЧЕТЛИВО ВИДНЫ НЕ ТОЛЬКО НА РЕСПУБЛИКАНСКОМ УРОВНЕ, НО И НА ЛОКАЛЬНОМ.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ СМИ В ЭПОХУ ПЕРЕМЕН: КАК НАУЧИТЬСЯ ЖИТЬ В «ЦИФРЕ»?

В стране насчитывается 136 государственных региональных газет. Прошло уже около 10 лет с тех пор, как у них появились сайты. Каждое районное СМИ не первый год представлено в соцсетях.

Как же влияют цифровые технологии на районные СМИ? Способны ли государственные медиа сформировать вокруг себя лояльное сообщество? С какими проблемами сталкиваются журналисты в digital-пространстве?

По инициативе Министерства информации в 2018–2019 гг. факультет журналистики БГУ проводит масштабный научно-исследовательский проект. Перед учеными ведущего вуза страны поставлена прагматичная задача – разработать стратегию присутствия региональных СМИ в цифровой среде.

Скорость и динамика перемен заставляет нас не только анализировать происходящее, но и думать о будущем. Важно знать, какие изменения нужны в дистрибуции контента, в организации редакции, в оценке эффективности работы журналистов. Надо уже сейчас задумываться о новых моделях монетизации, мультимедийных форматах, подготовке и повышении квалификации кадров.

При помощи специалистов индустрии – главных редакторов, их заместителей, медиаменеджеров, экспертов – мы пытаемся найти ответы на вопросы, стоящие перед региональными СМИ в цифровом мире.

Во-первых, в апреле – сентябре 2018 года мы провели анкетирование руководителей региональных медиа во всех областях страны. Была составлена анкета,

содержащая 34 вопроса. Ее предлагалось заполнить участникам семинаров «Региональные издания в современном медиапространстве». Заполненные анкеты сдали 85 человек.

Во-вторых, в феврале – марте 2019-го нами было проведено 56 пилотажных экспертных интервью с руководителями региональных СМИ, которые в Минске проходили повышение квалификации по программам «Универсальные компетенции главного редактора» и «Совершенствование профессиональных компетенций редакторов», а также в ходе личных бесед с представителями медиаиндустрии.

Представляем некоторые результаты этого исследования.

БОЛЬШЕ ЧЕМ САЙТ

По мнению опрошенных нами белорусских медиаэкспертов, работа редакции в цифровой среде радикально трансформировалась. Мы задали респондентам вопрос: «Влияют ли новые технологии на журналистскую профессию?». Большинство участников опроса (50,6 %) сошлись во мнении, что труд журналиста в редакции изменился кардинально, 48,2 % посчитали, что новые технологии лишь отчасти влияют на журналистику. Только один главный редактор отметил, что в основном процесс создания публикаций остался прежним.

Для успешной работы в цифровой среде многим редакциям региональных СМИ пришлось перестроить свою структуру, модернизировать дизайн сайтов, изменить систему планирования, организацию рабочего времени, разработать новую систему материального стимулирования сотрудников. Как показало наше исследование, сегодня многие региональные СМИ превратились в самостоятельные мультимедийные ресурсы со значительной долей контента, который создается специально для сайтов и соцсетей. Причем эта работа ведется непрерывно – 24 часа в сутки семь дней в неделю.

«В последние два года нам пришлось достаточно плотно заняться работой в интернете, – делится опытом главный редактор газеты «Драгічынскі веснік» Геннадий Деюн. – Причиной тому стала конкуренция со стороны частных медиаресурсов. Речь идет не только о сайтах, но и о сообществах в соцсетях. В течение 2018 года аудитория нашего сайта drogichin.by увеличилась с 350 до 1200 уникальных посетителей в сутки. Сегодня на 70–80 % интернет-версия дублирует печатную. Мы стараемся от этого уходить. На сайте работаем в новостном режиме. А крупные журналистские формы остаются для газеты.

Проблема в том, что, развивая сайт, мы создаем внутреннюю конкуренцию между печатной версией и «цифрой». Мы понимаем, что за интернет-версией будущее. Активно работаем и в соцсетях. Договорились о партнерстве с крупнейшим сообществом города «Наш Дрогичин». Они размещают наши новости на своей странице «ВКонтакте». Но не стоит забывать о том, что сегодня газета – это основной источник нашего финансового благополучия».

«Коллеги говорят, что, размещая много материалов на сайте, мы рискуем остаться без подписного тиража. В нашем регионе такой тенденции нет, – не соглашается редактор газеты «Шлях перамогі» (г. Вилейка) Сергей Гончар. – Сайт у нас живет своей жизнью, газета – своей. Медиарынок города очень насыщен. Есть два негосударственных региональных портала, а также четыре крупных сообщества в соцсетях. В среднем аудитория нашего сайта составляет более 1300 уникальных посетителей в сутки. Это один из самых высоких показателей среди региональных СМИ Минской области.

По статистике, основная доля переходов на сайт peramoga.by – из «Одноклассников». Там сформировалась наиболее лояльная аудитория. Стараемся оперативно размещать на сайте информацию о различных происшествиях. Налажены контакты с милицией, МЧС. В этом плане мы опережаем другие городские ресурсы. В редакции сайтом занимается отдельный человек, который также отвечает за соцсети. В целом не ошибусь, если скажу, что в сознании многих жителей Вилейки газета и сайт – это разные вещи».

«Сайт мы расцениваем не как придаток к газете, а как самостоятельную площадку, – подчеркивает главный редактор газеты «Браслаўская звезда» (г. Браслав) Вячеслав Колодынский. – Опасались, что рухнет тираж. Этого не произошло. Аудитории разные. Сайт ведет отдельный человек – редактор интернет-ресурса. Он же занимается соцсетями. Но материалы на сайте обычно размещаем после того, как они опубликованы в газете. Если срочная новость, сразу выставляем ее на сайт».

КОНТЕНТ ОДИН, ПЛАТФОРМ МНОГО

Представляет интерес также ответ медиаменеджеров на вопрос «Готовятся ли материалы специально для сайта?». Как показало анкетирование, так обстоит дело в 68,2 % редакций. Все остальные региональные СМИ все еще не воспринимают сайты всерьез, размещая на них газетный контент. Правда, в этом случае чаще всего меняются заголовки, иногда добавляется несколько фото, а текст, как правило, остается прежним.

Принципиальным для нашего исследования был вопрос «Есть ли в редакции специальная должность, связанная с подготовкой публикаций для сайта?». Выяснилось следующее. В 20 % случаев этим занимается оператор компьютерного набора и верстки. Чаще всего такая работа дополнительно не оплачивается или выполняется за небольшую премию. В 45,9 % редакций на сайте работает один выделенный специалист. Это или редактор интернет-ресурса (чисто техническая должность), или заведующий отделом интернет-ресурса. Второй вариант более выгоден в финансовом плане. Наконец, в 15,3 % случаев журналисты сами имеют возможность размещать контент на сайте.

Последний вариант наиболее предпочтителен. В идеале каждому журналисту надо уметь создавать контент для различных платформ (сайт, соцсети, газета). Причем для каждой из них материал надо

Для успешной работы в цифровой среде многим редакциям региональных СМИ пришлось перестроить свою структуру, модернизировать дизайн сайтов, изменить систему планирования, организацию рабочего времени, разработать новую систему материального стимулирования сотрудников. Как показало наше исследование, сегодня многие региональные СМИ превратились в самостоятельные мультимедийные ресурсы со значительной долей контента, который создается специально для сайтов и соцсетей

«переупаковывать» по-разному. По такому пути пошли все ведущие зарубежные СМИ. Сегодня мало создать в редакции отдел интернет-версии. Ведь все остальные авторы по-прежнему будут писать в газету. Каждому журналисту надо стать мультимедийным. Однако людей, которые всю жизнь писали материалы для печатной версии, тяжело заставить пользоваться цифровыми технологиями.

«Для успешного существования редакциям надо переходить на мультимедийный формат, – отметил главный редактор газеты "Комсомольская правда" Владимир Сунгоркин во время выступления на конференции "Журналистика в 2018 году" на журфаке МГУ. – Мы первая в России мультимедийная редакция. У нас на всех платформах "орудует" ровно один и тот же человек. Информационный продукт, произведенный им, размещается на разных медийных площадках».

По мнению опрошенных в ходе исследования главных редакторов белорусских региональных СМИ, в цифровой среде надо совсем иначе выстраивать организацию работы. При ответе на вопрос «Какие неотложные изменения необходимы в структуре вашей редакции?» респонденты единодушно согласились с тем, что требуется создание полноценного отдела по работе с сайтом и соцсетями (в количестве не менее 2–3 человек). «Предусмотреть возможность ответственным за интернет-ресурс заниматься главным образом своим делом», «платить гонорар журналистам за материалы, созданные специально для сайта», «нужен сотрудник, который занимался бы видео» – так считают опрошенные нами респонденты.

«Делать одновременно сайт и газету непросто, особенно в том случае, если контент на разных платформах отличается, – отмечает главный редактор газеты "Новы дзень" (г. Жлобин) Галина Мельникова. – У нас один из наиболее посещаемых веб-ресурсов в области, более 8500 уникальных посетителей в сутки. Сайт востребован в городе, но немного консервативен. Не всегда хватает технических навыков, чтобы реализовать все задуманное. И еще одна проблема. Текст для сайта требует редакторской вычитки, стилистической обработки. В отличие от газеты, в этом случае надо делать все более оперативно. В общем, большая ответственность».

МЕДИА КАК СООБЩЕСТВО

Профессия журналиста сегодня оказалась под ударом цифровизации. До предела обострилась конкуренция за время и внимание аудитории с социальными сетями, поисковыми системами, агрегаторами новостей. В этом контексте миссией региональных медиа становится уже не столько информирование аудитории, сколько увеличение ее лояльности, формирование комьюнити. Что на сей счет думают руководители региональных СМИ?

«Мы стараемся конкурировать с другими сайтами по скорости подачи новостей, – делится опытом главный редактор газеты "Гродзенская праўда" Лилия Новицкая. – Затем начинаем инициировать комментарии в соцсетях. Вызываем читателей на разговор. Такая активность поощряется гонорарами. Если материал вызвал много откликов читателей, журналист за него получит больше. Стараемся также экспериментировать с заголовками, различными мультимедийными форматами».

«Посещаемость нашего сайта polymia.by за семь лет выросла с 50 до 1200 уникальных посетителей в сутки, – рассказывает главный редактор газеты "Полымя" (г.п. Кореличи) Инна Лейко. – Хотя район у нас небольшой – 19.000 жителей. На сайте работают все журналисты редакции. Как мы привлекаем читателей? Если проходит какое-то мероприятие, на сайте сразу же размещаем фото- и видеорепортаж, пишем текст, который постоянно дополняем. Люди знают, что мы работаем оперативно. Ждут фото, потом скачивают их себе. Такие материалы получают множество положительных отзывов в соцсетях, больше тысячи просмотров на сайте.

Для этого надо очень много работать. Мы много пишем об интересных людях. Истории простых людей позволяют увеличить аудиторию без хайпа и криминала. Читатели всегда ждут материалы нашего проекта "Невозможное возможно". Пишем о людях с инвалидностью, у которых есть непреодолимая жажда жизни, о тех, кто оказался в сложной ситуации. Популярны также фотопроекты, авторские колонки, фотоконкурсы, голосования. Считаю, мы создали лояльное комьюнити как на сайте, так и в соцсетях».

Подчеркнем тот факт, что именно журналистам Гродненской области удастся наиболее успешно ответить на вызовы цифровизации. В 2016 году на Гродненщине был создан инновационный медийный кластер.

Для журналистов региональных СМИ часто организуются различные семинары, тренинги.

«В нашей редакции за digital-направление отвечает отдельный человек, – говорит главный редактор газеты "Ашмянскі веснік" (г. Ошмяны) Людмила Рыбик. – Кроме сайта, он ведет основную массу соцсетей. Также снимает видео. На наш YouTube-канал в 2019 году было загружено около 100 видеосюжетов. Каждый из них набирает от 300 до 1000 просмотров. Как и в других редакциях области, у нас есть квадрокоптер. С его помощью, например, недавно снимали салют на День Независимости».

Проведенное нами анкетирование, кстати, подтвердило тот факт, что требования к профессиональным навыкам и компетенциям журналиста значительно возрастают. На вопрос «Какие новые технологии используются на вашем сайте?» были получены следующие ответы: «видеосюжеты», «интерактивные тесты и игры», «лонгриды», «инфографика». Именно видеоконтент, по мнению 64,7 % опрошенных респондентов, будет стратегически важным форматом для редакций в ближайшие два-три года. На второе место медиаменеджеры поставили фото и слайд-шоу (54,1 %). Редакции также планируют развивать стримы, аудиоподкасты и др.

главный редактор газеты "Маяк" (г. Береза) Геннадий Курилович. – Продолжение многих материалов, размещенных на сайте, можно прочитать в ближайшем номере газеты. Делаем такую вот перелинковку. Что касается монетизации, то у нас это не только баннеры, но и спецпроекты, партнерство рубрик, контекстная реклама. Убежден, что никто из рекламодателей не придет на сайт просто так. С ними надо работать. Например, наши рекламодатели, размещая баннер на сайте maiak.by, получают скидки на рекламу в газете».

Другие участники исследования более сдержанно оценивают перспективы монетизации digital-контента. «Посещаемость нашего сайта postawy.by пока составляет не более 250 человек в сутки, – рассуждает главный редактор газеты "Поставский край" Людмила Зеленкевич. – Рекламодателей интересуют совсем другие цифры. Деньги нам приносит только "печатка". На этом мы хорошо зарабатываем и прекрасно себя чувствуем. Ни одной копейки на сайте пока не заработали. Я считаю, что, если все новости будут появляться в соцсетях и на сайте, никто не будет подписываться на газету».

«До сих пор за 10 лет я не получила для себя ответ на вопрос, зачем нам сайт, – делится мнением главный редактор газеты "Родны край" (г. Логойск) Татьяна Хабарова. – Сегодня он из нас выкачивает деньги.

НА ВОПРОС «КАКИЕ НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ НА ВАШЕМ САЙТЕ?» БЫЛИ ПОЛУЧЕНЫ СЛЕДУЮЩИЕ ОТВЕТЫ: «ВИДЕОСЮЖЕТЫ», «ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕСТЫ И ИГРЫ», «ЛОНГРИДЫ», «ИНФОГРАФИКА». ИМЕННО ВИДЕОКОНТЕНТ, ПО МНЕНИЮ 64,7 % ОПРОШЕННЫХ РЕСПОНДЕНТОВ, БУДЕТ СТРАТЕГИЧЕСКИ ВАЖНЫМ ФОРМАТОМ ДЛЯ РЕДАКЦИЙ В БЛИЖАЙШИЕ ДВА-ТРИ ГОДА. НА ВТОРОЕ МЕСТО МЕДИАМЕНЕДЖЕРЫ ПОСТАВИЛИ ФОТО И СЛАЙД-ШОУ (54,1 %). РЕДАКЦИИ ТАКЖЕ ПЛАНИРУЮТ РАЗВИВАТЬ СТРИМЫ, АУДИОПОДКАСТЫ И ДР.

«МЫ ЖИВЕМ ЗА СЧЕТ ПОДПИСКИ НА ГАЗЕТУ»

Проведенное исследование показало, что четких представлений о бизнес-модели в интернете у представителей медиаиндустрии не сложилось. С монетизацией цифровых продуктов в государственном секторе пока получается далеко не у всех. Как полагают 74,1 % участников исследования, в ближайшие годы необходимо делать ставку на баннерную рекламу, 41,2 % рассчитывают на контекстную рекламу. Что касается платного доступа к материалам, только 8,2 % медиаменеджеров считают его перспективным. Несколько участников исследования возлагают надежды на краудфандинг (взносы читателей).

«Для меня сайт нужен для двух целей. Первая – чтобы он мог увеличивать продажу газеты в розницу. Вторая – чтобы он мог приносить деньги, – категоричен

За счет рекламы приносит около 200 рублей в год. Это немного, конечно. Все остальное время мы живем за счет газеты. Кстати, у каждого журналиста в должностных обязанностях есть норма выработки: в месяц 1000 строк в газету, 250 строк на сайт. За материалы, размещенные исключительно на сайте, мы платим журналистам гонорар. Но особой заинтересованности у корреспондентов я не вижу».

«Для нас основной вопрос – это отсутствие четкого понимания: нужно платить за материалы в "цифре" или нет? – говорит главный редактор газеты "Новополоцк сегодня" Екатерина Толстикова. – Если да, то как? Строчки, знаки, количество материалов? На что опереться в плане нормативной базы в таком случае? Касаемо рекламы в соцсетях мы тоже не знаем условий. Поэтому ни рекламы, ни конкурсов у нас там пока нет. При решении этих вопросов дело остается за талантливыми

и увлеченными журналистами. И не за подпиской на газету надо гнаться, а за расширением аудитории в принципе...»

«Пока для нашей редакции и многих других сайт – это расходы, – продолжает мысли коллег главный редактор газеты "Родныя вытокі" (г. Докшицы) Александр Воронкович. – "Цифра" у регионов есть, а результата нет. Сайты развиваем, а монетизировать их пока не можем. Для любого предприятия самое главное – это экономика! Уверен, что сайтом и соцсетями должен заниматься профессионал. Пока эта работа в редакции ведется на общественных началах пятью журналистами. С введением новой должности возрастут дополнительные расходы (гонорар по сайту и зарплата редактора сайта). Как бы там ни было, в нашем регионе мы самые популярные и как газета, и как сайт, и как соцсети. Будем стараться не потерять этот статус».

сформулирован так: «Перечислите наиболее актуальные проблемы региональной журналистики». Приводим некоторые ответы на него: «отсутствие кадров, талантливые в регионах не задерживаются. Нужно кардинальное обновление штатного расписания и пересмотр оплаты труда. Нужны новые формы подачи материалов. Нужна активизация работы в соцсетях, там наша будущая аудитория», «низкая заработная плата, особенно на сайте», «официоз в интернете», «обязательное освещение работы органов власти, болезненная реакция руководства на критику», «региональная журналистика очень зависима от учредителя и его одобрения (неодобрения); положительные тенденции, несомненно, есть, хотя и дается это непросто».

Проведя анкетирование главных редакторов, поговорив с ними в ходе экспертных интервью, мы убедились в следующем: к настоящему моменту ре-

Во многих регионах ставка делается по-прежнему на баннерную рекламу. Доход от нее в абсолютных цифрах небольшой. Медиаменеджеры называли суммы от 200 до 1000 рублей в год. Что касается рекламы контекстной, то здесь суммы также невелики. Перспективна реклама в соцсетях.

Эксперты противоречиво оценивают возможность монетизации digital-контента. Во многих регионах ставка делается по-прежнему на баннерную рекламу. Доход от нее в абсолютных цифрах небольшой. Медиаменеджеры называли суммы от 200 до 1000 рублей в год. Что касается рекламы контекстной, то здесь суммы также невелики. Перспективна реклама в соцсетях. «Рекламодатели сами стали выходить на нас и просить разместить рекламу в нашем сообществе "Весь Рогачев здесь!" в "Одноклассниках", – делится опытом главный редактор газеты "Свабоднае слова" Андрей Шишкин. – Там у нас более 7000 участников, и их вовлеченность достаточно высока». В общем, надо решаться на эксперименты, а не «делать как все».

Мы также задали вопрос о том, планируют ли редакции региональных медиа направлять своих сотрудников на повышение квалификации и переподготовку в области цифровых СМИ. Положительный ответ дали 82,3 % опрошенных, 14,1 % хотели бы, но нет возможности по финансовым и иным причинам, а 3,5 % предпочитают брать с рынка новые кадры. Как полагают медиаменеджеры, журналистам необходимы новые знания в области продвижения сайта, веб-дизайна, обработки видео, работы в социальных сетях.

ВМЕСТЕ В ЦИФРОВОЕ БУДУЩЕЕ

Последний вопрос в анкете, которую мы предложили заполнить руководителям региональных СМИ, был

региональные государственные СМИ страны накопили достаточный опыт в освоении интернет-пространства. Тем не менее, по мнению ряда опрошенных нами экспертов, переход аудитории в социальные сети и мессенджеры, нарастающая зависимость от интернет-платформ, потребление контента через мобильные устройства, значительное увеличение популярности видео и ряд других факторов способны привести к кардинальному изменению белорусской медиаиндустрии в будущем.

Результаты исследования показали, что требуется повышение степени профессиональной независимости журналистов, оптимизация взаимодействия с местными органами исполнительной власти. Налицо необходимость создания в каждой редакции интернет-отдела, журналисты которого занимались бы подготовкой публикаций исключительно для сайта и социальных сетей. Очевидно, что в век цифровой журналистики региональным СМИ предстоит ответить на новые медийные вызовы, развиваясь и эволюционируя вместе с ними и временем.

Александр Градюшко,
доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики факультета журналистики БГУ,
кандидат филологических наук

Фото из архива автора



МАСШТАБНЫЙ ПРЕССТУР ЖУРНАЛИСТОВ ИЗ КИТАЯ ПРОШЕЛ С 16 ПО 20 АПРЕЛЯ 2019 ГОДА В БЕЛАРУСИ. ТАКОЕ МЕРОПРИЯТИЕ В ТЕЧЕНИЕ ЧЕТЫРЕХ ЛЕТ ОРГАНИЗУЕТ МИНИСТЕРСТВО ИНФОРМАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ, МИНИСТЕРСТВО ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ, ГРОДНЕНСКИЙ ОБЛАСТНОЙ ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ КОМИТЕТ И ДРУГИЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫЕ. УЧАСТНИКАМИ ПРЕССТУРА СТАЛИ ЖУРНАЛИСТЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ, ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ. ВПЕЧАТЛЕНИЯМИ О ПОЕЗДКЕ ПОДЕЛИЛАСЬ НАШ КОРРЕСПОНДЕНТ ДАРЬЯ ПЕЧЕНЬКОВА, КОТОРАЯ СОПРОВОЖДАЛА ГОСТЕЙ ПО ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ.

ЛЬНЯНЫЕ НИТИ В ШЕЛКОВОМ ПУТИ

Это была моя первая поездка в составе делегации. «Как хорошо, что я подготовила историю мест, которые мы будем проезжать», – подумала я, когда увидела, с каким интересом гости во все вникают. Заручившись помощью переводчика **Дмитрия Ханя**, я рассказала гостям об известных сооружениях, которые мы проезжали, и проанонсировала, что еще мы посетим. Мы направлялись в Мирский замок. В дороге удалось побеседовать с китайскими коллегами. Первым, с кем я познакомилась, оказался **Жень Ци (Ren Qi)** – главный корреспондент международного отдела китайской ежедневной общественно-политической газеты China Daily.

– **Поделитесь своими впечатлениями о Беларуси.**

– В Минске я уже третий раз. Здесь хороший климат и чистый воздух. Белорусы очень гостеприимны. Я вчера посетил индустриальный парк «Великий Камень». Атмосфера, которая там царит, еще раз подтверждает дружбу между нашими странами.

Также мы посетили два университета: БНТУ и МГЛУ. В последнем встретились со студентами, которые изучают китайский язык, и от этой встречи остались приятные впечатления. Мы рады, что китайский язык вызывает интерес в Беларуси.

– **Какой материал планируете сделать после этой поездки?**

– Планирую сделать два материала. Один будет посвящен второму международному форуму «Один пояс – один путь». Второй – Беларуси и нашей поездке. К слову, я был более чем в 20 странах, и Беларусь одна из самых любимых. Мне нравится темп жизни белорусов. В Пекине он очень напряженный: постоянные пробки выматывают, а здесь очень спокойно, мне это по душе. А белорусская еда такая вкусная!

Ван Юйюнь (Wang Yuyun), следующая моя собеседница, работает шеф-корреспондентом международного радио Китая в России. Очень милая и общительная



Встреча китайской делегации в Мирском замке

девушка, неплохо справляется с замысловатыми русскими словечками. Вот что она рассказала:

– Я приехала сюда впервые, и мне у вас очень нравится: погода солнечная, люди гостеприимные и добрые. Я уже заметила, что Беларусь проявляет активный интерес к сотрудничеству с Поднебесной не только в области экономики, но и в области образования и культуры. Сразу же после посещения индустриального парка «Великий Камень» я записала аудиорепортаж, и уже утром следующего дня он прозвучал в эфире в Пекине. Китайские и белорусские руководители проекта рассказали нам, что парк в будущем станет новым технологическим городком, где будут жить и работать люди из разных стран мира. Нам очень интересно, как он будет развиваться, ведь в нем уже зарегистрированы 43 международных компании, 14 из них начали работу. Мы считаем, что за три года работы индустриального парка это очень хороший результат. Китайские СМИ с большим интересом следят за его развитием, потому что это один из самых масштабных международных китайских проектов в мире.

Гуляя вечером, я зашла в продуктовый магазин, продавец посоветовал мне попробовать березовый сок. Такой сок я никогда не пила в Китае, но не потому что у нас нет берез, просто у нас никто не знает, что их можно

использовать таким образом. До чего же он оказался вкусный! А главное, еще и полезный.

...И вот мы проезжаем Кореличский район, остается двадцать километров до Мирского замка, а впереди – беседа еще с одним не менее интересным человеком. **Чэнь Чжибинь (Chen Zhibin)** – шеф-редактор телерадиокомпании провинции Цзянсу – поделился своими впечатлениями:

– В Беларуси я впервые, но знал о ней задолго до поездки. Моя жена как-то купила в Китае белорусскую говядину, которая оказалась весьма вкусной. Сначала я подумал, что у моей жены повысились кулинарные навыки. Но после того как я приехал в Беларусь, понял: говядина, которая производится тут, очень вкусная потому, что у вас хорошая экологическая ситуация.

Мы посетили китайско-белорусский индустриальный парк «Великий Камень». У нас его называют «Жемчужина на Шелковом пути». Мы также посетили МГЛУ, где в институте Конфуция я встретил преподавателя из Китая. Было очень приятно увидеть родного человека. Еще я заметил, что многие ваши студенты изучают китайский. Когда проблемы языкового барьера будут решены, мы сможем выйти на новую ступень сотрудничества. В МГЛУ студенты факультета китайского языка и культуры в хорошем



В залах Мирского замка

смысле нас шокировали – спели специально для нас китайскую народную песню.

...В Мирском замке нас встречали с хлебом-солью Александр Чеславович Лойко, директор, и группа музыкантов в национальных костюмах. Они громко пели под аккомпанемент скрипки, цимбал и аккордеона. Китайские коллеги, достав смартфоны, стали снимать видео и делать фото – всем хотелось запечатлеть такой прием и, конечно, попробовать ароматный каравай.

«Лучший экскурсовод Мира» – так представил нам директор Дмитрия Михайловича Манкевича, заведующего отделом по экскурсионной работе, который сопровождал нас по многочисленным залам замка. Когда очередной исторический зал был позади, многие подумали, что экскурсия подошла к концу, но не тут-то было. Дверь распахнулась, и раздались звуки менуэта. В роскошных интерьерах Портретного зала нас встречали дамы в пышных нарядах. Импровизированный бал в стиле XVIII века привел в восторг всех присутствующих. Показав некоторые движения полонеза, нас пригласили поучаствовать в танце. Это было незабываемо!

Мы посетили центр интеллектуальной жизни города – Гродненский государственный университет имени Янки Купалы. Проректор по учебной работе Юрий Эдуардович Белых рассказал нам, что сегодня в ГрГУ реализуется 150 международных договоров о сотрудничестве. Девять из них – с университетами Китайской Народной Республики. В ходе встречи поговорили также о перспективных направлениях сотрудничества студентов и преподавателей ГрГУ с коллегами из Китая. Это открытие Центра по изучению белорусской культуры на базе Цзилиньского педагогического университета, популяризация китайского языка, реализация инновационных проектов и развитие новых форм совместной образовательной деятельности. Кстати, в Купаловском университете обучаются студенты из Китая. Они поделились с земляками впечатлениями от города и университета и исполнили несколько белорусских песен.

Немного отдохнув, наша делегация отправилась на экскурсию по вечернему Гродно с экскурсоводом Натальей Александровной Почобут. У нас было мало времени, и все достопримечательности не удалось посмотреть. Но

Я уже заметила, что Беларусь проявляет активный интерес к сотрудничеству с Поднебесной не только в области экономики, но и в области образования и культуры. Сразу же после посещения индустриального парка «Великий Камень» я записала аудиорепортаж, и уже утром следующего дня он прозвучал в эфире в Пекине.

Следующая наша остановка – Гродно. Город встретил нас солнцем и теплом! Он, несомненно, вызывает чувство гордости и восхищения, занимая особое место в культурно-историческом наследии Беларуси.

мы успели посетить один из крупнейших и красивейших храмов в Беларуси – костел святого Франциска Ксаверия; Новый замок, который сейчас также является важной достопримечательностью Гродно; областной драматический

театр и, конечно же, многочисленные сувенирные лавки.

На следующий день нас ждала поездка на два молокоперерабатывающих предприятия: «Беллакт» и «Молочный мир». Журналисты из КНР особенно ждали этот день, так как наша молочная продукция очень популярна у них в стране. В «Молочном мире» мы смогли проследить за процессом изготовления сыров и, конечно, продегустировать продукцию предприятия.

Особенно по вкусу пришлось нашим гостям глазированные сырки, йогурты, напитки на основе молочной сыворотки и мороженое. На вопрос «Если бы у вас была возможность привезти в Китай один продукт, что бы это было?» **Инь Синьюй (Yin Xinyu)**, корреспондент газеты «Жэньминь жибао», сказал, что выбрал бы мороженое:

– Белорусское мороженое пока неизвестно в Китае. Надеюсь, оно в ближайшем будущем появится в наших магазинах.

На «Беллакте» нашу делегацию встречал генеральный директор Александр Михайлович Яроцкий.

Переступив порог зала дегустации, мы потеряли дар речи: столько продукции «Беллакты» я даже в магазине не видела!

Прежде чем пустить на производство, нам раздали медицинские анкеты и дополнительную экипировку. Мало того, после посещения каждого сектора мы должны были переодеть халаты, бахилы и продезинфицировать руки, которые и так были в перчатках.

Александр Михайлович рассказал, что на «Беллакте» уже несколько лет ведется активная работа по освоению китайского рынка. В 2016 году предприятие было сертифицировано на право поставок в Китай детского

плиты ДСП и МДФ, говядина и др. В рамках второго этапа проекта с использованием технико-экономической помощи правительства КНР «Строительство социального жилья» в Лиде и Слониме возведены два 144-квартирных дома. Реализуются еще два проекта: реконструируется гостинично-ресторанный комплекс «Гродно» и строится транспортно-логистический центр.

Возвращение в Минск не обошлось без приключений. Так, на середине пути дорога оказалась перекрытой: проходили учения. Через трассу проезжали танки. Гости не упустили возможность сфотографировать их.

Потом китайские коллеги поделились впечатлениями о нашей поездке:

– У нас была очень насыщенная программа, мы посетили много исторических мест, познакомились с интересными людьми, нам посчастливилось взять у некоторых из них интервью. Мы очень довольны этой поездкой, – поделился корреспондент газеты «Жэньминь жибао» **Инь Синьюй**.

– А что больше всего впечатлило?

– Меня впечатлили высокие технологии, а также тот факт, что они применяются не только на уровне экономики и производства, но и в образовании. Во время посещения БНТУ нам рассказывали, что наработки в сфере лазерных технологий, медицины и переработки металлов уже используются на практике.

– Вы посетили два молочных завода. Что можете сказать о них?

– Меня немного удивляет, почему нет хорошего пиара,

В «Молочном мире» мы смогли проследить за процессом изготовления сыров и, конечно, продегустировать продукцию предприятия. Особенно по вкусу пришлось нашим гостям глазированные сырки, йогурты, напитки на основе молочной сыворотки и мороженое.

питания. С прошлого года налажены поставки сухого цельного и обезжиренного молока. В декабре минувшего года «Беллакт» принял участие в China International Import Expo – первой китайской выставке импортных товаров и услуг, проходившей в Шанхае.

Последним пунктом в нашей программе была встреча с председателем областного исполнительного комитета Владимиром Васильевичем Кравцовым.

Как рассказал губернатор, КНР является одним из важнейших торгово-экономических партнеров Принеманья. В прошлом году в Китай экспортированы сухое цельное молоко, сухая молочная сыворотка, оптика, льноволокно,

маркетинга для зарубежных потребителей. После того как я попробовал ваши молочные продукты, обязательно буду их покупать. Надеюсь, что и в будущем белорусская продукция будет иметь спрос в Китае.

Путешествие удалось, если ты встретил хотя бы одного человека, который оставил след в твоём сердце: вдохновил, помог, удивил или просто заставил улыбнуться. Каждая поездка наполняет новыми знаниями. И когда возвращаешься, то на все смотришь по-другому.

Фото Дарьи Печеньковой



Коллектив канала «Гродно Плюс»

КОНКУРЕНТОВ НЕТ – ЕСТЬ КОЛЛЕГИ

ТЕЛЕРАДИОВЕЩАТЕЛЬНЫЙ КАНАЛ «ГРОДНО ПЛЮС» – ЭТО ГОРОДСКОЙ МЕДИАХОЛДИНГ, ГДЕ ПОД ОДНОЙ КРЫШЕЙ НАХОДЯТСЯ ТРИ РЕДАКЦИИ: ТЕЛЕКАНАЛ «ГРОДНО ПЛЮС», РАДИО MFM 105.0 И ЖУРНАЛ «ГРОДНО». КОРРЕСПОНДЕНТ ЖУРНАЛА «ЖУРНАЛИСТ» ПОГОВОРИЛА С ДИРЕКТОРОМ КАНАЛА СЕРГЕЕМ ГЕННАДЬЕВИЧЕМ МАЗАЙЛО О ТОМ, КАК РАЗВИВАЕТСЯ «ГРОДНО ПЛЮС» И КАКИЕ ОСОБЕННОСТИ И СЛОЖНОСТИ РАБОТЫ В РЕГИОНЕ.

– Сергей Геннадьевич, расскажите, как вы пришли в профессию?

– Попал в эту профессию в Лиде, на своей малой родине. Как раз в тот момент начал реализовываться большой проект – небольшая редакция Лидского радио реорганизовалась в телерадиообъединение. Мне повезло быть в самом начале пути. И, наверное, вместе с коллегами учиться делать что-то новое для себя.

– Как вы постигали особенности работы на телевидении?

– Самостоятельно, методом проб и ошибок. Это был период, если так можно сказать, разгула творчества.

Главный редактор Лидского телерадиообъединения Нина Михайловна Позняк разрешила экспериментировать, придумывать. Ну а потом удалось окунуться в классическое телевидение – почти семь лет работы собкором ОНТ по Гродненской области. Все мое творчество коллеги из дирекции информационного вещания «причесали» в правильное русло. Если азы постигал самостоятельно в Лиде, то особенности работы в информационной составляющей телевидения показал телеканал ОНТ. Вот тут спасибо отдельное за критику и науку. Сейчас, будучи директором, соединил и творчество, и правильное построение работы телевидения.

– Легко ли находить баланс между коммерческой и творческой составляющей в работе?

– Это и есть работа директора и главного редактора, у нас на предприятии это один человек. По сути, учредителем у нас является Гродненский горисполком, и мы государственное СМИ. Но в то же время мы коммерческое предприятие, а значит, должны зарабатывать деньги на все свои нужды. Зачастую за счет успешных коммерческих проектов мы делаем то, что нравится. Если автомобильная программа «продается», то программу про школу делаем уже за счет прибыли первой.

– Как на «Гродно Плюс» организована работа?

– Как и у наших коллег по региональным СМИ, коллектив небольшой для того объема работы, что мы делаем. 35 человек – это три редакции. Телевидение, радио и журнал. Три года назад предложил не разделяться сугубо по отделам. Есть одно предприятие, делаем одну работу. Будь то программа на телевидении или на радио. Спасибо ребятам, услышали и где-то даже улучшили это предложение. Ведущий на радио – это теперь и автор телевизионной программы. Редактор службы новостей радио – ведущий телевизионной программы.

– Что отличает ваш канал от других региональных и республиканских?

– Можем похвастаться, в хорошем смысле, мы первыми в августе 2016 года перешли на вещание в HD-формате. Стали пионерами видео высокой четкости в Беларуси. Сейчас уже на старый формат смотрим с улыбкой. На телевидении мы сделали ставку на информационную составляющую эфира – новости. Сейчас кажется сложным «бороться» с интернет-ресурсами в плане того, кто первым выдаст новость, но у журналистов телеканала «Гродно Плюс» это успешно получается. Мы зачастую флагманы новостей в городе. А от республиканских отличаемся тем, что мы ближе к зрителям. Мы как раз и снимаем свои

материалы и программы если не про самого зрителя, то уж точно про знакомого ему человека.

– Кого вы считаете своим главным конкурентом?

– За слово «конкуренты» идет борьба у меня с ребятами. Почти все усвоили: конкурентов нет, есть коллеги, даже если эти коллеги считают нас конкурентами. Для коллектива «Гродно Плюс» все коллеги.

– Каким для вас был прошлый сезон? Какие планы на новый?

– В прошлом сезоне мы провели ребрендинг телевидения и радио. Если у последнего слегка изменился логотип и формат вещания, то у телевидения – глобальные перемены. Логотип, студии, программы. Вместо музыкальной составляющей в эфире появились фильмы. У нас круглосуточное вещание телеканала, да и процент программ собственного производства – больше половины в сутки. Опробовали прямой эфир со спортивных мероприятий и концертов, а также вещание телеканала в интернете. Планы на новый сезон – запуск интерактивной программы в прямом эфире. Ребята уже разработали концепцию, готовится студия. Также идет работа над мобильным приложением, это будет не адаптированная под устройство версия сайта, а отдельный продукт – здесь будет и телевидение, и радио, и журнал. По сути, человек сможет управлять СМИ под себя. Хочется продолжить также работу по расширению зоны вещания. Если по телевидению мы работаем по всей области, то радио – пока городской проект.

– Есть ли какие особенности и сложности работы телерадиокомпании в регионе?

– Таким предприятиям, как наше, нельзя ошибиться. Любая погрешность перед зрителями равна катастрофе. Мы живем рядом, все друг друга знают, приходится постоянно доказывать, что наш продукт качественный. Порой не хуже, чем у коллег из республиканских СМИ. Знаете, получается. Коллектив понял, что уровень региональных СМИ может быть очень высоким. Мы сделали анализ нашей работы за три года. Популярность в интернете выросла в разы. В некоторых социальных сетях мы на порядок обгоняем даже большие каналы. А количество просмотров своих новостей, если снимается одна и та же тема, у нас выше. Да и сам сюжет у нас появляется быстрее. В этом и есть особенность региональных СМИ. Нужно быть чуть впереди.

– Как вы думаете, какое будущее у телевидения?

– Большинство людей смотрели фильм «Москва слезам не верит». Там один из героев говорил, что телевидение скоро заменит и театры, и кино. Не замесило. Сейчас другая ситуация: говорят, что интернет заменит телевидение. Три года назад, когда мы рисовали планы развития, посчитали, что упор надо делать на интернет, не вкладываясь в классическое телевидение.



Сергей Мазайло



На гродненском городском радио MFM

Но, изучив реакцию телезрителей, поняли, что большая аудитория нас смотрит по телевизору. Поэтому развиваем оба направления. Расширяем территорию вещания и больше интегрируемся в интернет. Поэтому о будущем говорим – оно есть. Но традиционное телевидение нужно развивать вместе с интернетом. Во втором случае требования другие и формат другой. Но это уже отдельный разговор.

– Каким вы видите канал «Гродно Плюс» в будущем?

– «Гродно Плюс» уже стал одним из ньюсмейкеров в регионе. Коллектив твердо занял свое место. На нас ссылаются. Будем двигаться дальше в этом направлении. Сейчас начали активно заниматься продвижением наших групп в соцсетях. Появился интернет-отдел – пусть это пока два человека. Новостей мы находим гораздо больше, чем используем, поэтому сейчас создаем отдельный новостной ресурс из своих групп в социальных сетях и Telegram. Трансляции и съемки концертов – еще одно из направлений, которое мы освоили. Оно



В телестудии

оказалось востребованным. Ну и выход нашего радио в область.

– Связано ли создание и выпуск журнала «Гродно» с вашим приходом на должность, ведь первый номер вышел как раз в год вашего назначения?

– Идея создания журнала «Гродно» принадлежит председателю Гродненского горисполкома Мечиславу Гою. Так получилось, что решили не создавать отдельное предприятие, раз есть уже «Гродно Плюс», а возложить эти обязанности на нас. Первый номер создавался не нами, а вот уже со второго мы стали осваивать новое для себя направление. Сейчас это узнаваемое имя, своего рода печатный бренд города.

– Чем было вызвано создание журнала? Ведь тиражи прессы, как известно, падают...

– Изначально журнал делался как имиджевое издание о городе. Номера с третьего мы заметили (изначально журнал распространялся бесплатно), что в кафе и ресторанах свежий номер «живет» сутки – и потом его уносят. Причем зачастую – иностранные туристы. Их в последние годы в связи с безвизовым въездом в наш регион очень много. Тираж у нас изначально 1000 экземпляров. Сейчас половина из них – это подписка. Часть распространяется бесплатно по всем номерам гостиниц города. Мы не берем массовостью, доносим информацию до конкретного читателя. Как итог – появились рекламодатели, журнал полностью окупается. В этом году увидели, что необходимо увеличивать тираж до 3000. Планируем это сделать уже в следующем году. Это, к слову, снизит его цену и сделает еще доступнее для читателей. Но цель издания журнала «Гродно» с самого начала неизменна – рассказывать о городе и его людях. Здесь и история, и легенды, и интервью. Наш читатель – человек, которому интересно узнавать что-то о Гродно.

Дарья Печенькова

Фото из архива канала «Гродно Плюс»



Журнал «Гродно» – имиджевое издание о городе



ВЛАДИМИР ПЕРЦОВ:

«"МИР" МЕНЯЕТСЯ ВМЕСТЕ С МИРОМ»

В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ, ГДЕ СТИРАЮТСЯ ГРАНИЦЫ И ТЕРЯЮТ
ЗНАЧЕНИЕ РАССТОЯНИЯ МЕЖДУ ЛЮДЬМИ И СТРАНАМИ,
ОСОБЕННО ВАЖНА РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ СМИ.
ОБЪЕДИНИТЬ ЗРИТЕЛЕЙ РАЗНЫХ НАРОДОВ И ПОДЧЕРКНУТЬ
ОСОБЕННОСТИ КАЖДОГО ИЗ НИХ – ВАЖНАЯ И НЕПРОСТАЯ
ЗАДАЧА. ОБ ЭТОМ КОРРЕСПОНДЕНТУ «ЖУРНАЛИСТА»
РАССКАЗАЛ ВЛАДИМИР ПЕРЦОВ, ДИРЕКТОР
ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЙ
ТЕЛЕРЕДИОКОМПАНИИ «МИР» В БЕЛАРУСИ.



*С Сергеем Лебедевым, Председателем Исполнительного комитета –
Исполнительным секретарем СНГ*

– Владимир Борисович, расскажите, как вы пришли в журналистику.

– Мои попытки освоить профессию начались лет с 15 на кабельном телеканале «Класс» в Витебске. Героиней одного из первых интервью стала «мисс СССР» витеблянка Мария Кежа. Поскольку родной Витебск – это город фестивалей, было много интервью со знаменитыми артистами, певцами и актерами на «Славянском базаре», на фестивале современной хореографии IFMC, но интервью с «мисс СССР» для совсем еще зеленого репортера было настоящей журналистской победой. Позже удалось поработать автором и ведущим программ в Витебской студии телевидения, был ведущим музыкальных программ на Восьмом канале, в ток-шоу Первого Национального телеканала «Будни», «Доброй раніцы, Беларусь», вел колонку в газете «Витьбичи», попутно с единомышленниками создавали радиостанцию «Радио-Витебск». Если штрихами, то это и есть мой путь в профессию.

– Вы родились 7 мая – в День работников радио и телевидения. Задумывались ли над тем, что сама судьба подсказала вам, какой путь избрать?

– Да, я думал об этом. И в каждый мой день рождения друзья намекают, что иного пути у меня и быть не могло. Я пытался от этого уйти и даже выбрал другую профессию (посерьезней): окончил художественно-графический

факультет Витебского госуниверситета – это тоже творческая профессия, но именно журналистика и все, что связано с работой СМИ, меня привлекало. И сейчас, если бы мне сказали, что есть более интересные в плане комфорта, финансов или других условий профессии, я бы не ушел. Хотя у нас очень сложная профессия. Многое зависит не только от твоего таланта и настроения, но еще и от тех, кто работает с тобой в команде, от зрителя, от техники и даже от погоды иногда. И нельзя предугадать, насколько востребованным будет то, что создателям кажется успешным. Кроме непростой технологии, наша работа всегда строится на творчестве, на эмоциональных, чувственных категориях.

– Принимая руководство белорусским сегментом МТРК «МИР», как вы его оценивали?

– Представительство МТРК «МИР» в Беларуси было одним из лучших на момент моего прихода. У нас очень креативная и сплоченная команда, которая уже тогда работала по высоким стандартам международной журналистики. Мне крупно повезло, и я до сих пор при каждом удобном случае это говорю. Творческий костяк команды за девять лет моей работы не поменялся, многие уходили на другие каналы, но возвращались. Здесь царит определенная атмосфера, условия, все «заточено» под качественный продукт. Мы должны сделать хорошую программу, сюжет или специальный репортаж, который

бы достойно представлял нашу страну в международном эфире. Команда понимает, ради чего мы это делаем, и справляется с этой задачей.

– На чем основывается программирование сетки вещания вашего канала сейчас?

– Мы не программируем канал и не создаем сетку вещания, у нас нет никаких ее модификаций для Беларуси. Канал «МИР» единый во всех странах СНГ, Балтии и Грузии, но с преломлением по орбитам – вещает в разных часовых поясах. Есть государства, где замещаются рекламные блоки или где каналы вещают без изменений. Также есть телеканал «МИР Premium» высокого качества, где представлен более премиальный продукт, и телеканал «МИР 24» – круглосуточный информационный канал, где 100 % собственного продукта: это новости, аналитические программы, документалистика. Сетка едина – и в этом сила. Какой смысл, если в каждой стране будет собственный телеканал «МИР»?

– Придерживаетесь ли вы принципа сезонности в работе с контентом? Что ждет телезрителей в новом сезоне?

– У нас есть календарно-тематическое вещание, где учитываются все сезоны, праздники. И не только привычные белорусскому зрителю, но и праздники других стран Содружества, которым мы уделяем много внимания. От этого наш канал более насыщенный, яркий. В новый телевизионный сезон мы выходим со своими привычными проектами: «Беларусь сегодня», «Еще дешевле», «Миллион вопросов о природе», документальным кино и консолидированными проектами канала: «Такие разные», «Евразия

неожиданные для себя роли. Чтобы не было сомнений, что ведущие выполнили задание, все будет сниматься и размещаться на нашем YouTube-канале «Радио "МИР" Беларусь».

– Видит ли зритель в СНГ белорусские программы?

– Да, конечно, видит. Несколько сезонов подряд программа «Беларусь сегодня», например, входит в топ-10 программ по просмотру в Казахстане. Казалось бы, она не развлекательная, в ней рассматриваются социальные вопросы, но, видимо, в связи со сближением наших стран в Таможенном союзе и ЕврАзЭС востребованность актуальной информации о Беларуси все больше и больше.

– Влияет ли зритель на содержание канала?

– Безусловно, зритель имеет большое влияние на содержание канала. Все, что мы делаем, – ради зрителя. Конечный продукт должен быть востребован аудиторией, иначе мы впустую тратим время и деньги. В последнее время основной принцип не только привычного телевидения, но и новых форм медиа – это «конкуренция интересности». Насколько ты интересно и ярко сделал тот или иной материал, настолько ты и успешен. Мы постоянно ищем новые формы и способы подачи информации, более яркие и динамичные эффекты при съемке и монтаже программы. Мир вокруг меняется, и наш «МИР» не стоит на месте.

Если проект не набирает и половины средней доли телеканала, то он закрывается. И тут уже не важно, сколько он стоит, какой он хороший, по мнению продюсера, но он не сможет быть в эфире. Зритель – основной наш судья.

КАНАЛ «МИР» ЕДИНЫЙ ВО ВСЕХ СТРАНАХ СНГ, БАЛТИИ И ГРУЗИИ, НО С ПРЕЛОМЛЕНИЕМ ПО ОРБИТАМ – ВЕЩАЕТ В РАЗНЫХ ЧАСОВЫХ ПОЯСАХ. ЕСТЬ ГОСУДАРСТВА, ГДЕ ЗАМЕЩАЮТСЯ РЕКЛАМНЫЕ БЛОКИ ИЛИ ГДЕ КАНАЛЫ ВЕЩАЮТ БЕЗ ИЗМЕНЕНИЙ. ТАКЖЕ ЕСТЬ ТЕЛЕКАНАЛ «МИР PREMIUM» ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА, ГДЕ ПРЕДСТАВЛЕН БОЛЕЕ ПРЕМИАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ, И ТЕЛЕКАНАЛ «МИР 24» – КРУГЛОСУТОЧНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ КАНАЛ, ГДЕ 100 % СОБСТВЕННОГО ПРОДУКТА: ЭТО НОВОСТИ, АНАЛИТИЧЕСКИЕ ПРОГРАММЫ, ДОКУМЕНТАЛИСТИКА.

дословно», «Наши иностранцы», «Культурно». Зритель сможет оценить и новые проекты, но пока не будем забегать вперед. На радио «МИР» выйдет обновленное утреннее шоу «Подъемная сила 2:0». Помимо полюбившихся всем рубрик, появятся новые: ведущие будут выходить из студии в город и общаться с горожанами, задавая им необычные вопросы. Все ответы прохожих можно будет услышать в эфире. Новая рубрика будет выходить по четвергам – ведущие будут выполнять задания друг друга или примерять

У нас всегда есть собственное видение продюсерской группы, которая отвечает за данный сегмент эфира, и есть технологии оценки, изучение показателей аналогичных проектов в разных странах. Преломление и адаптация к конкретной территории – особенно сложный процесс, потому что аудитории Кыргызстана или Беларуси совершенно разные. Поэтому программы должны сочетать в себе нюансы восприятия разных аудиторий.

– Каким должен быть канал, чтобы заинтересовать молодого зрителя?

– Молодежь сейчас в интернете – это бесспорно. Но это не означает, что молодежь не потребляет телеконтент. Просто интернет предлагает более комфортные формы потребления при помощи технологии отложенного просмотра, видео по запросу, просмотр на мобильных устройствах. Поэтому могу сказать, что молодые люди смотрят наш телевизионный контент в виде отдельных программ, сюжетов, сериалов, смонтированных коротких видео, но делают это в интернете. Если мы посмотрим на топ-10 видеоблогеров России, то увидим, что они в прошлом или настоящем связаны с традиционным телевидением.

– Расскажите о работе в интернете и социальных сетях.

– У нас есть сотрудники, которые занимаются SMM. Мы работаем во всех социальных сетях. Наше радио делает несколько видеопроектов на YouTube, и мы будем продолжать их делать, потому как они пользуются большой популярностью. Например, проект «Без такта», где в студию мы приглашаем белорусских звезд, даем им возможность вспомнить свои песни (и некоторые не могут вспомнить слова). Но если серьезно, то этим шоу мы хотим в непростое время как-то подстегнуть наших исполнителей к новому творчеству, просто поддержать и напомнить нашим слушателям о белорусских звездах.

– Что более востребовано аудиторией ТВ сегодня – развлечение или информирование?

– Нужно все! Телевидение – многослойный пирог. Успех на самом деле как раз в удачном сочетании всех форм, в таком полиформатном существовании разноплановых проектов, которые чередуются: дают зрителю расслабиться или сконцентрироваться. Есть, конечно, и семейство нишевых (тематических) каналов, популярность которых тоже растет. Я считаю, что успешным может быть телевидение, в котором сочетается контент разных планов и жанров, – полиформатное телевидение.

– Чем, по-вашему, может гордиться канал?

– Тем, что есть сложившиеся каноны высокой качественной журналистики и в непростое время нам удается соблюдать такую взвешенную равноудаленную информационную политику, зная, что учредителями нашей компании являются государства, между которыми не все до сих пор урегулировано. Это очень тяжелый и ответственный труд, тем более что в каждой из стран работают не просто журналисты, а патриоты своей страны. Эмоции иногда захлестывают, но мы работаем на общий эфир, и нужно придерживаться высоких стандартов. Я считаю, что это высшее достижение. Нам удается сохранить баланс, взвешенность журналистской позиции, и признание этого дорогого стоит.



На «Радио-Витебск»

– Расскажите о кадровой политике канала.

– В основном мы стараемся растить журналистов по своим канонам и критериям. Есть и практиканты, есть и выпускники факультета журналистики – сотрудники попадают к нам очень разными путями. У МТРК есть центр переподготовки в Москве, куда мы несколько раз в год отправляем разных специалистов: редакторов, монтажеров, продюсеров, операторов.

В то же время у нас работает много очень ярких журналистов, которые не имеют специального образования, – это не только наша белорусская действительность. Журналистика – это творческая профессия, где главное – талант и желание, трудоспособность, а все остальное – сопутствующие факторы. Всему можно научиться, если есть желание.

– Может ли молодой специалист рассчитывать на получение работы в телерадиокомпании «МИР»?

– Мы сотрудничаем с факультетом журналистики и очень благодарны ему за то, что в последнее время наши мольбы были услышаны: программа обучения меняется и адаптируется под современные реалии. Приходящая на практику молодежь смотрит иными глазами на работу в нашей сфере: видна ее заинтересованность и мотивация быть лучше.

– Что бы вы посоветовали тем, кто только встает на профессиональный путь?

– Главный совет: с первых дней учебы ищите возможность практической работы. Теория – это очень важно, но на момент окончания обучения вы уже будете не только владеть теорией, но и иметь практическое представление о том, как делается телевидение, радио, газета или интернет-издание, то есть вы уже будете готовый специалист, а такие специалисты всегда востребованны.

Дарья Печенькова

Фото из архива Владимира Перцова

ЖУРНАЛИСТ – ПАРТНЕР ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА

НА ВЫСТАВКЕ «СМИ В БЕЛАРУСИ» В ЭТОМ ГОДУ ВПЕРВЫЕ ПРОШЕЛ ДЕНЬ ПИАРА. НА КОНФЕРЕНЦ-СЕССИИ «АВТОСТОПОМ ПО КОММУНИКАЦИЯМ, ИЛИ КАК НЕ ЗАБЛУДИТЬСЯ НА РЫНКАХ, АУДИТОРИЯХ И ТРЕНДАХ» ПРОФЕССИОНАЛЫ В ЭТОЙ СФЕРЕ ОБМЕНИВАЛИСЬ ЗНАНИЯМИ И ОПЫТОМ. КОРРЕСПОНДЕНТ «ЖУРНАЛИСТА» ЗАПИСАЛА ВЫСТУПЛЕНИЕ РОМАНА КОСТИЦЫНА, УПРАВЛЯЮЩЕГО ПАРТНЕРА КОММУНИКАЦИОННОГО АГЕНТСТВА ARS COMMUNICATIONS

ВОЗМОЖНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Разделение на государственное и негосударственное в сфере PR, на мой взгляд, утрачивает свою актуальность. Объединение усилий в этой работе – путь к реализации огромного потенциала.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) – это совокупность проектов средне- и долгосрочного сотрудничества в социальной сфере. Закон о ГЧП локализует это понятие до инфраструктуры. Я предлагаю воспринимать его более широко – как общее стремление к деятельности на благо нашей страны, в том числе и к решению задач государственной важности. В ГЧП государство выступает стратегическим лидером и лидером экспертизы, а бизнес помогает осуществлять инициативы.

Эффективная межсекторная коммуникация – это будущее нашей национальной экономики. Государство, бизнес и гражданское общество – это шестеренки одного механизма, которые должны взаимодействовать, только тогда весь механизм будет хорошо работать. Когда все друг друга недолюбливают, недопонимают, не хотят зайти в кабинет или позвонить – пользы от этого не будет никому. В нашей стране механизм работает, но каждый раз, вступая в межсекторную коммуникацию, мы можем испытывать определенные сложности. И чтобы эти сложности преодолевать, чтобы шестерни работали вместе, нужен коммуникативный инжиниринг. Да, это не просто – найти платформы и балансы, почитать программы, написанные специфическим языком, и на этом же языке написать государству свое предложение. Но если этого не сделать, то мы потеряем огромный ресурс, которым сегодня обладаем.



Роман Костицын

ЗАЧЕМ БИЗНЕСУ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ

Яркий пример сотрудничества бизнеса и власти – то, из-за чего теперь минчане летом не разъезжаются на свои дачи в выходные, а остаются в Минске, чтобы послушать классику или джаз у ратуши. Это проект, реализованный городскими властями совместно с бизнесом и гражданским обществом – концертными организациями, экспертами, которые отбирают музыкантов.

Стандартный вопрос, который задают представителям бизнеса в таких проектах: «Что вы там делаете?». Зачем бизнесу общественность? А ответ очень простой: сегодня отношение к бизнесу определяется степенью лояльности людей, которые пользуются услугами или товарами компании. И конечно, если за собственно услугой стоит что-то большее, что человек может

ЗАЧЕМ БИЗНЕСУ ОБЩЕСТВЕННОСТЬ? А ОТВЕТ ОЧЕНЬ ПРОСТОЙ: СЕГОДНЯ ОТНОШЕНИЕ К БИЗНЕСУ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ СТЕПЕНЬЮ ЛОЯЛЬНОСТИ ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ ПОЛЬЗУЮТСЯ УСЛУГАМИ ИЛИ ТОВАРАМИ КОМПАНИИ. И КОНЕЧНО, ЕСЛИ ЗА СОБСТВЕННО УСЛУГОЙ СТОИТ ЧТО-ТО БОЛЬШЕЕ, ЧТО ЧЕЛОВЕК МОЖЕТ СОПОСТАВИТЬ СО СВОЕЙ ЖИЗНЬЮ, СВОИМ БЫТОМ, СВОИМИ ЦЕННОСТЯМИ, ТО ЕГО УРОВЕНЬ ЛОЯЛЬНОСТИ БУДЕТ БОЛЕЕ ВЫСОКИМ.

сопоставить со своей жизнью, своим бытом, своими ценностями, то его уровень лояльности будет более высоким. Сегодня бизнес не может стоять в стороне от общества – и не стоит. Но чтобы его инициативы были полезны и своевременны, ему нужна экспертиза со стороны государства и общественных организаций. Такие проекты меняют жизнь города, страны и прежде всего самовосприятие граждан. А менять их можно и нужно. И не только государство должно заниматься этими изменениями.

БАЛАНС ИНТЕРЕСОВ

Основная сфера, где бизнес строит свои отношения с государством, – Government Relations. Основа конструктивных коммуникаций в сфере GR – это баланс интересов. Если у нас дисбаланс – одной стороне нужнее, чем второй, – равноправные отношения не выстроить.

Как же достичь баланса? Это стратегическая, аналитическая работа. Прежде всего исходя из взаимных интересов, обусловленных служебными функциональными задачами сторон. Они есть и у бизнеса, и у власти. Прежде чем идти на контакт с представителями власти, нужно изучить государственные программы – у нас в стране много таких, в которые можно и нужно включаться: региональные программы развития; собственно привлечение инвестиций; создание новых рабочих мест... Государству полезен финансовый и экспертный ресурс бизнеса в условиях стремительного развития жизни.

Интересы бизнеса – это формирование и укрепление репутации, устойчивость как следствие репутации, корпоративная социальная ответственность... Если бизнес

ценности. Бизнесу может и должно быть выгодно делать что-то для общества. Общие (разделенные) ценности – это те, которые всем понятны, которые никто не оспаривает. Концепция разделенных ценностей придает деятельности бизнеса в общественной сфере устойчивость. В отличие от корпоративной социальной ответственности, которая появляется тогда, когда у бизнеса есть деньги, концепция общих ценностей внедрена в стратегию управления компанией, прописана в планах, разделяется на уровне руководства, считается стратегически важной для компании. В сложных ситуациях бизнес будет жертвовать другими сферами – но не проектами в этом направлении.

ИМИДЖ И РЕПУТАЦИЯ

Прибыль и устойчивость – основные показатели успешности того или иного бизнеса. И сегодня именно устойчивость приобретает особое значение, именно на репутации мы строим устойчивый бизнес.

Имидж – это быстрое восприятие бренда, то, что мы слышали из других источников, тогда как репутация – это стабильное представление о каком-либо бренде, которое не оспаривают, не рассматривают каждый раз заново. Работать без репутации – это все равно что прыгать по льдинкам на воде: в любой момент льдинка может перевернуться, и мы упадем в воду. Нестабильность – самая большая угроза.

Часто говорят, что PR – это работа над имиджем, и употребляют такое слово, как «пиарить». Это несколько пренебрежительная трактовка нашей сферы деятельности, и мы работаем с ней, как доктор с заболеванием.

САМЫЙ ГЛАВНЫЙ АКЦЕНТ В СФЕРЕ PR – ТО, КАК МЫ ПЕРЕВОДИМ СЛОВО RELATIONS. ОБЫЧНО МЫ ПОНИМАЕМ ЭТО СЛОВО КАК «СВЯЗИ», НО БОЛЕЕ КОРРЕКТНЫЙ ВАРИАНТ – «ОТНОШЕНИЯ».

хочет помогать, нужно дать ему такую возможность, а для этого вступить с ним в диалог. Гражданская вовлеченность бизнеса – когда бизнес выступает инициатором социальных изменений – набирает силу в Беларуси.

Следующий шаг в развитии диалога – это общие

Мы ничего не пиарим, мы создаем репутацию.

Самый главный акцент в сфере PR – то, как мы переводим слово relations. Обычно мы понимаем это слово как «связи», но более корректный вариант – «отношения». В бытовом восприятии «отношения» – это

КОНЦЕПЦИЯ РАЗДЕЛЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ ПРИДАЕТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИЗНЕСА В ОБЩЕСТВЕННОЙ СФЕРЕ УСТОЙЧИВОСТЬ. В ОТЛИЧИЕ ОТ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ, КОТОРАЯ ПОЯВЛЯЕТСЯ ТОГДА, КОГДА У БИЗНЕСА ЕСТЬ ДЕНЬГИ, КОНЦЕПЦИЯ ОБЩИХ ЦЕННОСТЕЙ ВНЕДРЕНА В СТРАТЕГИЮ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ, ПРОПИСАНА В ПЛАНАХ, РАЗДЕЛЯЕТСЯ НА УРОВНЕ РУКОВОДСТВА, СЧИТАЕТСЯ СТРАТЕГИЧЕСКИ ВАЖНОЙ ДЛЯ КОМПАНИИ.

то, что образует основу взаимодействия и взаимоуважения. В постсоветских странах многие страдают от так называемой презумпции неуважения, когда мы крайне скептически относимся ко всему, о чем имеем мало информации. PR в этом плане является большим общественным благом, поскольку дает возможность построить платформу для взаимного внимания и уважения.

PR – это стратегическая коммуникация, которая находится в сердце корпоративного управления, чем бы ни была корпорация – государственным ведомством или бизнес-организацией. Соответственно, это стратегическая функция, которая формирует репутацию организации. Репутация – то, что воспринимается как безоговорочная истина, она не формируется в один день и даже в несколько красивых PR-акций. Это длительная работа, марафон.

Целевые аудитории PR – это общество как таковое, органы государственной власти и управления, работники организаций, потребители, поставщики, гражданское общество, акционеры, финансовый рынок в целом, конкуренты, профсоюзы, медиа.

- Сокращать дистанцию между бизнесом, государством и гражданским обществом.
- Быть коротким плечом в межсекторном взаимодействии. Медиа могут значительно ускорить процесс общения.
- Являться официальной и неофициальной диалоговой платформой. Не будем забывать, что особенно в регионах редакция – это чрезвычайно уважаемая структура. Можно делать открытые обсуждения актуальных вопросов с последующим написанием материалов.
- Заниматься модификацией общественного дискурса. Благодаря каким-то проектам и работе СМИ с ними мы начинаем по-другому смотреть на те или иные проблемы.

Бизнес может дать медиа не только деньги. Он может дать новый механизм работы с читательским сообществом, может сделать специальный проект, который СМИ сами не сделают, может дать новый уровень влияния, создав на базе редакции диалоговую платформу, на которую придут люди из трех секторов, способные изменить ситуацию. Это то «немногое», что мы можем дать сегодня.

СМИ СЕГОДНЯ – НЕЗАМЕНИМОЕ ЗВЕНО, ЧЕТВЕРТАЯ ШЕСТЕРНЯ. МЫ НЕ МОЖЕМ ПОЗВОЛИТЬ СЕБЕ ИГНОРИРОВАТЬ ДРУГ ДРУГА. С УЧЕТОМ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПЛАТФОРМ ЧЕЙ-ТО КОРПОРАТИВНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ БЛОК МОЖЕТ СЕРЬЕЗНО КОНКУРИРОВАТЬ С КРУПНЫМ СМИ. ПОЯВЛЯЕТСЯ БОРЬБА ЗА ИНФОРМАЦИЮ, А БИЗНЕС ГЕНЕРИРУЕТ МНОГО ИНТЕРЕСНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКОВ.

РОЛЬ МЕДИА В ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОМ ПАРТНЕРСТВЕ

Сегодня бизнес не рассматривает журналистов как транспорт от журфака до вокзала, который довозит информацию до его потребителей. Сегодня журналист – партнер. И когда бизнес приглашает журналиста, он не ждет, что тот что-то напишет. Он ждет определенного уровня понимания и вовлеченности в проект.

Вот каковы задачи медиа в государственно-частном партнерстве:

СМИ сегодня – незаменимое звено, четвертая шестерня. Мы не можем позволить себе игнорировать друг друга. С учетом развития современных корпоративных информационных платформ чей-то корпоративный информационный блок может серьезно конкурировать с крупным СМИ. Появляется борьба за информацию, а бизнес генерирует много интересных информационных потоков.

Екатерина Каплун

ДЕД И ВНУК – ГАЗЕТЧИКИ

В 2011 ГОДУ СБЫЛАСЬ МОЯ ШКОЛЬНАЯ МЕЧТА – Я ПОСТУПИЛ В ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ БГУ. А ВСКОРЕ СЛУЧИЛАСЬ ПРИЯТНАЯ НЕОЖИДАННОСТЬ, ПАМЯТЬ О НЕЙ БЕРЕЖНО ХРАНЮ. НАС, СТУДЕНТОВ, НАРАВНЕ С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ РАЗЛИЧНЫХ СМИ ПРИГЛАСИЛИ НА ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЮ ПРЕЗИДЕНТА. В ОГРОМНОМ ЗАЛЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКИ НА СОСЕДНЕМ РЯДУ СИДЕЛ МОЙ ДЕДУШКА ЛЕОНИД МАТЕЛЕНОК, ТОГДА ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР РАЙОННОЙ ГАЗЕТЫ «МІЁРСКІЯ НАВІНЫ». ПО СЧАСТЛИВОЙ СЛУЧАЙНОСТИ ОБА КРУПНЫМ ПЛАНОМ ПОПАЛИ В КАДР, КОТОРЫЙ В ИТОГЕ УВИДЕЛ СВЕТ СО СТРАНИЦ ЦЕНТРАЛЬНЫХ ГАЗЕТ СТРАНЫ.

РЕЦЕНЗИЯ НА СЕБЯ

Мой дедушка о журналистике даже не мечтал, она пришла к нему сама. Рассказывал, как три раза пытался стать радиоспециалистом, отслужил в армии. А потом, когда сменил солдатский мундир на гражданскую одежду, редактор миорской районной газеты «Сцяг працы» Артур Коренько предложил в качестве испытания на профпригодность написать заметку на заданную тему. Тогда пропуском в штат редакции был не столько диплом, сколько способность творить.

Полдня изнурительных усилий вылились в полстранички рукописи. Даже опыт выпуска школьной стенгазеты и армейского «Боевого листка» позволял трезво оценить тщетность потуг. Это стало содержанием двухстраничной рецензии на собственное произведение.

– Ну вот, ты все понимаешь. Почему так не пишешь? – подытожил Артур Витольдович и подписал заявление о приеме Леонида Мателенка на работу в качестве литсотрудника.

НЕ ИНТЕРНЕТ, А АВТОБУС

Уже через год Леонид Александрович был заведующим отделом писем, студентом-заочником факультета журналистики БГУ. До сих пор он благодарен корифеям слова: Стрельцову, Булацкому, Бегуну, Бондаревой, Науменко, Тикоцкому, Слуке... Вскоре стал внештатным секретарем райкома комсомола. Потом райком партии направил молодого коммуниста на районное радио, позже взял в свой штат инструктором, затем повысил до заместителя заведующего отделом пропаганды и агитации.



Леонид Мателенок



Коллектив редакции

Получив диплом, Леонид Александрович возглавил «районку». В редакторском кресле провел 37 лет. Составитель и автор многих статей районной книги «Память», нескольких буклетов по краеведению. Награжден медалью Франциска Скорины, юбилейными медалями, многочисленными грамотами от районного до республиканского уровня. Один из ключевых инициаторов переоснащения Новополоцкой крупной типографии.

А начинал с обуздания капризных линотипов, потом было внедрение фотонабора, переход на офсетную печать в Новополоцкой типографии. Чего стоила одна передача туда маршрутными автобусами тубусов с оттисками полос газеты на тонкой пленке. Уж слишком ненадежным был этот 80-километровый маршрут. Все изменилось с приходом компьютерных технологий и интернета.

ПРАКТИКА И ЕЩЕ РАЗ ПРАКТИКА

Те трудные времена я не застал. Хотя запах типографской краски, газетной бумаги и керосина, которым смывали формы и шрифты, помню хорошо. Равно как

и громоздкий линотип, который располагался в моем нынешнем кабинете.

В редакции я бывал часто. Тут старшим оператором верстки трудилась моя мама. Дедушка брал меня с собой в рабочие командировки, где я охотно пользовался прекрасной возможностью наблюдать, как работает профессионал, заимствовать навыки и приемы, задавать любые вопросы.

Так, в Миорском районе ожидали совместную экспедицию газеты «Рэспубліка» и телеканала «ОНТ», которая проходила по реке Западная Двина. На редакционном узике ради нескольких строчек в газету мы спешили в окрестности Дисны. Я напросился в попутчики, не ожидая, что и для меня эта поездка станет своеобразным уроком практической журналистики.

Еще одна командировка в маленькую деревеньку Суховержье на краю болота Большой Мох обернулась новыми впечатлениями и опытом. Сюда направлялись участники велопробега «Париж – Москва», чтобы ознакомиться с гидрологическим заказником «Ельня». Помнится, в тот раз для тренировки я даже брал у кого-то интервью.

ЕСТЬ ЛИШЬ ОДИН ПУТЬ – НА ЖУРФАК

Различных образовательных поездок у меня в районной газете было великое множество. Дедушка терпеливо учил излагать свои мысли на бумаге кратко, емко и последовательно. Хотя всегда утверждал, что интересная тема с лихвой компенсирует недочеты стиля. Заставлял переписывать наново неуклюже написанные тексты. И в итоге они выходили в печать, чем я был невероятно горд.

В школе на классных часах у доски декламировал ключевые новости из районной газеты. Эту миссию каждый раз доверяли почему-то мне. Окончательно и бесповоротно я определился с профессией в девятом классе. К выпускному в моем творческом багаже была увесистая кипа газетных публикаций на разные темы, в основном – о школьной жизни и молодежи.

ВЕРНУЛСЯ ТУДА, ГДЕ НАЧИНАЛ

Как и дедушка, поступил на журфак БГУ, где во время учебы на дневном отделении прошел пробу пера в многотиражном, университетском, областных и республиканских изданиях. Дольше всего сотрудничаю с «Сельской газетой», с которой связаны, пожалуй, самые незабываемые впечатления от командировок по всей стране и приобретенного в процессе опыта.

В стенах госуниверситета встретил друзей. До сих пор общаемся. Участвовал в образовательной поездке в Швецию. В 2016 году вернулся в «Миорские новости» отрабатывать целевое направление. Теперь возглавляю отдел сельского хозяйства и промышленности.

ЕСТЬ НА КОГО РАВНЯТЬСЯ

Чтобы работать в районной газете, надо знать не только технологию производства во многих сферах, а еще местные обычаи, традиции, историю, людей. А курируемая мною сфера – сельское хозяйство и промышленность – так вообще специфическая, непростая.

Мой дедушка помог войти в курс дела и поддерживает, когда возникают трудности. Печалится, если у меня что-то не получается, радуется успехам внука-журналиста. Так, во многом благодаря его чуткой и терпеливой поддержке я добился первого в своей жизни профессионального успеха. В прошлом году стал лауреатом областной премии Франциска Скорины в номинации «Лучший молодой журналист». Первую свою премию потратил на хороший фотоаппарат, чтобы продолжать развиваться в жанрах художественной и репортажной фотографии.

Впереди – новые горизонты и вершины, которые планирую покорить. Но понимаю, что до уровня своего наставника мне еще расти и расти.

Игорь Мателенок

Фото из редакционного архива газеты «Міёрскія навіны»



Витебский областной конкурс
печатных СМИ

От редакции: приглашаем представителей журналистских династий стать авторами рубрики «Династия». Расскажите нам о своей творческой семье, поделитесь опытом и традициями.

FIRST-PERSON: “THE “MIR” IS CHANGING WITH THE WORLD”

VLADIMIR PERTSOV



Of course, the viewer has a great influence on the content of the channel. Everything we do is for the audience. The final product must be in demand by the audience, otherwise we are wasting money. Recently, the main principle of not only the usual television, but also new forms of media is the competition of interestingness. As far as you are interesting and bright made this or that material so you and successful. We are constantly looking for new forms and ways of presenting information, more vivid and dynamic effects when installing the program. The world around is changing, and our "MIR" does not stand still.

If the project does not gain half of the average share of the channel, it is closed. And it does not matter how much it costs, how good it is in the opinion of the producer, but it can not be on the air. The viewer is our main judge.

There is, of course, own vision of the production group, which is responsible for this segment of the ether, and there is a technology of evaluation, the study of indicators of similar projects in other countries. Refraction and adaptation to a specific territory is a particularly difficult process, because the audiences of Kyrgyzstan or Belarus are completely different. Therefore, programs should combine the nuances of perception of different audiences.



SYNOPSIS: “JOURNALIST – PARTNER OF THE STATE AND BUSINESS”

ROMAN KOSTITSYN

A vivid example of cooperation of business and government – something because of what is now the citizens of Minsk in the summer are leaving for their cottages on the weekend, but remain in Minsk to listen to classical music or jazz at the town hall. This is a project implemented by the city authorities together with business and civil society – concert organizations, experts who select musicians.

The standard question that business representatives are asked in such projects is: "What are you doing there?". Why does business need the public? And the answer is very simple: today the attitude to business is determined

by the degree of loyalty of people who use the services or products of the company. And of course, if the actual service is something more that a person can compare with his life, his life, his values, then his level of loyalty will be higher.

Today, business cannot stand aside from society – and it should not. But for his initiatives to be useful and timely, he needs expertise from the state and public organizations. Such projects change the life of the city, the country and, above all, the self-perception of citizens. And they can and should be changed. And not only the state should deal with these changes.

MEDIA SPHERE: "THERE ARE NO COMPETITORS – THERE ARE COLLEAGUES"

SERGEY MAZAYLO, DIRECTOR OF THE BROADCASTING CHANNEL "GRODNO PLUS"

– **Is the creation and issue of the magazine "Grodno" connected with your coming to office because the first issue came out just in the year of your appointment?**

– The idea of creating the magazine "Grodno" belongs to the Chairman of the Grodno city Executive Committee Mechislaw Goy. It so happened that we decided not to create a separate enterprise, since there is already "Grodno Plus", but to assign these duties to us. The first issue was not created by us, but from the second we have mastered a new direction. Now it is a recognizable name, a kind of printed brand of the city.

– **What caused the creation of the magazine? After all, press circulation, as you know, fall...**

– Initially, the magazine was made as an image publication about the city. Rooms from the third we noticed (initially the

magazine was distributed free of charge) that in cafes and restaurants a fresh room lives a day – and then it is carried away. And often foreign tourists. There are a lot of them in recent years in connection with visa-free entry to our region. Circulation we originally 1000 copies. Now half of them are subscriptions. Part is distributed free of charge to all hotel rooms in the city. We do not take the mass, convey information to a particular reader. As a result – there were advertisers, the magazine pays off completely. This year we saw that it is necessary to increase the circulation to 3000. We plan to do this next year. This, by the way, will reduce its price and make it even more accessible to readers. But the purpose of the publication of the magazine "Grodno" from the very beginning is unchanged – to tell about the city and its people. Here and history, and legends, and interviews. Our reader is a person who is interested in learning something about Grodno.



COOPERATION: LINEN THREADS IN THE SILK ROAD

(PRESS TOUR OF JOURNALISTS FROM CHINA)

Van Uyuni (Wang Yuyun), following my companion, works chief correspondent of China radio international in Russia. Very nice and sociable girl, copes with intricate Russian words. That's what she said:

– I came here for the first time, and I like it very much: the weather is Sunny, people are hospitable and kind. I have already noticed that Belarus takes an active interest in cooperation with China not only in the field of economy, but also in education and culture. Immediately after visiting the great Stone industrial Park, I recorded an audio report, and the next morning it was aired in Beijing. Chinese and Belarusian leaders of the project told us that the Park will become a new technological city in the future, where people from different countries of the world will live and work. We are very interested in how it will develop, because it has already registered 43 international companies, 14 of them have started work. We believe that this is a very good result for the three years of operation of the industrial Park.



The Chinese media are following its development with great interest, because it is one of the largest international Chinese projects in the world.

С НАЧАЛА ГОДА МИНИСТЕРСТВО ИНФОРМАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ЗАРЕГИСТРИРОВАЛО 17 СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НОВОГО ТИПА – СЕТЕВЫХ ИЗДАНИЙ. КОРРЕСПОНДЕНТ «ЖУРНАЛИСТА» СПРОСИЛА РУКОВОДИТЕЛЕЙ ЧЕТЫРЕХ ИЗДАНИЙ О ТОМ, КАК ПРОХОДИЛА РЕГИСТРАЦИЯ, КАКИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА У НОВОГО ТИПА СМИ И КАК ИЗМЕНИЛАСЬ РАБОТА.

СВЕТЛАНА ШУТОВА – ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ИНФОРМАЦИОННОГО АГЕНТСТВА «МОГИЛЕВСКИЕ ВЕДОМОСТИ» И СЕТЕВОГО ИЗДАНИЯ MOGILEVNEWS.BY:

– Mogilevnews.by уже вполне успешно работает несколько лет и смог стать одним из главных источников новостей о событиях и людях Могилева и области. И если все издаваемые в нашем информагентстве газеты – «Могилевские ведомости», «Могилевская правда» и «Днепровская неделя» – были официально по всем правилам зарегистрированы как СМИ, то статус интернет-портала оставался несколько неформальным. Притом что это совершенно самостоятельный продукт. И принятые тогда изменения в законодательстве помогли разрешить эту неопределенность. Процедура регистрации сетевого издания во многом похожа на регистрацию печатных изданий, а у нас уже был в этом опыт, так что больших сложностей не возникло. Тем более что специалисты Министерства информации, когда появлялись вопросы, помогали, направляли, консультировали.

Основное преимущество в работе сетевого издания – официальный статус, более четкое позиционирование. Например, раньше иногда возникали такие ситуации: журналисту, делая материал для портала, приходилось демонстрировать «газетное» удостоверение, потом рассказывать, где же и как это будет опубликовано, и долго объяснять, почему все так сложно. На творческую составляющую регистрация вряд ли как-то повлияла. А вот что касается организационных вопросов, то здесь можно отметить определенные позитивные изменения. Как минимум проще стало решать вопросы с начислением гонораров журналистам, создающим контент для сайта. Читательской аудитории прежде всего интересен контент, поэтому какой-то особой реакции от посетителей не было. А вот наши коллеги из других СМИ, из других регионов живо интересовались нашим опытом.

НИНА ТУЛИНОВА – ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ГАЗЕТЫ «ВІЦЬБІЧЫ» И СЕТЕВОГО ИЗДАНИЯ VITBICHI.BY:

– Ни для кого не секрет, что число пользователей в интернете растет с каждым днем, люди привыкли читать новости на экранах мобильных устройств, а значит, газетам надо адаптироваться под свою аудиторию. Официальный статус издания делает его надежным источником информации. Сейчас с нашим сайтом и официальными страницами в социальных сетях, а также YouTube-каналом работают редактор по развитию интернет-ресурсов, программист, активно привлекается фотокорреспондент, который также занимается видеомонтажом, все корреспонденты газеты. Работаем над монетизацией сетевого издания, привлечением рекламодателей (YouTube-канал первым в Витебской области среди государственных СМИ прошел процедуру монетизации). Планируем привлечь еще одного сотрудника для работы исключительно с изданием vitbichi.by. Это поднимает престиж «Витьбичей», позволяет расширить нашу аудиторию, официально аккредитовывать специалиста от сайта на различные мероприятия, быть активным игроком в пространстве электронных СМИ Витебской области. Пока еще рано говорить, что сетевое издание стало «автономным», все же источником финансирования является редакция газеты, но первые шаги для окупаемости издания уже сделаны. Окончательный ответ можно получить, когда пройдет год с момента регистрации сетевого издания vitbichi.by. Но мы уже отмечаем, что количество просмотров новостей увеличилось. Продолжается рост количества подписчиков в официальных группах vitbichi.by в социальных сетях. Кроме того, увеличилось количество компаний, желающих разместить материал на коммерческой основе, на что повлияло увеличение аудитории.

АЛЕКСАНДР ЛОГВИНОВИЧ – ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ГАЗЕТЫ «ЗАРЯ» И СЕТЕВОГО ИЗДАНИЯ ZARYA.BY:

– Зарегистрировать сетевое издание – это принципиальное решение. Сегодня на медийном пространстве в интернете много сумбура в силу того, что журналистской работой занимаются все кому не лень. Одни перепечатывают чужие материалы, другие переписывают их своими словами, третьи делают и то и другое, а заодно пытаются выступать и в роли журналистов, пользуясь размытостью жанров интернет-журналистики, отсутствием требовательности аудитории к построению текстов и даже к элементарной грамотности авторов. При этом многие информационные ресурсы не зарегистрированы в качестве сетевых изданий. Когда надо – они представляются журналистами, когда же они хотят абстрагироваться от сообщества СМИ, позиционируют себя по-другому. Это, кстати, характерно для взаимоотношений и с рекламодателями, и с авторами материалов. Считаю, что любой блог, портал или сайт, освещающий события города, района или региона, должен быть зарегистрирован в качестве сетевого издания.

Приведу пример – недавний нашумевший случай с гибелью четырех людей, возвращавшихся с дачи в переполненном автомобиле, в Березовском районе на Брестчине. Падкие на такую информацию порталы и блоги сразу же поспешили на место происшествия за комментариями к соседям, знакомым, очевидцам. В итоге через два дня история этого происшествия была настолько размыта, что версий произошедшего можно было составить не две и даже не три. При этом ни один из авторов не задумывается о том, насколько правдивы и откровенны могут быть прозвучавшие комментарии. Главное для них – побыстрее выбросить «горячую» информацию в Сеть, а затем ее можно изменять и дополнять сколько угодно. Вот от таких перспектив хотелось бы постепенно уходить в интернете.

Еще до прохождения процедуры регистрации своего сетевого ресурса мы делали ставку на достоверность информации и работали в правовом поле. Хотя ведь еще большую самодисциплину, самоконтроль и усиление требовательности тоже можно назвать преимуществами, не так ли? Мы не ставили своей целью с момента регистрации резко изменить работу или ее стиль. В сентябре планируем запустить заметно обновленную версию нашего сайта, для работы которого пересматриваем очень многое – от графика работы до требований к журналистам по подготовке одного и того же материала для сайта и для газеты.

А как отреагирует аудитория, мы узнаем, когда заработает новая версия нашего сайта, и как мы будем справляться с его продвижением и наполнением уникальным контентом.

ВЕРНИКА КЛЮТЧЕНЯ – ПЕРВЫЙ ЗАМЕСТИТЕЛЬ ДИРЕКТОРА ИД «ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРЕССА» И СЕТЕВОГО ИЗДАНИЯ NG-PRESS.BY:

– В связи с расширением информационного поля «Настаўніцкай газеты», в том числе и в рамках реализации проекта «Творческое сотрудничество и взаимопомощь в сфере образовательных и информационных технологий», повысилась активность внештатных авторов и, как следствие, значительно увеличилось количество материалов, которые приходят в редакцию. Естественно, что печатные площади газеты не могут вместить все новостные и методические материалы, присылаемые авторами. Поэтому возникла необходимость создания информационной площадки, на которой могла бы размещаться информация из учреждений образования Беларуси. В перспективе в сетевом издании будет представлена информация из каждого учреждения образования страны – от детских садов до учреждений высшего образования. Основной информационный контент создают именно внештатные авторы: педагоги учреждений образования, специалисты системы управления образованием и методической службы регионов. Именно поэтому ng-press.by позиционируется как «образовательное пространство Беларуси в едином сетевом издании». Несомненными преимуществами сетевого СМИ, на наш взгляд, являются возможность размещения практически неограниченного объема информации (как текстов, так и иллюстративного материала), ее доступность (ресурс адаптирован для чтения на любом электронном устройстве), быстрая обновляемость, а также возможность быстрого поиска информационных материалов, размещенных на ресурсе по тематике, имени автора, ключевым словам и др. Кроме этого, возможна реализация оперативной обратной связи через комментарии и онлайн-опросы. С момента регистрации ресурс регулярно пополняется информацией, становится более удобочитаемым для аудитории, оптимизируется структура и пользовательский интерфейс, совершенствуется система гиперссылок. Исследуя востребованность и посещаемость ресурса, мы обнаружили, что с момента его запуска к настоящему времени посещаемость увеличилась в 2,5 раза, что свидетельствует об интересе аудитории. Надеемся, что со временем интерес к сетевому изданию ng-press.by будет только расти.



ЕКАТЕРИНА ЗАБЕНЬКО:
**«СОВРЕМЕННЫЙ
ТЕЛЕВЕДУЩИЙ –
ЭТО ЖУРНАЛИСТ!»**

ЕКАТЕРИНА ЗАБЕНЬКО – РЕПОРТЕР, ЖУРНАЛИСТ, ВЕДУЩАЯ ТЕЛЕКАНАЛА «СТВ» – РАССКАЗАЛА КОРРЕСПОНДЕНТУ «ЖУРНАЛИСТА» О ЛИЧНОМ ОПЫТЕ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ, О КАЧЕСТВАХ, ОСОБЕННО НЕОБХОДИМЫХ ТЕЛЕВЕДУЩЕМУ, И ПОДЕЛИЛАСЬ СОВЕТАМИ С НАЧИНАЮЩИМИ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТАМИ.

– Екатерина, мечтали ли вы в детстве о профессии журналиста?

– В детстве я знала, что стану звездой, причем не важно, в какой сфере. Но была точно уверена, что меня будут показывать по телевизору. Поэтому «на всякий случай» пробовала себя в разных кружках – от танцев до театрального. И даже бассейн посещала: мол, звезды должны уметь все. Старания не были напрасными: уже в 12 лет меня заметили и пригласили вести мои первые «новогодние корпоративы» в ДК «Золак». И даже заплатили гонорар!

– Какие увлечения остались с вами на всю жизнь?

– В детстве я хваталась за все, и все пригодилось. И даже курсы кройки и шитья! Конечно, на всю жизнь осталась любовь к танцам. Но самое главное: в любом коллективе – в школе, в пионерском лагере, в тех же кружках – я была массовиком-затейником. До сих пор храню фото: я стою со знаменем отряда – самая маленькая, но староста! В школе меня особенно любила учительница русского языка и литературы. Если прочитала произведение, которое задали домой, то весь урок отвечала только я, а весь класс отдыхал. Но если была не подготовлена, меня не ругали, а весь класс отдувался по полной. Опять-таки часто писала сочинения половине класса. Напишу свое за пять минут, и потом еще несколько тетрадок на моем столе лежат... и молящие глаза одноклассников. Как откажешь? Для меня это никогда не было проблемой. До сих пор друзья просят придумать подпись к фото в instagram или поздравление родственникам (*смеется*).

– В вашей творческой биографии указано, что в жизни вы совсем другой человек, чем на экране. Скажите, в чем отличие?

– Все, кто меня лично знает, скажут, что в кадре я более взрослая и солидная! Ах да, еще и кажусь выше. Если человек видел меня по телевизору, а потом встретил в жизни, скажет: «Вы такая миниатюрная...». Это первое, что многих удивляет. Плюс я редко в повседневности использую деловой стиль, хватает на работе. А вот прическа и макияж присутствуют всегда. С экрана телевизора я кажусь строгой, но лучше спросить об этом у моего ребенка.

– Расскажите, каков был ваш путь на телевидение, кто был вашим наставником.

– Путь был весьма последовательным. Многие думают, что телевидение – это кастинг. Но это скорее лотерея, чем возможность получить профессию мечты. Я поступила на факультет журналистики БГУ на специальность «радио и телевидение». Уже со второго курса работала на радио, а на четвертом случайно узнала, что открывается новый телеканал. В те времена было только БТ, и попасть туда казалось

чем-то сверхъестественным. Поэтому новый телеканал был небольшим шансом. И получилось, что я оказалась в ряду тех, кто создавал СТВ.

После собеседования с генеральным директором Григорием Ивановичем Новиковым выяснилось, что «входным билетом» на телевидение станет работа в редакции газеты «Минский курьер». А задание было такое: принести на согласование 30 тем для репортажей о Минске. А тогда интернет еще не достиг такого размаха, мы им почти не пользовались. Искали информацию в газетах, а главное, чему нас научили – внимательно смотреть по сторонам. Вот так и началась моя работа. Первое время мы не думали о зарплате, славе и выходных. Работали, если надо, сутками. Бонусы стали приходиться намного позже. Но наша «школа журналистики» была очень сильной. Нас, молодых журналистов, учили ремеслу настоящие акулы пера. Были и слезы, и желание все бросить, но в итоге мы получили бесценный опыт, который помогает до сих пор.

– Что значит для вас телевидение?

– Телевидение – это прежде всего ответственность. Многие все еще считают экран истиной в последней инстанции. Поэтому мы и должны быть максимально



Екатерина Забенько с сыном

честными. Выдавать только проверенную информацию и не просто зарабатывать рейтинги, а помогать людям.

– Представьте телевидение 2050 года: вы – ветеран СТВ и интервью у вас берет искусственный интеллект. О чем бы он мог спросить? О чем бы вы хотели рассказать?

– Где вы купили такую прекрасную искусственную челюсть? (Шучу). Я возьму инициативу в свои руки, и сама задам провокационные вопросы искусственному интеллекту, продемонстрировав, что я в прекрасной профессиональной форме (надеюсь – и физической). Например, как сохранить тонны информации на дискету объемом памяти 80 kb. Вот и сломается искусственный интеллект... Пусть спросит, как работали журналисты без интернета и мобильной связи. Думаю, даже искусственному интеллекту это будет не по уму!

– Кого из героев своих передач вы ожидали в студии с особым трепетом?

– Ох, трудно вспомнить, их были сотни... Наверное, с особым трепетом всегда жду ветеранов, героев, людей, которые прошли серьезный жизненный путь. Всегда очень близко к сердцу воспринимаю разговоры о спасенных жизнях, особенно если речь идет о детях.

– Какая программа на телеканале «СТВ» вам нравится больше всего и почему?

– Наш информационный канал «24 часа». Недавно нам удалось объединить все вечерние выпуски в одну программу. На протяжении часа ведущий знакомит зрителей со всеми новостями страны, Минщины, столицы, спортивными достижениями. Я вижу изнутри, как это готовится: все силы отдаются на то, чтобы оперативно рассказать о главных событиях в стране и мире в одном выпуске.

– Как готовитесь к эфиру? Как вам удается так легко общаться со всеми гостями?

– К эфиру я готовлюсь, и это нормально. Узнаю максимально о том, о чем собираюсь рассказывать зрителям, и о госте, с которым планирую беседовать. Я всегда настраиваюсь на положительные эмоции и стараюсь превратить интервью в доверительную беседу.

– Телеведущий – это больше диктор или журналист?

– Современный телеведущий – это журналист! Обязательно! Если раньше дикторы могли быть актерами, то теперь чаще всего ведущие готовят свои выпуски или помогают редакторам. Каждый уважающий себя профессионал, который ведет новости, просто обязан быть в теме того, что происходит в стране и мире, понимать, о чем он говорит в кадре, при необходимости импровизировать и быстро написать новость прямо в эфире. Плюс все ведущие редактируют новости



Жюри Международной лиги КВН

«под себя». Это значит, работают с текстом и подбирают слова, которые им комфортнее произносить в эфире и которые они считают более точными и правильными. Стиль подачи – это тоже прерогатива ведущих, если они ответственно работают над новостями.

– Но ведь и актерский талант необходим?

– Обязательно. Но знаете, главное – не переиграть, вот это очень важно. Подача ведущего должна быть максимально сдержанной, выражать эмоции могут глаза, улыбка и стиль ведения. Мне посчастливилось объявлять в эфире множество побед и достижений белорусов, например третью медаль Дарьи Домрачевой на Олимпиаде. Хотелось выпрыгнуть из кадра и скакать на стуле от счастья, но пришлось оставаться на месте. Однако уверена, что все зрители ощутили мою энергетику и гордость за наших героев и страну! Я вообще истинный патриот, а это уже не актерский талант...

– Есть ли качества, особенно необходимые ведущему?

– Умение владеть собой, ведь часто бывают форс-мажоры. Не готов сюжет, летит срочная новость, сломался суфлер, нет первого номера... За мою почти 15-летнюю карьеру ведущей случалось еще и не такое! Приходилось начинать выпуск, когда не был готов ни один сюжет.

Не успевали сделать грим, не открывалась костюмерка, не работал микрофон... Всякое было! И главное в этой ситуации – выдохнуть, собраться и быть готовой к любой нештатной ситуации. Это самое сложное. Но надо сказать, что именно при таком экстриме включаются какие-то резервные способности, которые помогают максимально сосредоточиться и найти выход из любой ситуации. Однажды вместо сюжета просто включили фрагмент выступления, и получилось «как надо». Потянули время, пока не смонтировали материал.

– За время вашей работы телевидение стало... другим?

– Вообще все изменилось. Кажется, прошло не 20 лет, а целый век! Сегодня уже качество HD, а начинали со светящегося в эфире ореола за ведущей, которую писали на ри-экране синего цвета и накладывали сверху картинку. Это было забавно. О чем говорить, если первые сюжеты мы еще печатали на машинке. Не было мобильных телефонов, и часто на съемки договаривались, даже звоня с телефона-автомата. Сейчас в хорошем смысле «летают картинки» – для видео нет границ. Только что сняли в Эквадоре, через несколько минут монтируют в Минске. «Летают» и журналисты. Скорости увеличились не только в небе, но и на рабочих местах. В «час пик» в телестудии такое движение, что переходить «через дорогу» в коридоре нужно очень аккуратно, особенно с кофе.

– Помните свой первый эфир?

– Помню, но смутно. Это было очень волнительно, но я справилась. У меня всегда так: даже сумасшедшее волнение никогда внешне не проявляется. Но после эфира хотелось сказать: «Не приду сюда больше». Прошло уже много лет...

– Что бы вы посоветовали начинающим теле- и радиожурналистам?

– Обязательно пройти репортерскую школу. После нее уже ничего не страшно. И не нужно бояться ни полей, ни дождей, ни массовых мероприятий, ни эксклюзивов... Чем сложнее вначале, тем проще потом. Набивайте руку, экспериментируйте, не бойтесь быть пытливыми, креативными, бойтесь быть банальными и скучными. Ищите то, что сделает вашу новость особенной. Не надейтесь сразу на славу. Работайте много и с самоотдачей, все придет.

– Расскажите о том, как готовится материал.

– Это кажется, что творческие люди ждут музу. Что касается журналистов, да еще и на телевидении, то муза слишком медлительна для нашего темпа жизни (при всем уважении к музе, я ее тоже люблю). Но если ждать вдохновения, то ты просто везде опоздаешь, к эфиру – точно. Мой принцип подготовки к съемкам – это предварительно как можно больше узнать о событии и договориться об интервью. Тогда на месте

не надо тратить время на поиски людей и информации. Оказавшись в центре событий, стараюсь максимально получить данные, которые сделают материал если не эксклюзивным, то хотя бы оригинальным. Даже если это не новостной сюжет, а просто информационный. Особенно когда не надо особо торопиться и можно поработать с текстом. А вообще мои программы – это муки творчества, особенно сценарии. Часто приходится писать по ночам, когда утром надо на монтаж. И тогда уж кусаю ногти, выпиваю литры кофе, перекапываю горы информации. В эти моменты я максимально сосредоточена и даже не разрешаю себе включить радио или телевизор. В работе я к себе строга и всем это советую.

– Вашу биографию на сайте телеканала писали несколько лет назад. Что бы вы изменили или добавили в этот список?

✍ «Находясь в студии новостей, чувствует себя в эпицентре мировых событий».

– Это актуально.

✍ «Любит, когда ее узнают сотрудники ГАИ, и терпеть не может, когда ее узнают в магазине».

– Это тоже!

✍ «Не ездит на общественном транспорте, но близка к народу».

– Стала чаще пользоваться общественным транспортом – маршруткой, метро. Но также часто могу нечаянно не туда заехать, все-таки 20 лет за рулем. А близость к народу – это на всю жизнь!

✍ «Рыба по гороскопу, но не ест рыбу».

– Полюбила рыбу, особенно на гриле.

✍ «Редко берет в руки книги, при том что много читает».

– Сейчас часто в руках детские книги...

✍ «Часто меняет прически и цвет волос, а вот на экране сохраняет один и тот же имидж на протяжении нескольких лет».

– Вот это тоже неизменно! Точнее, перемены – это моя стабильность!

✍ «Не карьеристка, но трудоголик. Считает себя в жизни и на телеэкране разной. Воспитывает очаровательного сынишку».

– Да! Да! Да!

Дарья Садеги

Фото из архива Екатерины Забенько

«МОЛОДЫЕ ЖУРНАЛИСТЫ НЕ ДАЮТ ПОКОЯ»

МЫ ПОГОВОРИЛИ С ПРЕДСЕДАТЕЛЕМ БЕЛОРУССКОГО СОЮЗА ЖУРНАЛИСТОВ ЗАСЛУЖЕННЫМ ДЕЯТЕЛЕМ КУЛЬТУРЫ АНАТОЛИЕМ ИВАНОВИЧЕМ ЛЕМЕШЕНКОМ О ТОМ, КАКОВА ДИНАМИКА ВСТУПЛЕНИЯ МОЛОДЫХ ЖУРНАЛИСТОВ В БСЖ, ИЗМЕНИЛИСЬ ЛИ ЗАДАЧИ И РАБОТА В СОЮЗЕ.

– Анатолий Иванович, какова динамика вступления молодых журналистов в БСЖ?

– Динамика вступления молодых журналистов радует нас, мы даже не подозревали, что такой большой интерес к такой уже «седой» организации может быть у молодых специалистов.

В прошлом году мы отметили 60-летие, для организации – не так уж и много, но все-таки уже солидный возраст. В среднем у нас за год вступает в союз 70 новых членов. Радует то, что две трети из них – молодые журналисты (около 30 лет). Подозреваю, сработало и то, что мы на предыдущем съезде изменили в уставе необходимый стаж журналистской работы для вступления в БСЖ. Раньше нужно было проработать пять лет, сейчас – достаточно трех. Более того, в исключительных случаях секретариат может принимать «чрезвычайное решение». Например, если человек победил на конкурсе «Дебют», созданном нами для раскрытия талантов молодых журналистов, которые проработали в медиапространстве не более пяти лет.

– Расскажите, пожалуйста, о работе с молодыми журналистами.

– Работа с молодыми специалистами главным образом строится на моем опыте главного редактора. Последние 15 лет моей творческой карьеры я был главным редактором газеты «Рэспубліка» с хорошим тиражом, хорошим составом и репутацией. На одной из пресс-конференций с Александром Григорьевичем Лукашенко я задал ему вопрос: «Как вы думаете, если мы более активно будем развивать уже забытое движение наставничества, не будет ли это пахнуть нафталином?».

Тогда он ответил, что считает это разумным подходом. Будучи редактором в те годы, я видел, что опытные журналисты не торопились помогать молодым. Молодые ведь тоже разные бывают: одни приходят такие бойкие и уже сразу могут дать фору некоторым из опытных,



Анатолий Лемешенко

а многие вступают на эту длинную творческую трудную стезю робко и неуверенно. И тогда я пошел на маленькую хитрость: стал доплачивать опытным журналистам-наставникам и привлекать к этой работе тех, кто вышел на пенсию, но до этого много проработал в газете. Материальная заинтересованность была, но главное в том, что опытные журналисты просто ждали этого толчка, им самим было интересно общение и обмен



опытом с молодежью. Ведь увлекательно сверять свои позиции, в чем-то спорить, это приносит всем пользу. Мы сделали наставничество одним из направлений своей работы. И когда подводим итоги конкурса «Дебют» и награждаем наших молодых «бойцов», тут же награждаем и целую группу наставников. Ну конечно, молодежь и сама не дает нам здесь, в союзе, дремать.

– Молодые журналисты что-то привносят в работу БСЖ?

– Привносят движение, инициативы. Вот, например, Андрей Кривошеев, известный репортер, оказался самым молодым в составе секретариата. Он молодец, не дает покоя никому, и по его инициативе мы оформили свое членство в Международном союзе журналистов. Это членство дает возможность нашим журналистам брать интервью у официальных лиц за рубежом, а также бесплатно посещать театры, музеи, выставки в Европе.

В погоне за темой о молодых журналистах, о будущем мы подзабыли о ветеранах журналистики, о тех, кто очень много лет трудился на этой ниве, прошел этот тяжелый путь и сейчас находится в силу своего здоровья, преклонных лет не в лучшем состоянии. Только в Минском отделении ветеранов журналистики, которое возглавляет Александра Евдокимовна Вьюнова, еще недавно было 310 человек, а сейчас – 270, они уходят. И я чувствую,

что мы здесь недорабатываем. Я думаю, надо находить возможности поощрять их. Вот мы провели шахматный турнир среди ветеранов журналистики, посвященный 60-летию организации. Надо сказать, что многие наши ветераны очень активные, творческие люди. И в свои немолодые годы они пишут, выпускают книги. Естественно, мы их поддерживаем. Но все равно я чувствую, что они хотели бы большего от нашего сообщества. Мы будем и дальше думать, как улучшать это положение.

– Изменились ли работа и задачи БСЖ с учетом требований времени?

– Во-первых, мы решили изменить структуру союза журналистов. Это не бюрократический аппарат, как некоторым кажется со стороны. На самом деле в союзе журналистов официально трудоустроены только четыре человека – председатель, заместитель, секретарь и бухгалтер. Главная работа перенесена в наши большие творческие организации. Потому что там, на местах, быстрее схватывается вся новая технологическая инфраструктура. Еще мы пошли по новому пути, стали соучредителями сетевого издания Median.a.by, который планируем наполнять своим контентом, касающимся работы БСЖ. Ну и напомним: мы по-прежнему соучредители журнала «Журналист». Собственный сайт – это наша ахиллесова пята. Он у нас слабенький, но таким ему уже недолго оставаться.

– Молодые журналисты: какие они сегодня?

– Они любопытные, активные, и можно словами из песни сказать: «От них не спрятаться, не скрыться...». Любопытные люди, как правило, становятся полезными обществу, а журналисты именно такими являются, потому что они видят больше, их кругозор шире, словарный запас богаче.

В этой жизни ничего не бывает сплошным белым или сплошным черным. Многие бросились искать легкий путь в сети и провозгласили себя блогерами. Некоторые довольно безграмотные люди, правда, сумели себя подать за счет какой-то активности и набрать немало посетителей. Но на самом деле им особо нечего сказать.

В этой жизни ничего не бывает сплошным белым или сплошным черным. Многие бросились искать легкий путь в сети и провозгласили себя блогерами. Некоторые довольно безграмотные люди, правда, сумели себя подать за счет какой-то активности и набрать немало посетителей. Но на самом деле им особо нечего сказать.

У меня как у человека, прошедшего практически все на журналистском пути, есть определенная озабоченность будущим молодой журналистики. Понимаете, никогда раньше не было столько фейковой журналистики. Иногда отдельные представители СМИ запускали газетные утки, но ведь это были единичные явления. На самом деле на этом карьере не построишь.

– Чему молодые журналисты учат более опытных? Взаимообмен все-таки есть?

– Естественно, это как сообщающиеся сосуды. Общась с молодежью, иногда ставишь под сомнение некоторые свои убеждения. Я пересматриваю отдельные свои позиции в дебатах с молодыми журналистами. Вижу, что тогда, когда я пришел к определенному мнению, оно было правильным. Но время не стоит на месте, все меняется – и мы к этому должны быть готовы. Нужно свои взгляды пересматривать, сверять, анализировать, и тут мы переходим к аналитической журналистике. Я, например, считаю, что газеты всегда останутся, просто бумажная журналистика будет иметь элитарный характер. Есть такие издания, у которых тираж небольшой, но они влиятельные, на них ссылаются.

Чтение – это вообще особый процесс для человека. И потому, сколько бы ни загоняли «Войну и мир» в интернет, полезнее прочитать ее в красивом издании.

– Кто из молодых у вас самый активный?

– Не хочу кого-то выделять, но посмотрите список на нашем сайте победителей прошлогоднего конкурса

«Дебют». На сегодня они лучшие. Скоро мы опять объявим результаты конкурса, и список лучших молодых журналистов станет еще шире.

– Как, на ваш взгляд, стать успешным журналистом?

– Нужно быть неравнодушным и наблюдательным человеком. Потому что вы можете увидеть то, чего многие не видят.

Приведу пример. У меня есть рыбацкий домик на Браславских озерах. Я часто гуляю по поселку, людей там мало, тихое место. И вот в прошлом году я проходил мимо заброшенного сада и увидел на одной яблоне яблоки. Сорвал, попробовал... Кислые-кислые, и уже перерождается это большое дерево. А потом

присмотрелся, а под ним небольшое деревце растет. Большое его заглушило, и ему так трудно расти, но оно не до конца смирилось. На нем тоже были плоды. Я попробовал – это был сладкий-сладкий белый налив. И подумалось: не будь я журналистом, прошел бы мимо... А теперь вот я рассказал об этом другим.

– Охарактеризуйте белорусскую журналистику.

– Как бы опять меня ни упрекали в нескромности, но я думаю, что белорусская журналистика – лучшее из того, что мы сегодня видим вокруг. У нас она некрикливая, спокойная и уверенная. Достоинство ее в том, что она не высасывает из пальца сенсации и не выдумывает факты. Мы многое освещаем, всегда даем объективную оценку происходящего без какой-либо предвзятости. И я, честно говоря, горжусь, что белорусская журналистика все-таки не сбилась с этого ритма.

– Что бы вы с высоты своего опыта пожелали тем, кто только пришел в профессию?

– Не надо бояться своей работы: она трудная, непростая, часто неблагодарная... И в ней, как и в спорте, могут быть поражения. Но если уж они случаются, нужно вставать с колен, идти вперед и обязательно прийти к цели с чистой душой.

Дарья Печенькова

Фото предоставлены редакцией газеты «СБ. Беларусь сегодня»

ПРИБЫЛЬНЫЙ САЙТ РАЙОННОЙ ГАЗЕТЫ – ЭТО РЕАЛЬНО

ОСОБОЕ МЕСТО СЕГОДНЯ В СФЕРЕ СМИ, БЕЗУСЛОВНО, ОТВОДИТСЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРЕССЕ, КОТОРАЯ ЯВЛЯЕТСЯ ЗЕРКАЛОМ ЖИЗНИ РЕГИОНА. И ЕСЛИ ХОТИТЕ, ОНА И НАРОДНАЯ ТРИБУНА, И СВОЕОБРАЗНЫЙ ЦЕНТР СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ СВЯЗЕЙ С ЧИТАТЕЛЯМИ. С ПЕРВЫХ СТРАНИЦ ГАЗЕТА РАССКАЗЫВАЕТ О ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ, ЕГО ПРОБЛЕМАХ, ЗАБОТАХ И ЧАЯНИЯХ. НАРЯДУ С ЖУРНАЛИСТСКИМИ ТЕКСТАМИ ПОСТОЯННО ПЕЧАТАЮТСЯ И МАТЕРИАЛЫ САМИХ ЧИТАТЕЛЕЙ, В КОТОРЫХ ЧУВСТВУЕТСЯ ОСОБАЯ ТЕПЛОТА. НЕДАРОМ «РАЙОНКУ» НАЗЫВАЮТ САМОЙ РОДНОЙ ГАЗЕТОЙ.

Понятно, что за последнее время региональная пресса претерпела существенные качественные и количественные изменения. Кроме того, бурное развитие интернета вынуждает районные издания перестраивать свою работу в информационном плане. И сегодня актуален вопрос: как печатной версии газеты удержать читателей, а сайтам изданий быть популярными и интересными для аудитории? Неужели они конкуренты друг другу? Возможно ли партнерство между ними, когда в век высоких технологий потребитель желает получать быструю информацию? Хочу поделиться мыслями на этот счет, рассказать об опыте, который мы накопили за последние годы.

Будущее газеты мы связываем с интернет-ресурсом издания. В 2016 году редакция «Аршанской газеты» первой среди районных газет Витебской области провела редизайн сайта. Благодаря изменению дизайна мы получили современный удобный интерфейс, увеличили размер и качество изображений. Появилась мобильная версия сайта. Она адаптирована для любых видов гаджетов: смартфонов, планшетов, и функционально не уступает полной версии сайта. Также улучшилась структура подачи информации. Все записи разделены на тематические блоки, что облегчает пользовательский поиск.

После редизайна сайта редакция получила положительные отзывы. Перемены отразились и на посещаемости. Сегодня, по данным «Яндекс. Метрики», сайт имеет в сутки до 1500 посещений. Дополнительный контент,



Анастасия Турок

размещаемый на сайте, дает скачки посещаемости до 2000 уникальных посетителей в сутки. Ежедневно доля новых посетителей сайта составляет около 50 %, что говорит о том, что сайт имеет постоянную аудиторию и привлекает интерес новых пользователей.

Сайт orshanka.by обновляется по будням несколько раз в день. Все заголовки и тексты новостей адаптируются для сайта в соответствии со стандартами интернет-журналистики. Для распространения пользователями контента сайта на своих страницах в социальных сетях над каждой записью сайта размещены специальные кнопки «Поделиться».

Активно занимаемся продвижением бренда издания – как печатного, так и интернет-ресурса. Считаем это направление в своей работе просто необходимым. Совсем не важно, что наша газета региональная. Почему бы не заявить о себе в масштабах области и даже республики! Ведь это не только повышает имидж газеты, но и привлекает новых подписчиков, рекламодателей. Впервые в 2018 году «Аршанская газета» стала информационным партнером международной оптовой выставки-ярмарки «Культбыхозтовары-2018», в 2019-м – Недели предпринимательства и делового форума «Развитие предпринимательства в Беларуси: стратегия и тактика». Второй

Сегодня, по данным «Яндекс. Метрики», сайт имеет в сутки до 1500 посещений. Дополнительный контент, размещаемый на сайте, дает скачки посещаемости до 2000 уникальных посетителей в сутки. Ежедневно доля новых посетителей сайта составляет около 50 %, что говорит о том, что сайт имеет постоянную аудиторию и привлекает интерес новых пользователей.

Продолжается работа по продвижению бренда «Новости Орши» в соцсетях. Увеличивается интерес к интернет-ресурсу газеты, растет число подписчиков. Группа «Новости Орши» в социальной сети «Одноклассники» в августе 2019 года насчитывает более 5000 участников. В группе «Новости Орши» в социальной сети «ВКонтакте» состоит более 3100 человек. Размещение ссылок на статьи с сайта orshanka.by в соцсетях дает существенный прирост посещаемости.

В августе 2018 года появился аккаунт в Instagram, на август 2019-го он насчитывает более 5700 подписчиков. В рамках аккаунта реализуется проект #старая_орша, посвященный Году малой родины: публикуются архивные фото, снимки исторических объектов Оршанского региона. Обсуждение времени и места съемки проходит в интерактивном формате: пользователи оставляют комментарии, предлагая свои версии правильных ответов. Девиз аккаунта «Новости Орши» в Instagram – новые фото Орши каждый день.

В октябре 2018 года при поддержке Посольства Великобритании и Министерства информации Республики Беларусь в рамках проекта «Развитие цифровых технологий» на базе «Аршанской газеты» для журналистов прошли тренинги зарубежных коллег «Разработка мультимедийной стратегии в области работы с текстовым и видеоконтентом», «Основы мобильной видеосъемки и создание новостных сюжетов». С тех пор мы начали снимать видеоролики в формате «мобильной журналистики». Для размещения сюжетов создан канал «Новости Орши» на YouTube. Двухминутные ролики снимаются и монтируются на смартфоне, сопровождаются субтитрами для просмотра, в том числе и без звука.

год газета выступает информационным партнером премии потребительского признания «Народная марка». Реализуем проект «Подписная кампания», которая предусматривает проведение в почтовых отделениях города и района дней подписчика на газеты и журналы Республики Беларусь и «Аршанской газеты». С участием пищевых предприятий Оршанского района проводим дегустацию продукции, подписчикам вручаем фирменные сувениры редакции.

Много совместных проектов и с бизнесом. Один из примеров – конкурс фотографий и историй о животных, которых взяли с улицы или передержки. Спонсором проекта стал зоомагазин, а фотографии и трогательные истории вызвали большой интерес у читателей. Сегодня у этой записи на сайте более 22 000 просмотров.

Мы объединили несколько целей: проект стал социальным, вызвал большой читательский отклик и помог в продвижении новому зоомагазину, который впоследствии не однажды возвращался как рекламодатель на наши интернет-ресурсы.

Постепенно стали зарабатывать от рекламной деятельности и на сайте газеты. Только в прошлом году эта сумма превысила 1500 рублей. Возможно, это не очень много, но позволяет покрывать расходы на хостинг и обслуживание домена. Рекламодатели обращаются за текстовой и баннерной рекламой, а также приходят через социальные сети.

Эффект от деятельности по продвижению бренда уже есть. Например, сегодня нашу газету выписывают не только жители Оршанского региона. Более 150 подписчиков насчитывается в Минске и Минской области, более 20 – в Витебске, почти столько же – в Дубровно,

ЭФФЕКТ ОТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ БРЕНДА УЖЕ ЕСТЬ. НАПРИМЕР, СЕГОДНЯ НАШУ ГАЗЕТУ ВЫПИСЫВАЮТ НЕ ТОЛЬКО ЖИТЕЛИ ОРШАНСКОГО РЕГИОНА. БОЛЕЕ 150 ПОДПИСЧИКОВ НАСЧИТЫВАЕТСЯ В МИНСКЕ И МИНСКОЙ ОБЛАСТИ, БОЛЕЕ 20 – В ВИТЕБСКЕ, ПОЧТИ СТОЛЬКО ЖЕ – В ДУБРОВНО, ТОЛОЧИНЕ. ЧТО КАСАЕТСЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ, ТО ИХ КОЛИЧЕСТВО ПОСТЕПЕННО РАСТЕТ.

Толочине. Что касается рекламодателей, то их количество постепенно растет. Появляются новые партнеры по всей стране, в том числе и крупные известные компании. В базе рекламодателей нашей газеты более 1500 клиентов.

Такой продукт, как средство массовой информации, – товар специфический для потребителя. Он интеллектуальный. Поэтому приходится заботиться не только о качестве публикаций, но и о снижении расходов на производство, об оптимальной реализации тиража, привлечении рекламы, расширении рынка сбыта издания и т.д.

Цена за газету, которую платит подписчик, складывается из двух составляющих: издательской цены, которая включает в себя все редакционные затраты на выпуск газеты, и почтовых расходов на доставку газеты до читателя. И на этом вопросе хотелось бы остановиться отдельно. Порядка 40 % от подписной цены составляют почтовые расходы по доставке газеты в пределах региона распространения, т.е. в пределах своего района и города. Все экземпляры, которые выписывают из других регионов, требуют дополнительных затрат редакции для экспедирования и доставки до читателя, что отнимает еще порядка 18–20 % от подписной цены. Как видим, у редакции мало возможностей сделать газету более дешевой

Также нельзя обойти тот вопрос, что мы, по сути, работаем сегодня в трех направлениях: печатная версия газеты, интернет-ресурс, соцсети. Мы хотим, чтобы газета была популярной, читаемой, с солидным тиражом. И концентрируем свои ресурсы больше на печатной версии издания. Понимаем, что сайт нужно развивать, но как найти баланс?

Чтобы одна и та же информация работала в газете, на сайте и в социальных сетях, по сути, нужно подготовить несколько разных продуктов: аналитику для газеты, индивидуально «упаковать» новость для каждой соцсети, снять и смонтировать видео. СМИ становятся конвергентными, это требует от журналистов универсальности и в то же время поднимает вопрос заинтересованности работников. По сложившейся практике, журналисты получают гонорары за статьи, опубликованные в газете. Вопрос оплаты труда на остальных платформах остается открытым: редакция не может решить его только за счет существующего гонорарного фонда. Таким образом, заслуживают внимания механизмы оплаты труда работников редакций и совершенствование штатного расписания с учетом новых требований времени.

Сегодня региональным СМИ непросто оставаться на плаву, быть интересными для своих читателей, когда в медийную сферу так стремительно внедряются новые технологии. Поэтому нужно бежать, обгоняя время,

ПО СЛОЖИВШЕЙСЯ ПРАКТИКЕ, ЖУРНАЛИСТЫ ПОЛУЧАЮТ ГОНОРАРЫ ЗА СТАТЬИ, ОПУБЛИКОВАННЫЕ В ГАЗЕТЕ. ВОПРОС ОПЛАТЫ ТРУДА НА ОСТАЛЬНЫХ ПЛАТФОРМАХ ОСТАЕТСЯ ОТКРЫТЫМ: РЕДАКЦИЯ НЕ МОЖЕТ РЕШИТЬ ЕГО ТОЛЬКО ЗА СЧЕТ СУЩЕСТВУЮЩЕГО ГОНОРАРНОГО ФОНДА. ТАКИМ ОБРАЗОМ, ЗАСЛУЖИВАЮТ ВНИМАНИЯ МЕХАНИЗМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА РАБОТНИКОВ РЕДАКЦИЙ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ШТАТНОГО РАСПИСАНИЯ С УЧЕТОМ НОВЫХ ТРЕБОВАНИЙ ВРЕМЕНИ.

для подписчиков. Хотя мы ищем разные варианты и заключили договор с РУП «Белсоюзпечать» на оформление подписки для наших читателей практически по издательской цене (РУП «Белсоюзпечать» берет менее 1 % за свои услуги), но газету нужно забирать самому в одном из киосков «Белсоюзпечати». С каждым месяцем число читателей, подписавшихся таким образом, становится больше.

быть мобильными в прямом и переносном смысле этого слова, внимательно прислушиваться к своей аудитории, серьезно работать над контентом своего издания.

Анастасия Турок,
главный редактор «Аршанской газеты»

Фото из личного архива Анастасии Турок

ГЕННАДИЙ ДАВЫДЬКО:

«МЫ ФОРМИРУЕМ КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ НАШЕГО БУДУЩЕГО»



В ИЮЛЕ 2019-ГО В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ ПРОШЕЛ VI ФОРУМ РЕГИОНОВ БЕЛАРУСИ И РОССИИ. НЕ ЕДИНОЖДЫ НА РАЗЛИЧНЫХ СЕКЦИЯХ ПЛЕНАРНОГО ЗАСЕДАНИЯ УВАЖАЕМЫЕ ЭКСПЕРТЫ ИЗ БЕЛАРУСИ И РОССИИ ОЗВУЧИВАЛИ МНЕНИЕ О ТОМ, ЧТО НАДО УСИЛИТЬ ПОДДЕРЖКУ МОЛОДЕЖИ. ИМЕННО ЭТА ЗАДАЧА – ОДНА ИЗ ПРИОРИТЕТНЫХ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОО «БЕЛАЯ РУСЬ». О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ В ДАННОМ НАПРАВЛЕНИИ, ЕЕ ПРОЕКТАХ И ПЛАНАХ МЫ ПОГОВОРИЛИ С ЗАМЕСТИТЕЛЕМ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ПОСТОЯННОЙ КОМИССИИ СОВЕТА РЕСПУБЛИКИ НАЦИОНАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ ПО РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКЕ И МЕСТНОМУ САМОУПРАВЛЕНИЮ, ПРЕДСЕДАТЕЛЕМ РОО «БЕЛАЯ РУСЬ» ГЕННАДИЕМ БРОНИСЛАВОВИЧЕМ ДАВЫДЬКО.

– Геннадий Брониславович, какая из задач является главной в работе с молодежью?

– Во время Послания белорусскому народу и Национальному собранию глава государства поставил перед нами задачу: работать с кадровым потенциалом. Наши кадры – это рабочая молодежь. Мы пытаемся формировать кадровый потенциал нашего будущего. В этом и есть основная задача в работе с молодежью РОО «Белая Русь». Видеть перспективных лидеров и рекомендовать их в кадровые резервы на разных уровнях.

– Кого вы принимаете в ряды «Белой Руси»?

– В нашей организации должны быть мечтатели. Люди, которые умеют мечтать широко и знают, чего они хотят от жизни. Это люди, которые мечтают о том, чтобы благополучие их соотечественников и государства в целом улучшалось. Люди, которые встревожены тем, что благостное пребывание в мире,

в покое, в достатке, в гарантии социального порядка может быть невечным. Поддержание тех устоев и ценностей, которые мы завоевали за время собственной независимости, активная защита этих ценностей – это и есть главные задачи членов «Белой Руси». Важно, чтобы незабываемые ценности, на которые время от времени посягают разного рода СМИ и в адрес которых случаются различного рода экономические агрессии, порой, к слову, со стороны дружественных стран, сохранялись и чтились.

Благодаря членству в нашей организации увеличиваются возможности на пути к достижению желаемых целей. Среди ярких примеров – восстановление Бобруйской крепости, создание музея скульптур под Брестом. Признаться, примеров того, для чего люди вступают в «Белую Русь», очень много. К слову, среди членов нашей организации есть граждане КНР и граждане Азербайджана.

– **Очень интересно. Расскажите, пожалуйста, об этом подробнее.**

– А все просто. Когда я спрашиваю азербайджанца, почему он вступил в «Белую Русь», он не задумывается, а дает конкретный ответ. Он доволен атмосферой Беларуси, в которой живет или часто бывает по вопросам бизнеса. И он хочет, чтобы эта благоприятная атмосфера сохранялась. Соответственно, он вступил в объединение, которое поддерживает и полностью разделяет его позицию и взгляды.

– **В реализации каких международных проектов участвует «Белая Русь»?**

– С итальянскими партнерами реализуем сейчас геронтологический проект в области здравоохранения. Работаем над комплексом мероприятий по оказанию бесплатной диагностической помощи пожилым людям. Это серьезный системный проект, которым мы планируем заниматься вплотную. Осенью хотелось бы его уже запустить. Также у нас существует предварительная договоренность с партией «Прорывающая Армения» о реализации информационного проекта: мы проводим конкурс молодых журналистов «Золотое перо», у них есть аналогичный. Хотим собрать группы пишущих, думающих молодых людей и организовать для них совместные лагеря. Цель – чтобы они глубже понимали традиции, историю и современную жизнь наших народов.

Совсем недавно мы подписали дорожную карту с «Единой Россией». Будем плотно сотрудничать по обмену информацией. Вообще мне очень хочется наладить контакт с соседями. Для литовцев планирую экскурсию на нашу АЭС. Дружим мы и с достаточно экзотическими странами, например с Лаосом. Не так давно мы принимали делегацию из этой страны, очень тепло и душевно все получилось. Также у нас очень хорошие отношения с КНР. Думаю, что вскоре начнем обмениваться опытом, а соответственно – организовывать двусторонние поездки.

– **Чем еще сегодня живет «Белая Русь»?**

– Приоритетные направления – это болевые точки нашего общества и времени абсолютно во всех отраслях: политической, экономической, экологической, социальной. Вот где болит, там и должна появляться «Белая Русь», чтобы снимать эту боль. Мы не третейский судья, у нас миссия другая... Нельзя вылечить болезнь одной таблеткой. Это постоянный и нелегкий труд. Жить – то тоже непросто. Если у тебя нет цели, нет идей, если тебя ничего не волнует и ты не пытаешься прогнуть и изменить этот мир, то тогда да – ты уязвим. «Белая Русь» занимается теми вещами, которые можно и нужно улучшить. Например, тема одиноких людей. Людей, которые попали в непростую жизненную ситуацию из-за своих человеческих качеств. Бывает же, человек оступился... У нас много общественных приемных, мы очень



Геннадий Давыдько

стареемся помогать. Большинство людей видят причину собственных бед вне себя, но ни в коем случае не в себе самом. Гармонизация общества – это тоже часть нашей работы, гармонизация отношений на оси «власть – народ». А в идеале – объединение власти и народа. Это главное, чем занимается «Белая Русь».

– **Геннадий Брониславович, «Клуб редакторов» для вас сегодня как для человека не столько в медиа, сколько над медиа – это...**

– На сегодня в Беларуси это единственная политико-аналитическая программа, которая оппонирует некоторым выпадам извне. В «Клубе редакторов» существует очень тонкая грань в обсуждении того, что и как отражают современные СМИ. В основе нашего анализа – борьба мнений. Меня часто упрекают, что я не приглашаю в программу представителей так называемых оппозиционных СМИ. Приглашаю, но толку нет. Они приходят не ради здоровой дискуссии, а просто высказать собственную точку зрения. Нас же смотрит взрослый зритель, который хочет понимать и разбираться в теме и предмете разговора в «Клубе редакторов». Приятно, когда бываю в командировках, слышать от просто встречаемых людей их мнение после просмотра нашей программы. Радует, что «Клуб редакторов» смотрят и обсуждаемые темы находят свое отражение в нашем гражданском обществе.

Анна Петкевич

Фото из личного архива Геннадия Давыдько

ИНИЦИАТИВУ РОЖДАЕТ «РАЙОНКА»

ПРОЕКТ ТЕПЛОТЫ И ДОБРОТЫ



Андрей Остапеня собрал в одной книге старые фотографии из разных семейных коллекций читателей одного издания и прокомментировал их короткими осмыслениями-подписями. Что из этого получилось – можно понять, перелистав только всю книгу «Каменетчина на старых фото», вышедшую в минском издательстве «Кнігазбор» в нынешнем, 2019 году. Напомним: в Год малой родины!

В предисловии к публикациям, которые печатаются в сборнике «как есть», «без вмешательства посторонних дизайнеров и верстальщиков», можно прочитать следующее: «В 2009 году был инициирован проект «Старый Каменец» для того, чтобы сравнить город Каменец на старых фотографиях с современными видами. Фотографии собирались всем миром: в первую очередь

«раскулачивались» друзья, соседи и знакомые, затем друзья друзей, знакомые знакомых – была запущена цепная реакция, как в учебнике по ядерной физике. Агитационные материалы публиковались в «Вечернем Бресте», «АиФ в Беларуси», на интернет-портале tut.by. Сформировался костяк отчаянных любителей старины, которые стали интересоваться – горожане с удовольствием помогали: кто фотографиями, кто словом или советом. Благодаря интернету (не тому, который мировая свалка, а который на пользу всему человечеству) были получены фотографии из США, Австралии, России, Польши, Германии. Однако предел возможностей был достигнут очень быстро, поток фотографий перестал расти, но был стабильным, пока не наступил 2016 год».



Симеоновская церковь



Школа

Что же случилось в 2016 году?.. Случилось то, что должно случаться с каждой здоровой инициативой, когда в нее вкладывают сердце, вдыхают душу. Когда кто-то деятельный не может созерцать спокойное, тихое, гладкое течение времени... «Благодаря бесконечной энергии главного редактора газеты "Навіны Камянецчыны" Виктора Ивановича Дулевича проект "Старый Каменец" выплеснулся типографскими чернилами в широкие массы горожан и жителей нашего района в новой ипостаси – "Каменетчина на старых фото". К сбору подключилась районная библиотека. И как результат – за год количество собранных фотографий увеличилось в два раза – перевалило за 2600 штук от 155 человек! Не всех подряд, а избранных, самых-самых: с высокоточным исполнением, богатой историей, глубоким смыслом, полных мелкими, но приятными для изучения деталями...»

И удачи генераторов проекта поджидали буквально на каждом шагу. Людям хотелось через историю, некогда запечатленную ими самими, их близкими, рассказать о родном крае, о своей собственной жизни, хотелось



Торговая площадь

передать память времени последующим поколениям, придать всему этому общественное звучание. Фотография стала настоящим медийным оружием!.. Только использовалось это «оружие» в добрых целях. Только выступило это «оружие», или, пожалуй, даже новый жанр, как воспитатель читателя, воспитатель масс.

В 2017 году произошло в этом инициативном проекте великое событие: в результате упорного сканирования, на что ушло полгода, было получено 6700 (!) цифровых фотографий города, района. Значительное место в коллекции, которая была создана на основе съемок учителя Георгия Георгиевича Грушевского, занимала школа № 2 в Каменце, где и работал общественный фотолетописец.

Читаем дальше в предисловии к теперь уже книге «Каменетчина на старых фото», жанр которой определен как «альбом публикаций»: «Итого. Три года кряду в 151 номере газеты «НК» было опубликовано 700 старых фотографий Каменца и района, раскрывших его облик и дух с последних лет XIX века до момента обретения нашей страной независимости в 1991 году. 175 человек и организаций откликнулись и помогли. Получено 9700 оригинальных и цифровых копий фотографий. Самых лучших фотографий! Кроме того, два человека с помощью этих фотографий нашли своих родственников, и утраченные контакты между семьями были восстановлены!».

Низкий поклон каменецкой районной газете за реализацию по-настоящему творческой инициативы!.. Книгой «Каменетчина на старых фото» (издана она тиражом всего 99 экземпляров) районные журналисты еще и показали, что можно делать с целью привлечения читателя, как газета может выступить организатором доброго и важного, общественно значимого дела. Уверен: такой творческий урок заметят многие коллеги.

Кирилл Ладутко

Фото из архива редакции газеты «Навіны Камянецчыны»

КУЛЬТУРА В ПОИСКЕ НОВЫХ ФОРМ

«СЛАВЯНСКИЙ БАЗАР» – НЕ ТОЛЬКО ПРАЗДНИК ДЛЯ ГОРОЖАН И ГОСТЕЙ ВИТЕБСКА, ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЗНАКОМИТЬСЯ С РАЗНЫМИ КУЛЬТУРАМИ И ТРАДИЦИЯМИ. ЭТО ЕЩЕ И КРУПНАЯ ДИАЛОГОВАЯ ПЛОЩАДКА, К КОТОРОЙ ПРИКОВАНО ВНИМАНИЕ ВСЕГО МЕДИАПРОСТРАНСТВА БЕЛАРУСИ И МНОГИХ ДРУГИХ СТРАН. НАПРИМЕР, С 2015 ГОДА НЕИЗМЕННО ПРОВОДИТСЯ КРУГЛЫЙ СТОЛ «КУЛЬТУРА И ИСКУССТВО КАК ИСТОЧНИК РАЗВИТИЯ ДУХОВНО-НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ. РОЛЬ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕГО КУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА СЛАВЯНСКИХ НАРОДОВ». И КАЖДЫЙ ГОД УЧАСТНИКАМ ЕСТЬ ЧТО ОБСУДИТЬ И ЧЕМ ПОДЕЛИТЬСЯ.



*Джамаль Мусови, генеральный директор
Национального музея Султаната Оман*

Например, **Джамаль Мусови**, генеральный директор Национального музея Султаната Оман, приехал с внушительным списком примеров сотрудничества с белорусскими коллегами. Вот что он рассказал:

– Культурные отношения между нашими странами получили реальный толчок после 2007 года, когда состоялся визит Президента Республики Беларусь в Султанат Оман. В 2017 году был подписан Меморандум о сотрудничестве между Министерством национального наследия и культуры Омана и Министерством культуры Республики Беларусь в рамках официального визита министра культуры Беларуси в Султанат Оман. Национальный музей Султаната Оман был открыт в 2016 году, и уже в 2017-м мы имели честь принять первую международную выставку – это был совместный проект с Национальным историческим музеем Республики Беларусь. Также между нашими музеями подписан меморандум о сотрудничестве. В этом году Султанат Оман будет представлен как почетный гость на мероприятиях в честь 80-летия Национального художественного музея Республики Беларусь. Мы планируем принять Дни культуры Республики Беларусь в Омани в 2020 году и рассматриваем возможность участвовать в «Славянском базаре» в дальнейшем.

Павел Яковлевич Сухоруков, директор – главный редактор Издательского дома «Звезда», модератор круглого стола, отметил:

– На мой взгляд, роль культуры и искусства в формировании мирного гуманитарного пространства – тема,

которая стоит во главе угла проведения «Славянского базара» в Витебске. Очень приятно, что за последние годы фестиваль из развлекательного мероприятия превратился в мультикультурное действо, цель которого не только показывать Беларусь, но и говорить о тех важных проблемах, которые стоят перед нами – представителями медиа, искусства, культуры в глобальном деле гуманитарных подходов к формированию мироустройства. В этом процессе непосредственная роль деятелей культуры и искусства очень важна.

Юлия Александровна Алейченко, ответственный секретарь журнала «Польмя» (на момент выхода номера – главный редактор журнала «Нёман»), литератор, переводчик, рассказала о роли переводной литературы в формировании культурных связей и развитии национальных языков:

– Кроме непосредственного путешествия в любую страну, понять психологию народа можно через психологию литературного творчества этого народа. Как сказал переводчик Карлос Шерман: «Переведенное на другой язык литературное произведение – это носитель иного способа жизни, иного способа мышления, иных параметров понимания мира. И чем выше художественная ценность перевода, тем большая возможность подсознательного сравнения, которое непосредственно влияет на национальное сознание». Эти слова очень справедливы, потому что художественный перевод выполняет и эстетическую, и просветительскую функцию и, конечно, влияет на формирование белорусского языка, потому что, переводя текст об экзотических реалиях, мы изыскиваем новые формы передачи смысла.

Такую роль в формировании белорусской переводческой школы очень активно играет рубрика «Галасы свету» журнала «Польмя». В последнее время в журнале были опубликованы переводные произведения и классиков, и современных поэтов и прозаиков



Диана Курило, заведующая отделом информации телерадиокомпании «Витебск»

топовыми в других странах. Например, у нас печатались повести и роман Владимира Даниленко – автора, популярного в Украине, также мы открывали для белорусов румынскую литературу в лице знаменитого прозаика Мирча Кэртэреску, который очень

ЦИВИЛИЗАЦИОННОЕ ПОНЯТИЕ КУЛЬТУРЫ – ЭТО СОВОКУПНОСТЬ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБЩЕСТВЕННО ПОЛЕЗНОЙ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ЕСЛИ МЫ БЕРЕМ КУЛЬТУРУ КАК ЧЕЛОВЕЧЕСКУЮ КАТЕГОРИЮ, ТО ГОВОРИМ О ТОМ, ЧТО КУЛЬТУРА ЧЕЛОВЕКА – ЭТО СТЕПЕНЬ ЕГО УЧАСТИЯ В ОБЩЕСТВЕННО ПОЛЕЗНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. ТО ЖЕ САМОЕ МОЖНО СКАЗАТЬ О ГРУППАХ ЛЮДЕЙ – ОБЩЕСТВАХ, НАРОДАХ, СОЦИАЛЬНЫХ СТРАТАХ.

с английского, немецкого, испанского, китайского, польского, украинского, словацкого, сербского, болгарского, русского, азербайджанского, казахского и многих других языков мира.

Что важно: редакция всегда держит руку на пульсе, следит за творчеством литераторов, которые являются

известен в Европе, но для белорусского читателя стал новым и очень интересным культурным явлением. Мы всегда отдаем приоритет произведениям с ярко выраженным национальным колоритом и при этом делаем подробные объяснения. Например, произведения Бигуль Анабаевой (Туркменистан) – очень



Ирина Акулович, генеральный директор информационного агентства «БелТА»

колоритные рассказы о ткачестве, выпечке хлеба, семейных традициях – были бы непонятны читателю без пояснений. Не говоря уже о классической китайской поэзии, которую переводила Елена Романовская. Ее почти невозможно понять без знания мифологических, исторических реалий страны, именно здесь проявляется просветительская функция переводов. Кроме литературы, в журнале печатаются интервью с переводчиками, зарубежными авторами, обзорные проекты о литературах мира. Таким образом, художественные переводы на страницах журнала выступают своеобразной площадкой для международного культурного диалога и взаимного культурного обогащения.

Евгений Анатольевич Сафронов, генеральный директор информационного агентства «Intermedia», высказался о роли культуры в жизни общества:

– В мире есть разные подходы к изучению культурных индустрий, культуры как таковой, но нет единого подхода, нет ясности, что такое культура и как ее изучать. Когда мы говорим о культуре, каждый понимает ее по-своему и говорит о чем-то своем.

Цивилизационное понятие культуры – это совокупность результатов общественно полезной человеческой деятельности. Если мы берем культуру как человеческую категорию, то говорим о том, что культура человека – это степень его участия в общественно полезной деятельности. То же самое можно сказать о группах людей – обществах, народах, социальных стратах. К разной степени культуры у разных групп людей нужно относиться спокойно, потому что все развивается постоянно, но с разной скоростью. Для государственного регулирования используется узкое понимание культуры. Обычно это то, что связано с искусством и досугом.

Если обратить внимание на состав культурной отрасли, то видно, что СМИ являются одним из крупнейших секторов культуры и одним из самых больших секторов в плане финансов. У нас принято культуру недооценивать. Например, марксисты считали, что культура – это надстройка над экономикой. Но если смотреть с точки зрения культуры, никакая экономика не может быть построена людьми низкой культуры. Люди, обладающие высокой культурой, смогут быстро развивать свое общество. Нужно следить за тем, что происходит, нужно быстро развиваться, использовать все возможные способы.

Григорий Семенович Ситница, председатель общественного объединения «Союз художников Беларуси», художник, поэт, поделился своим взглядом на формат фестиваля:

– Творчество не может быть замкнутым процессом, оно должно выходить на новые уровни, к новой аудитории. «Славянский базар», безусловно, один из приоритетных брендов нашей страны, да и не только нашей, поскольку он действительно вырос в не только культурное, но и культурологическое мероприятие огромных масштабов.

Вместе с тем, вот уже столько лет наблюдая это действо, я отмечаю, что время идет, а форма все та же. А всякое время требует новых форм, адекватных времени. Появляются новые поколения, воспринимают нас и то, что мы делаем, по-другому, и об этом нужно говорить. Сохраняя формат, расширяя его, мы должны видеть в любом искусстве адекватный пластичный язык. Какой бы великолепной ни была идея, она не сработает, если ее не облечь в соответствующую форму. Форум должен разрастаться, но сохранит себя он только тогда, когда будет соответствовать времени.

Ирина Борисовна Акулович, генеральный директор Белорусского телеграфного агентства, рассказала о рейтингах материалов о культуре:

– Конечно, от нас, СМИ, зависит, сколько цифр, слов, фраз, эмоций, фотографий мы дадим на тему культуры и искусства. БелТА не может пропустить ни одно событие в нашей стране, мы пишем и о политике, и о спорте, и об экономике. И каждый день смотрим, что интересует людей больше всего. В рейтинговую десятку самых популярных новостей чаще попадают новости, не связанные с культурой. И бывает обидно, потому что журналистам интересно работать с этой темой. Но, мне кажется, неверно думать, что мы должны следовать за мнением. Мы должны формировать мнение, искать новые формы и рассказывать о культуре так, чтобы эти новости были популярны. Более того, мы должны не только не пропускать эти информационные поводы, но и сами их создавать. Например, недавно БелТА вместе с Постоянным комитетом Союзного государства выступило организатором конкурса переводов стихов Максима Богдановича – и откликнулись

сотни участников. Создали ли мы информационный повод? Создали. Интересно ли это людям? Нужно, чтобы было интересно.

Диана Петровна Курило, заведующая отделом информации телерадиокомпании «Витебск», выделила некоторые особенности работы региональных СМИ в сфере культуры:

– Мы в центре событий как в фестивальные дни, так и целый год, потому что заканчивается один «Славянский базар» – и тут же начинается подготовка к следующему. Журналисты региональных СМИ не только сотрудничают с дирекцией фестиваля, но и активно освещают культуру в целом. Региональные новости не всегда насыщенные с точки зрения политики или экономики, потому что культура для нас – это фактически источник новостей. Соглашусь с Ириной Борисовной, что наша задача – создавать информационные поводы, чтобы о нашей культуре узнавало как можно больше людей. Это интересно людям. И журналистам важно понимать, что мы должны не только освещать, но и просвещать.

Екатерина Каплун

Фото Владимира Стрекача

Выдавецкі дом «ЗВЯЗДА»

У згодзе з роднай зямлёй

ПАДПІСНЫЯ ІНДЭКСЫ

«Звязда»	63850
«Літаратура і мастацтва»	63856
«Нёман»	74968
«Малодосць»	74957
«Вожык»	74844
«Алеся»	74995
«Родная прырода»	74926
«Голас Радзімы»	63360
«Беларусь. Belarus»	74820 (беларускі)
	74977 (англійскі)
	74851 (кітайскі)
«Польмя»	74985

ЗВЯЗДА

ЛІМ Літаратура і мастацтва

ПОЛЬМЯ

НЁМАН

БЕЛАРУСЬ. BELARUS

ГОЛАС РАДЗІМЫ

**МАЛА
ДОСЦЬ**

**РОДНАЯ
ПРЫРОДА**

АЛЕСЯ

ВОЖЫК

WWW.ZVIAZDA.BY

220013, г. Мінск, вул. Б. Хмяльніцкага, 10а.
E-mail: info@zviazda.by, тэлефон: (017) 287-19-19

«КАЛІ ХОЧАШ ПАЗНАЦЬ НАРОД – ПАЧНІ З ГІСТОРЫІ»

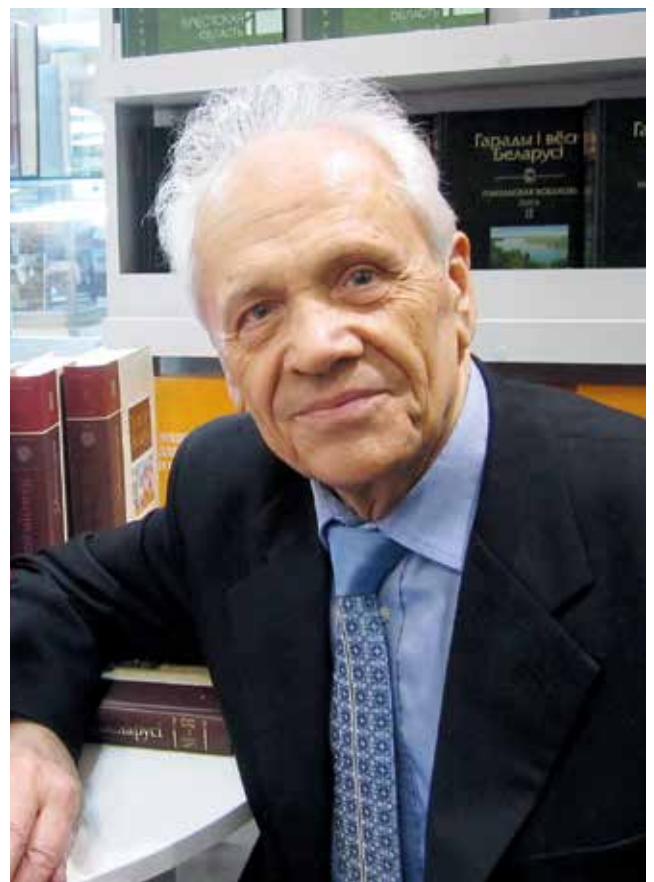
УЛАДЗІМІРА СЦЯПАНАВІЧА ЛІПСКАГА, ПІСЬМЕННІКА І ЖУРНАЛІСТА, ГАЛОЎНАГА РЭДАКТАРА БЕЛАРУСКАГА ДЗІЦЯЧАГА ЧАСОПІСА «ВЯСЁЛКА», ДОБРА ВЕДАЮЦЬ НЕ ТОЛЬКІ Ё БЕЛАРУСІ, АЛЕ І Ё РАСІІ, ІНШЫХ КРАІНАХ. І Ё МІНСКУ, І Ё РОЗНЫХ ГАРАДАХ НА ПОСТСАВЕЦКАЙ ПРАСТОРЫ ВЫЙШЛІ ДЗЯСЯТКІ ЯГО КНІГ. ТВОРЫ УЛАДЗІМІРА ЛІПСКАГА ПЕРАКЛАДЗЕНЫ НА МНОГІЯ МОВЫ НАРОДАЎ СВЕТУ. НАША ГУТАРКА З ПІСЬМЕННІКАМ – ПРА ЖЫЦЦЁ, ЛІТАРАТУРУ, ПРА ТОЕ, ШТО ДАПАМАГАЕ ЯМУ ПРАЦАВАЦЬ НАСТОЙЛІВА І ПЛЁННА.

– Уладзімір Сцяпанавіч, вы шмат друкуецеся і ў Беларусі, і ў Расіі, і ў іншых краінах. Наколькі важныя для вас адносіны з замежным чытачом?

– Письменник, калі ён не проста член саюза, а адчувае сілу, моц свайго творчага слова, абавязкова хоча быць пачутым. Гэта як у героя вядомага апавядання «Шчасце» класіка нашай літаратуры Янкі Маўра. Ідзе хлопчык. Насустрэча яму дарослы. Спыніліся. Пагаварылі. Сабраліся ўжо разыходзіцца. Але хлопчык іскрыста глядзіць у вочы дарослага, быццам залівае яго сваім шчасцем. І раптам з яго грудзей вырваўся крык: «Дзядзька! Шапка!». На галаве хлопчыка была новая шапка, якую ён, мабыць, надзеў упершыню. Ён жа паверыў, што і сонца сёння свеціць толькі таму, што ўсе ўбачылі яго абноўку. А дарослы праходзіць міма...

Вось і мне, калі пачаў пісаць для дзяцей, захацелася падзяліцца сваім «шчасцем». Я лічу, нам, пісьменнікам, трэба клапаціцца пра тое, каб дзеці розных краін ведалі адзін аднаго, сябравалі, дзяліліся «шчасцем». З такім настроем паслаў калісьці ў маскоўскае выдавецтва «Детская литература» свае апавяданні. Яны выйшлі асобнай кнігай «Гостинец». Быццам зрабіў расійскім дзецям падарунак ад нашых дзяцей. А ў маскоўскім выдавецтве «Малыш» нарадзілася кніга «Цветок папоротника» (сумесна з Ірынай Сяргеевай). Гэта пра маю Айчыну, Беларусь. Калі хочаш пазнаць народ, пачынай з гісторыі, інакш не зразумееш характар.

Наша гісторыя для мяне святая. У Беларусі я на гэтую тэму маю некалькі кніг: «Я тут живу», «Свіцязянская



Уладзімір Ліпскі

Я ЛІЧУ, НАМ, ПІСЬМЕННІКАМ, ТРЭБА КЛАПАЦІЦЦА ПРА ТОЕ, КАБ ДЗЕЦІ РОЗНЫХ КРАІН ВЕДАЛІ АДЗІН
АДНАГО, СЯБРАВАЛІ, ДЗЯЛІЛІСЯ «ШЧАСЦЕМ».

Русалка», «Гомельская зямля – радзіма твая і мая», «Вясёлка над Нёманам», «Азбука жыцця». Зусім нядаўна дзеці атрымалі ад мяне новы падарунак – аповесць-споведзь «Мая Беларусь». Вельмі б хацелася, каб яна стала школьным дапаможнікам для дзяцей маёй краіны. А можа, і неабходнай пазнавальнай ластаўкай для дзяцей з суседніх краін – Расіі, Польшчы, Літвы, Украіны... Бо ўсе на Зямлі сваякі! Я гатовы перадаць «Маю Беларусь» у добрыя рукі любога перакладчыка. Мая споведзь перад Радзімай, перад васільком ў полі, перад салаўём-салістам, перад буслом, гаспадаром балот, – гэта прызнанне ў любові і нізкі паклон зямлі беларускай, якая прайшла праз усе гістарычныя выпрабаванні і ўпэўнена абвясціла ўсяму свету пра свой суверэнітэт і незалежнасць.

– А вы сочыце за развіццём дзіцячай літаратуры ў Расіі?

– Я ўзначальваю найстарэйшы дзіцячы часопіс Беларусі «Вясёлка» ужо сорак гадоў. Дзеці, дзіцячая літаратура – гэта маё жыццё, мой лёс, маё цяжкае шчасце. Хоць свайго дзяцінства ў мяне амаль не было. Адняла вайна. Наш часопіс сабраў успаміны вядомых пісьменнікаў, якія ў дзяцінстве бачылі вайну. Атрымалася кранальная кніга «Я памятаю ўсё». Глыбока адчуваючы, што мы павінны знаёміць нашых чытачоў не толькі са сваёй Радзімай, але і з усім светам, мы лічым сваім абавязкам друкаваць у перакладах творы з брацкіх краін. Час ад часу мы робім спецыяльныя выпускі аб Садружнасці нашых дзяржаў. Друкуем народныя казкі, апавяданні, вершы сучасных аўтараў. Жаданым госцем заўсёды быў і застаецца часопіс «Мурзилка». Нам цікава ведаць, як і пра што пішуць дзіцячыя пісьменнікі Расіі. Нядаўна наладзілі творчы кантакт з дзіцячым часопісам Калінінградскай вобласці «Мурр+». Вельмі мне б хацелася адродзіць некалі папулярны Усесаюзны тыдзень дзіцячай кнігі, у межах якога мы, дзіцячыя пісьменнікі пятнаццаці рэспублік, збіраліся, знаёміліся, завязвалі сяброўства. Тады я займаў сяброў на ўсё жыццё – расіяніна Альберта Ліханава, украінца Багдана Чалага, літоўца Вітаса Бараускаса, туркмена Каюма Тангрыкуліева. На жаль, некаторых ужо няма ў жывых, але засталіся іх кнігі і добрая памяць. З гэтым і жывём, з гэтым і працуем...

– Многія дзесяцігоддзі вас звязвае моцная дружба з Альбертам Ліханавым... І кнігу яго пераклалі на беларускую мову, і не раз пісалі пра яго. Падзяліцеся сакрэтамі гэтага сяброўства.

– Альберт Ліханаў мой кумір. У маёй хатняй бібліятэцы ёсць кнігі з яго аўтаграфамі. Пераклаў дзве яго

аповесці на беларускую мову: «Дзяўчынка Усёроўна» і «Мамчын сыноч». Вельмі кранальныя гісторыі пра дзяцей цяжкага лёсу. З Альбертам Анатольевічам нас звязвае не толькі дзіцячая літаратура. Мы з ім браты па дабрачыннай дзейнасці, узначальваем дзіцячыя фонды: ён – у Расіі, я – у Беларусі – больш за трыццаць гадоў. Мы разам і ў Міжнароднай асацыяцыі дзіцячых фондаў. Як мінімум раз у год сустракаемся на сумесных пленумах то ў Маскве, то ў Курску, Белгарадзе, Мінску. Так атрымалася, мы ўсё свядомае жыццё служым Дзецям. Наш дэвіз: ні дня без добрых спраў!

Альберт Ліханаў неаднойчы бываў у Беларусі, сэрцам успрыняў чарнобыльскую трагедыю. З яго дапамогай тысячы беларускіх дзяцей пабывалі ў пятнаццаці краінах Еўропы, паправілі здароўе. Ён такі: трэба дапамагаць не ўсім адразу, а канкрэтнай справай канкрэтнаму дзіцяці. Здарылася бяда з беларускай дзяўчынкай Сашай Гушчай. У пажары абгарэла яе цела на семдзесят адсоткаў. Я пагэляфанаваў Ліханава, надрукаваў апавед пра Сашу ў яго часопісе «Дитя человеческое». І пачалася барацьба за яе жыццё. Ёй зрабілі больш за трыццаць аперацый – у Мінску, Маскве, нават у ЗША. Усе разам перамаглі. Па ініцыятыве Альберта Ліханава заснаваны ордэн «Пакланенне» для дзяцей, якія праяўляюць мужнасць і любоў да жыцця. Першай гэтую ўзнагароду атрымала Саша Гушча. Альберт Анатольевіч спецыяльна прыезджаў у Мінск на ўручэнне. Тады ж мяне, Ліханава і Сашу Гушчу з бацькамі прыняў Прэзідэнт Беларусі Аляксандр Рыгоравіч Лукашэнка.

– Вы шмат выступаеце ў літаратуры як публіцыст, дакументаліст. Ёсць у вас і аповесці пра Зінаіду Тусналобаву-Марчанка, Аляксандра Мамкіна. Як прыйшлі да гэтых твораў, адкрылі гэтыя тэмы?

– Дакументальная літаратура, публіцыстыка, дзённікі – мае любімыя жанры. Яны заўсёды заснаваныя на канкрэтных асобах, на лёсах людзей, з якіх можна і трэба браць прыклад. Яны – зрэз часу без згладжвання вострых кутаў, у іх тая праўда, якая выходзіць і гартуе характар.

Аднойчы ў Полацку я пазнаёміўся з удзельніцай Вялікай Айчыннай вайны Зінаідай Міхайлаўнай Тусналобай-Марчанка. Яна вярнулася з вайны без рук і без ног. На танках, самалётах франтавікі пісалі: «Адпомсцім за Зіну Тусналобаву». Пасля вайны да яе, сваёй каханай, вярнуўся з фронту Іосіф Марчанка. Стварылі сям'ю. У іх нарадзіліся сын і дачка. Чым не аповесць, якую варта прачытаць моладзі! Твор пад назвай «Крутыя версты» выйшаў у Мінску, Маскве, Кіеве, Кемераве, Вільні. Падчас



Сустрэча з чытачамі гарадской дзіцячай бібліятэкі імя А.П. Гайдара

ДАКУМЕНТАЛЬНАЯ ЛІТАРАТУРА, ПУБЛІЦЫСТЫКА, ДЗЁННІКІ — МАЕ ЛЮБІМЫЯ ЖАНРЫ.

ЯНЫ ЗАУСЁДЫ ЗАСНАВАННЯ НА КАНКРЭТНЫХ АСОБАХ, НА ЛЁСАХ ЛЮДЗЕЙ, З ЯКІХ МОЖНА І ТРЭБА
БРАЦЬ ПРЫКЛАД. ЯНЫ — ЗРЭЗ ЧАСУ, БЕЗ ЗГЛАДЖВАННЯ ВОСТРЫХ КУТОЎ, У ІХ ТАЯ ПРАЎДА, ЯКАЯ
ВЫХОЎВАЕ І ГАРТУЕ ХАРАКТАР.

працы над аповесцю мяне асабліва зачапіў адзін факт. У той час, калі беларуска Зіна Тусналобава змагалася за Варонеж, страціла рукі і ногі, варонежскі хлопец Саша Мамкін ратаваў дзяцей-сірот з яе Полацка. Дзяцей фашысты задумалі выкарыстоўваць як донараў. І тады партызаны і лётчыкі грамадзянскай авіяцыі правялі адчайную аперацыю па выратаванні дзяцей. На апошнім рэйсе здарылася трагедыя. На самалёт Мамкіна наляцелі варожыя месершміты. Гарэлі шлем, рукавіцы, камбінезон Сашы Мамкіна, але яму ў патыліцу дыхалі дзеці. І ён усё ж пасадзіў самалёт на нашым баку фронту. Усе засталіся жывыя. А лётчык пражыў пасля гэтага ўсяго некалькі гадзін. Дык вось пра якое братэрства ідзе гаворка ў маіх аповесцях «Крутыя вёрсты» і «Пралескі ў небе». Нядаўна гэтыя дзве аповесці выйшлі пад адной вокладкай у Выдавецкім доме «Звязда» пад назвай «Вайна праклятая». Як жа не ведаць, не шанавачь такіх герояў, як беларуска Зіна Тусналобава, як рускі Саша Мамкін! У нашым старажытным Полацку назвамі суседніх вуліц ўвекавечаны імёны гэтых франтавікоў.

– Ваша творчасць адзначана расійскай літаратурнай прэміяй імя Аляксандра Грына. Як вядома, Грын – пісьменнік з беларускімі каранямі. Напэўна, у яго лёсе – і адзінства нашых народаў. А ці ёсць у вас задумы, звязаныя з беларуска-расійскай дакументальнай, гістарычнай праблематыкай?

– Ганаруся расійскай літаратурнай прэміяй. Мне яе ўручылі ў 2008 годзе ў Кіраве (былой Вятцы), дзе нарадзіўся Аляксандр Грын. Гэта было сапраўднае свята. Я правёў некалькі сустрэч з чытачамі. Адна з іх – каля помніка Грыну, на ўзгорку перад велічнай ракой Вяткай. Я стараўся размаўляць на рускай мове, але раптам

перайшоў на родную, беларускую. І народ, які мяне слухаў, запляскаў. Рускія браты зразумелі мяне без перакладу. Гэта была падвойная ўзнагарода. А прэмію і медаль я атрымаў за свае аповесці «Мама. Малітва сына» і «Бацька. Лісты на неба», а таксама за шматгадовае служэнне дзіцячай літаратуры, дзецям. Там жа, у Кіраве, я пабываў у месцах, дзе жыў Аляксандр Грын, даведаўся пра яго беларускія карані, перачытаў усе яго геніяльныя творы. Мяне не пакідае думка напісаць пра яго аповесць. Бо гэта было б яшчэ адно пацверджанне таго, што лёсы беларусаў і рускіх моцна пераплеценыя.

У гэтым я яшчэ раз пераканаўся, калі пісаў раман «Цар» пра Ілжэдзімтрыя Першага і Марыну Мнішак, пра нашага палесскага мужыка Зміцера Кажухоўскага па мянушцы Цар. Мяне «зачапіў» маршрут царыцы Марыны Мнішак па Вялікім Княстве Літоўскім (цяперашняй Беларусі) ад Брэста да Оршы. Яна з абозам у дзве тысячы падвод наведла больш за дваццаць беларускіх гарадоў, мястэчак, вёсак. Начавала там. Была ў сямейнай рэзідэнцыі вялікага канцлера Льва Сапегі, у замку Радзівілаў у Нясвіжы. А ў нашым беларускім Брагіне, дзе быў маёнткаў магнатаў Вішнявецкіх і дзе ўпершыню аб'явіўся Ілжэдзімтрый, па сёння захаваны ў старажытным парку камень-валун у выглядзе сэрца. І ўсё брагінцы называюць яго каменем любові Мары і Дзімтрыя. Так я выйшаў у сваім рамане на «беларускі след» у таямнічай гістарычнай былі нашых народаў. Хочацца верыць, што пра мой у некаторым родзе сенсацыйны раман «Цар» з часам даведаецца рускі чытач.

Сяргей Шычко

Фота з архіва Рэчыцкай раённай сеткі бібліятэк

24 августа —
день чипсов!

Знаете ли Вы, что
в августе отмечается
Международный день чипсов?



Если вы любите чипсы, но отказываете себе в удовольствии, опасаясь вредных последствий для организма, **ОАО «Машпицепрод»** поможет найти выход. Предприятие выпускает продукцию **марки «Мира»** только из натуральных компонентов. В составе **чипсов «Белорусские»** вы не найдете ничего, кроме картофеля, соли, растительного масла и натуральных добавок (сушеный лук, укроп, петрушка, паприка). Компания следит и за оформлением продукции: недавно прошел очередной ребрендинг упаковки, ставку сделали на натуральность и национальный стиль.

Приобрести продукцию «Мира» можно
в любом магазине вашего города.
Поспешите попробовать нашу продукцию!

ОАО «Машпицепрод»
www.oaompp.by
УНП 600124838



VODAR

Н О В Ы Й А Р О М А Т



МАГАЗИН
ЭЛИТНОЙ
парфюмерии

+375 29 719 44 44

+375 29 613 66 66

www.vodar.by

Минск, 📍 «Михалово»,
ул. Уманская, 54, ТЦ «Глобо», 1-й этаж