

ЖУРНАЛИСТ

16+

ИЗДАЕТСЯ С 1914 ГОДА

СЕНТЯБРЬ 2018

JRNLIST.RU



4 602555 000090



ЖИВАЯ ВОДА

ЭТНИЧЕСКАЯ ПРЕССА И ЕЕ ПРОБЛЕМЫ

ЗОЛОТОЙ ФОНД ПРЕССЫ

IX МЕДИАСЕЗОН



ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС
НА СОИСКАНИЕ ЗНАКА
ОТЛИЧИЯ «ЗОЛОТОЙ
ФОНД ПРЕССЫ-2019»



ЦЕЛИ ПРОЕКТА

- повышение качества периодических изданий
- изучение и применение новых медиатехнологий и успешного опыта российских и зарубежных СМИ



ЭКСПЕРТИЗА КОНТЕНТА,
ДИЗАЙНА, САЙТА



ДЕЛОВОЙ ФОРУМ СМИ



КОНКУРСЫ

ОРГАНИЗАТОРЫ:

ЖУРНАЛИСТ
МЕДИАГРУППА

Медиагруппа **ЖУРНАЛИСТ**
Дирекция «Золотого фонда прессы»

при поддержке Совета Федерации
Федерального Собрания РФ,
Федерального агентства по печати
и массовым коммуникациям РФ

ПАРТНЕРЫ:

MediaToolbox

медиа **феномен** группа

ПРИНИМАЮТСЯ ЗАЯВКИ НА УЧАСТИЕ

ПОДРОБНОСТИ:

WWW.JRNLIST.RU
ТЕЛ.: (499) 152 34 73, (499) 152 19 07

WWW.ZOLFONDPRESS.RU
E-MAIL: zolfondpress@mail.ru



ПЛАКАТ «НАШЕ ЕДИНСТВО НЕРУШИМО!», ХУДОЖНИК И. ТОИДЗЕ. М.: ИЗДАТЕЛЬСТВО «СОВЕТСКИЙ ХУДОЖНИК», 1964



ЖУРНАЛИСТ



ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ЖУРНАЛ
ОСНОВАН ВЛАДИМИРОМ ФРИЧЕ
В ЯНВАРЕ 1914 ГОДА
JRNLS.T.RU

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ:
ООО «МЕДИАГРУППА ЖУРНАЛИСТ»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР/ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:
ЛЮБОВЬ ВЛАДИМИРОВНА ПЕТРОВА

КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР/ДИРЕКТОР
ПРОЕКТА «ЗОЛОТОЙ ФОНД ПРЕССЫ»:
ОЛЬГА БЫЧКОВА (o.bychkova@mail.ru)

ВЫПУСКАЮЩИЙ РЕДАКТОР:
АЛЕКСАНДР НИКИТУШИН

ПЕЧАТНЫЕ СМИ: **АЛЕКСАНДР НИКИТУШИН**
ПРОФЕССИЯ: **НАДЕЖДА АЖГИХИНА**
ОБРАЗОВАНИЕ: **КАМИЛЛА НИГМАТУЛЛИНА**
ТЕХНОЛОГИИ: **ВСЕВОЛОД ПУЛЯ**
DIGITAL-РЕДАКТОР: **НАТАЛЬЯ НАЛИТОВА**

АРТ-ДИРЕКТОР: **ЕКАТЕРИНА БАЛЕЕВСКАЯ**
ЦВЕТКОРРЕКЦИЯ: **ПАВЕЛ ГОЛОСОВСКИЙ**
КОРРЕКТОР: **АНДРЕЙ КАТКОВСКИЙ**

РЕДАКЦИЯ И ИЗДАТЕЛЬ: 125319, г. Москва,
ул. Черняховского, 16
ТЕЛЕФОНЫ: +7 (499) 152-19-07; +7 (499) 152-34-73
E-MAIL: jour-nal@yandex.ru (для авторов);
m-journalist@mail.ru (для документов)

Редакция не имеет возможности вступать в переписку,
рецензировать и возвращать не заказанные ею руко-
писи и иллюстрации. Мнения редакции и авторов мо-
гут не совпадать. За содержание своей публикации от-
вечает автор. Перепечатка материалов и использование
их в любой форме, в том числе и в электронных СМИ,
возможны только с разрешения редакции.

Журнал **ЖУРНАЛИСТ** зарегистрирован Федеральной
службой по надзору в сфере связи, информационных
технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
ПН № ФС77-68014 от 6 декабря 2016 года

Журнал издается при поддержке Федерального
агентства по печати и массовым коммуникациям
(Роспечать)

В НАБОРЕ ИСПОЛЗУЮТСЯ ШРИФТЫ БИБЛИОТЕКИ
 Adobe Typekit

ПОДПИСАНО В ПЕЧАТЬ 31.08.2018
ВЫХОД В СВЕТ 10.09.2018

ОТПЕЧАТАНО В ОАО «ПОДОЛЬСКАЯ ФАБРИКА
ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ».

М.О., г. Подольск, Революционный проспект, 80/42.
ТИРАЖ 1100 экз. ЗАКАЗ № 03943-18

ЦЕНА СВОБОДНАЯ

ИНДЕКСЫ: «ПРЕССА РОССИИ» 41249, 42455 ; «МАП» 79737
IT-ПОДДЕРЖКА/САЙТ JRNLS.T.RU: **Desites**

НА ОБЛОЖКЕ: ФОТО SHUTTERSTOCK.COM

СОДЕРЖАНИЕ

СОБЫТИЯ

4

ПИСЬМА ОТ НАШИХ ЧИТАТЕЛЕЙ

6

ДАЙДЖЕСТ

Священники-видеоблогеры, новый формат Life и непредсказуемый НДС

10

МОНИТОРИНГ

Хроника происшествий за лето

МЕДИА

16

АЛЕКСАНДР НИКИТУШИН

ПРИВИВКА ОТ ФЕЙКА

Заместитель главного редактора ТАСС Александр Куприянов — о том, как поднять региональную тему на федеральный уровень и избежать публикации фейковых новостей

22

АЛЕНА БОЛДЫРЕВА

«ДЛИННЫЕ И КОРОТКИЕ ТЕКСТЫ — ЭТО КАК ТРАМВАЙ И МЕТРО»

Интервью с Александром Литвиновым — журналистом и основателем «Планерки»

26

МЕДИАРЕЦЕПТЫ

Коротко о новостях в медиамире

28

СИМОНА ФЛЮКИГЕР

ПРОБУЖДЕНИЕ НОВОЙ СИЛЫ

Как построить всемирную многоканальную новостную сеть, обучая представителей социально ущемленных слоев населения азам сторителлинга

32

СИМОНА ФЛЮКИГЕР

НЕПОДДЕЛЬНЫЕ ЭМОТИКОНЫ

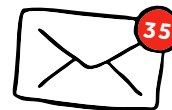
Серьезная журналистика с гифками, смайлами, видео и инфографикой от «первого нативного мобильного СМИ Аргентины»

36

ВСЕВОЛОД ПУЛЯ

МЫ РЕШИЛИ ЗАПУСТИТЬ e-mail-РАССЫЛКУ

Все типичные ошибки редакций по работе с рассылками — в формате пьесы



ГЛАВНОЕ

38

МАРГАРИТА ЛЯНГЕ

СМИРОТВОРЦЫ

Зачем современному обществу нужна межэтническая журналистика

42

АНАСТАСИЯ РОМАНОВА

ДЕТИ КАПИТАНОВ ГРАНТА

Как Роспечать распределяет субсидии национальным изданиям





96

**АРХИВ: ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ
ВЫПУСКАЮЩЕГО РЕДАКТОРА**

46

АЛЕКСАНДР НИКИТУШИН

ГАЗЕТЫ ОТ САХИ

Чокуур Гаврильев, замглавы минсвязи Якутии, о сахаязычных печатных СМИ, их проблемах и их миссии

52

НАДЕЖДА АЖГИХИНА,

АЙШАТ ТАЖУДИНОВА

ЧТО НАМ ОСТАВИЛИ ПРЕДКИ

Главред аварской газеты «Хакикат» Али Камалова о настоящем и будущем национальных СМИ Северного Кавказа

56

ЮЛИЯ КОРНЕВА

ЗАХВАТ ЯЗЫКА

Съемочная группа томского «ТВ-2» в гостях у коренных народов Сибири

62

ЕЛЕНА УПОРОВА

ПОСЛЕДНИЕ И ВЕЧНЫЕ

Как газета поможет автохтонной бабушке и челканскому шаману

66

ЕГОР КОРОЛЕВ

ФОКУС КАЗАХСКОЙ БАБУШКИ

Зачем журналисту слушать казахскую колыбельную и писать на межэтническую тему?

69

АНАСТАСИЯ ГЕНЕЛЬТ

ЧЕК-ЛИСТ:

7 правил этножурналистского текста

70

СЮМБЕЛЬ ТАИШЕВА

ЧИТАЯ, ТЫ РАСТЕШЬ

В чем сила местных журнальных изданий и где редакции берут «зонтики»

76

АНАСТАСИЯ БИРЮКОВА

ГАЗЕТА ВМЕСТО БУКВАРЯ

Как живет одна из старейших детских газет региона и почему в республике есть только одно молодежное медиа на марийском языке

ПРОФЕССИЯ

78

ГАЛИНА ЛАЗУТИНА

ДАВАЙТЕ РУГАТЬСЯ КОНСТРУКТИВНО

О чем заставляет задуматься конфликт Навального и «Ведомостей»

80

ЮРИЙ ТРУБНИКОВ

ФОТОГРАФЫ ОБЫЧНО ОДИНОКИ,

но иногда они сбиваются в стаи, и тогда жизнь кипит. Как на «Фотопараде» в Угличе

84

СЕРГЕЙ МЕШАВКИН

НЕУМЕСТНОЕ УКРАШАТЕЛЬСТВО

Как не превратить оформление национального издания в «развесистую клюкву»

88

МАРИЯ ПРЯНИШНИКОВА

ОДИН РАЗ ПИШЕМ — СЕМЬ РАЗ

СОКРАЩАЕМ И ВЫЧИЩАЕМ

Речевые клоны и СМИ как источник заражения

90

КЛУБ ПРОДВИНУТОГО ЖУРНАЛИСТА

ПЫШНЫМ РОССИЙСКИМ ДЕВУШКАМ

**НИЧЕГО НЕ МЕШАЕТ ВЫЙТИ НА УЛИЦУ
В НИЖНЕМ БЕЛЬЕ**

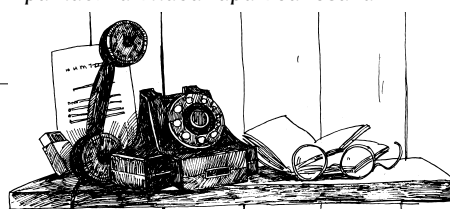
92

ЛЕОНИД ФЛОРЕНТЬЕВ

ОТЕЧЕСТВО ОСТАЛОСЬ.

А ПРОРОКА БОЛЬШЕ НЕТ

Три письма Владимира Войновича





От наших читателей

RE: «Перевоспитание роботов»,

Камилла Нигматуллина, сайт, 02 июля 2018

✉ В своем материале о перевоспитании роботов Камила Нигматуллина рассказывает о новинке в области искусственного интеллекта. Читатель знакомится с Флинтом, проектом «Школы обучения для роботов».

Физически невозможно отследить все интересы аудитории. Робот может чистить комментарии и осуществлять персонализацию выдачи новостей, но неизбежна ситуация постоянного риска, страх за утечку данных.

Своей статьей автор еще раз задает вопрос о том, кто же именно зависим: человек или робот? Робот, может, и «рабочая лошадка», но и человеку приходится быть тренером этой лошади, собирать мусор, отфильтровывая контент.

Из этого материала хочется получить определенный вывод: вырастет ли когда-то взятый на опеку Флинт, или рассказать о том, сколько необходимо вложить денег, усилий и времени, чтобы робот четко выполнял запрограммированную функцию. Ждать ли нам, что крупные российские издания захотят «взять на воспитание» маленького Флинта?

АНАСТАСИЯ ФИЛАТОВА, студентка 2-го курса факультета журналистики



RE: «О пользе журналистской профессии», Виктория Демидова (Куянова),

сайт, 07 августа 2018

✉ В материале мне понравились живые истории; они дали возможность «на практике» понять, что журналистская

профессия действительно важна. Тем не менее истории показались мне немного скучноватыми. Да, они показали, как журналисты помогают обычным людям с их обычными проблемами, но при этом не впечатлили — завтра я вряд ли вспомню, о чем шла речь.

Моментами в материале (на мой вкус) «просочился» пафос. Это проявилось в языке, в частности — «Любо-дорого взглянуть сейчас на нашу полноводную реку! Чистый, величавый, богатый Ик!», «Если каждый будет трепетно относиться к своему труду, уважать чужой, мы свернем горы» (последнее и вовсе напомнило концовку сочинения в формате ЕГЭ, который, к сожалению, до сих пор снится мне в кошмарах).

Не самой удачной показалась мне врезка в материале. Зависла на две секунды точно, пытаюсь понять, почему «не высокие» написано отдельно. Потом только увидела противопоставление. На мой взгляд, конструкция воспринималась бы лучше, если поменять части предложения или хотя бы порядок слов.

Очень круто подобрана иллюстрация к материалу. Создает «добавленную стоимость» в виде смысла и вообще цепляет взгляд.

Не до конца поняла смысл разбивания материала на один-единственный подзаголовок: почему он стоит отдельно от заголовка, если он единственный?

В целом материал мне показался «из ниоткуда» и «в никуда», потому что ничего нового в нем не сказано, интересных историй нет и игры слов тоже. Но критиковать — самое простое, а вот написать что-то «принципиально новое», «цепляющее» самой...

КСЕНИЯ МИШИНА, студентка 2-го курса факультета журналистики



RE: «Как искать и проверять источники для статей»,

Екатерина Мирошкина, сайт, 30 июля 2018

✉ Спасибо автору, полезная и интересная статья. Каждый журналист должен знать простой пункт при работе с фактами — обращаться к первоисточнику. Конечно, только с опытом получится следовать инструкциям из этой статьи на все 100. Фактчекинг — наше все. Есть к чему стремиться.

ЕВГЕНИЯ КУЗНЕЦОВА, фрилансер



Отзыв на **ЖУРНАЛИСТ** №8, 2018

✉ Дорогая и уважаемая Любовь Владимировна!
Вы просили отзываться на получаемые журналы (сейчас на №8: вчера получил).

Так что же мне подсказывает на этот счет мой с 1958 г. некий профессиональный опыт?

1. Я знал многих главредов журнала с 1960 г. Что Вы? Ясное дело, что Вы редактор редкого образца отличного организатора и «выдумщика»: журнал поистине наставник, он разнообразен по темам, он привлекает своим дизайном.

2. Есть, однако, такое пожелание: в спецномерах (см. июль) отдавать одной теме не все 100% материала; читатель иных запросов имеет право на кое-что из иной тематики.

3. Вечное для журнала условие — вечный поиск чего-то разнообразно-нового. Что мне пришло в фантазии?

- Учредить рубрику действенности публикаций, пресекая традицию: «Газеты печатают — мы, критикуемые, почитываем!»

Готов дать реплику: о необходимости законоустановления реагировать на критику?

- Возобновить былую рубрику журналистского мастерства-таланта. М. б., даже попросить редакции помочь вести рубрику с рассказом об особо выдающихся публикациях.

- Поговорить: какие жанры исчезли из обихода и почему: к примеру, начисто сатира, в т. ч. фельетон.

А каков творч. уровень очерков? Вот бы попросить лучших очеркистов (к примеру, Снегирев в «Рос. газете»).

Или почему международники не пользуют такой прием, как открытые письма лидерам антироссийски настроенных стран и коллегам по нашему цеху; к примеру: настойчиво требовать факты-доказательства фейкам, угрожать суд. исками и т. п.

- Я бы начал еженומרные анализы: каков язык публикаций: увы, уж в переизбытке чужеземье.

Если надо, мог бы дать для зачина-почина свои заметки.

А почему бы журналу, м. б., даже совместно с СЖ России, не вести творч. конкурсы; иные, к примеру, тиражи райгазет?

- Профессиональные дискуссии! В т. ч. обмен мнениями главредов центральных и местных СМИ; споры-дуэли журналиста России и зарубежного («Одна тема — два взгляда: почему?»).

- В поле ли Вашего зрения лит. издания: качество, проблемы, перспективы.

- Поспорить: актуально ли искать-взращивать внештатных авторов, как это было законом в СССР?

- Заметки юриста: законна ли уж многолетняя традиция многих СМИ:

- не платить гонорар;

- выпускать сдвоенные номера при полнономерной подписке.

- Отмечать бы награждения коллег, юбилеи изданий, выход книг журналистов и т. п.

- Особо выделяю необходимость в конце номера некие занимательные рубрички из истории журналистики; любопытные факты, особо сенсационные опечатки и проч.

- Договориться бы с наиболее авторитетными пресс-службами: присылайте отзывы о коллегах из СМИ. А если бы упросить Пескова (Кремль)!

- Поговорить о причине то и дело сбоев в темах истории, в т. ч. о КПД бюро проверок (а везде ли они есть?).

- Обеспечивают ли журфаки достойный профминимум выпускникам. Главредаторы о выпускниках.

- Вот бы дискуссию: что есть пошлость в СМИ и правомочна ли она для общественного сознания народа?

Вот какие фантазии, но вдруг что-то станет основой для реального воплощения в работу выдающегося журнала.

Не сердитесь, что их много?

Добрые пожелания,

ВАШ В. ОСИПОВ

23.8.18

RE: Добрый день, уважаемый Валентин Осипович!

Спасибо за разбор. Представляю Ваше удивление и разочарование, когда получили номер: «Что она с ним сделала?! Он же совсем не соответствует тому «Журналисту», который выходил все эти годы». Я понимаю, что Ваша тактичность не позволила сказать все, что думаете, но уверяю, журнал другой: с разными рубриками, темами. Убедитесь в этом в сентябре!

Жаль, что Вы начали получать журнал со спецвыпусков. В отпускной период мы были перед выбором: сделать сдвоенный номер или выбрать путь, по которому мы пошли. И не ошиблись — читатель остался доволен. Выбрали темы, которые наиболее интересны читателю, и получили много положительных откликов.

Если будет желание разобрать обычный (сентябрьский) номер, буду очень признательна.

ЛЮБОВЬ ПЕТРОВА, главный редактор журнала ЖУРНАЛИСТ





Все лучшее — детям

ПРЕЗИДЕНТ РОССИИ ВЛАДИМИР ПУТИН ПОДПИСАЛ ЗАКОН ОБ УВЕЛИЧЕНИИ МАКСИМАЛЬНОЙ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ РЕКЛАМНЫХ РОЛИКОВ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ, а также разрешил прерывать рекламой детские и образовательные передачи.

Новый закон увеличивает лимит рекламы в часовых телепрограммах с 15% до 20% (с 9 до 12 минут) и устанавливает суточный лимит продолжительности рекламы — не более 15% от времени вещания в течение суток.

По мнению авторов законопроекта, предлагаемые изменения позволят «телевещателям наиболее эффективно распределить объем рекламного времени в течение суток». При этом суточная рекламная нагрузка на телезрителей останется прежней.



«Яндекс»: оценим все

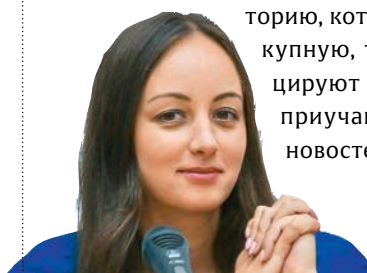
«ЯНДЕКС» ЗАМЕНИЛ СИСТЕМУ ТЕМАТИЧЕСКОГО ИНДЕКСА ЦИТИРОВАНИЯ НА НОВЫЙ ИНДЕКС КАЧЕСТВА САЙТА. Индекс появился на сервисе «Яндекс.Вебмастер» 27 августа. Он рассчитывается алгоритмом на основе данных «Яндекс.Поиска» и других сервисов «Яндекса». В компании считают, что новый индекс будет точнее отображать ситуацию в выдаче поисковика «Яндекса».

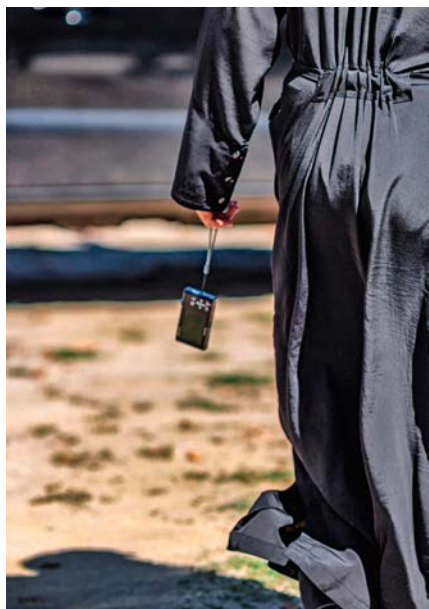
Смотри на лучших, делай сам

ЖУРНАЛИСТ принял участие в работе Третьего донского форума СМИ «Южная медиасфера-2018», состоявшегося 25 июля. Наш редактор Камилла Нигматуллина провела мастер-класс на тему «Эффективность региональной редакции».

ВОТ КЛЮЧЕВЫЕ ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА:

- Редакция создает единый информационный продукт без разделения на платформы.
- Лучшие истории должны идти в онлайн сразу, сокращенная версия — в печать.
- Необходимо оптимизировать количество разделов на сайте и добиться минимализма в рубриках.
- Работа в редакции идет над сюжетами, а не информационными поводами, нужно отслеживать истории.
- Печать по-прежнему сильна — особенно хорошо здесь приживаются «медленная» журналистика (обращение к давним инфоповодам и аналитика) и «конструктивная» журналистика (аналитика с позитивным решением для каждой проблемной ситуации).
- Привлекайте не только стажеров, но и постоянных контрибьюторов — так вокруг издания сформируется сообщество заинтересованных в общем деле людей. Каждый из этих людей будет активно делиться контентом.
- Небольшая редакция должна сосредоточиться на маленьком наборе задач, а не крестовом походе на диджитал в целом. Нужно ли ставить KPI в редакции до 10 сотрудников? Скорее нет. А если да, то не в численных показателях.
- Стимулируйте сотрудников продвигать себя и свой контент в социальных сетях — дискуссии могут повлечь за собой новые публикации.
- Один паблик в соцсети лучше десяти — просто по причине экономии ресурсов, ведь каждая соцсеть — это свой тип контента.
- «Одноклассники» и «ВКонтакте» лучше всего работают для региональной аудитории.
- В соцсетях не зарабатывают — там наращивают аудиторию, которую позиционируют как совокупную, там собирают истории, провоцируют дискуссии, собирают фидбек, приучают людей к бренду и подаче новостей.





РПЦ готовит священников-видеоблогеров

ГОД НАЗАД ПАТРИАРХ МОСКОВСКИЙ И ВСЕЯ РУСИ КИРИЛЛ ЗАЯВИЛ, ЧТО ЦЕРКОВНЫЕ МИССИОНЕРЫ ДЛЯ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ ДОЛЖНЫ ОСВАИВАТЬ ФОРМАТЫ ПРОПОВЕДЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И ВИДЕОБЛОГАХ, А ТАКЖЕ КВЕСТЫ И РОЛЕВЫЕ ИГРЫ. В этом году в РПЦ решили создать сообщество священников-видеоблогеров. Они будут обмениваться опытом, а к их обучению планируется привлечь светских экспертов.

На сайте Московского Патриархата были опубликованы рекомендации для священников-видеоблогеров. Из них следует, что, в отличие от проповеди в храме, при ведении видеоблога допускаются выражение эмоций, самоирония, добрые шутки, умеренная жестикуляция и другие невербальные способы коммуникации. Здесь же отмечается, что монетизация блога сама по себе не является греховным явлением, но не должна стать самоцелью.

Страховка для «горячих точек»

СОЮЗ ЖУРНАЛИСТОВ РОССИИ ГОТОВИТ РЯД СЕРЬЕЗНЫХ ПОПРАВОК В ЗАКОН «О СМИ» ПО ЗАЩИТЕ КОЛЛЕГ, РАБОТАЮЩИХ В «ГОРЯЧИХ ТОЧКАХ». Об этом на форуме в Новосибирске 9 августа рассказал зампреда СЖР Алексей Вишневецкий. Он сообщил, что СЖР планирует предложить целую программу специального страхования журналистов, работающих в опасных регионах. Речь идет не только о случаях гибели или получения тяжелого ранения, но и о психологической реабилитации, о предоставлении журналистам возможности санаторного лечения после работы в тяжелых условиях.

Непредсказуемый НДС



СО СЛЕДУЮЩЕГО ГОДА ВСТУПИТ В СИЛУ ЗАКОН, ПОВЫШАЮЩИЙ СТАВКУ НДС ДО 20 %. Однако льготная ставка налога в размере 10% сохраняется на производство и реализацию книжной и периодической печатной продукции, связанной с образованием, наукой и культурой. Льгота не распространяется на издания рекламного и эротического характера.

Руководитель Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям Михаил Сеславинский отметил, что такие преференции нужны любому государству в целях развития интеллектуального потенциала нации:

«Внимание к печатному слову, книге и книгоизданию как к базису развития национальной культуры чрезвычайно важно. Нас очень радует, что удалось отстоять интересы отрасли и сохранить льготную ставку НДС в размере 10% на производство и реализацию издательской продукции».



К

Национальные СМИ: форум в Казани

В КАЗАНИ С 16 ПО 18 АВГУСТА ПРОШЕЛ ФОРУМ НАЦИОНАЛЬНЫХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ, в котором приняли участие около 200 представителей масс-медиа со всей России.

На форуме делегаты обсудили современное состояние и перспективы развития региональных и национальных СМИ в России.

«Я думаю, что на федеральном уровне должны быть приняты нормативные акты, которые позволят республикам на общих основаниях, общих стандартах поддерживать свою национальную прессу», — рассказала в интервью «Татар-информ» заместитель генерального директора ГУП РБ «Издательский дом «Республика Башкортостан» Гульназ Ермохина.

Во время работы пленарного заседания председатель Союза журналистов России Владимир Соловьев и председатель Союза журналистов Республики Татарстан Римма Ратникова подписали соглашение о сотрудничестве между СЖР и СЖ РТ.

Life меняет формат

ОСНОВАТЕЛЬ ПРОЕКТА LIFE АРАМ ГАБРЕЛЯНОВ ПОКИНУЛ ПОСТ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА ХОЛДИНГА NEWS MEDIA, который управляет проектом Life.

Новый глава холдинга Анатолий Сулейманов заявил, что издание поменяет концепцию после смены генерального директора. Сайт откажется от лицензии СМИ и превратится в платформу для пользовательского контента. В новом формате Life будет запущен 5-8 октября.



С — солидарность

БОЛЕЕ 300 ПЕЧАТНЫХ ИЗДАНИЙ США ОБЪЕДИНИЛИСЬ, ЧТОБЫ ОТВЕТИТЬ ДОНАЛЬДУ ТРАМПУ. 16 августа они опубликовали редакционные статьи о недопустимости нападок президента на СМИ.

Ранее Трамп неоднократно обвинял американские СМИ

в предвзятом отношении к нему и к решениям его администрации. Президент утверждал, что такие телеканалы, как CNN, NBC, ABC, а также ряд печатных изданий, включая газету The New York Times, публикуют заведомо ложную информацию. Работаю-



щих в них журналистов глава Белого дома называл «врагами народа», а саму прессу — «опасной и нездоровой».

Трамп прокомментировал акцию протестующих СМИ в Twitter: «Больше всего я хотел бы для своей страны настоящей свободы прессы. Факт заключается в том, что пресса вольна писать и говорить все, что она хочет, но многое из того, что она говорит, является фейковыми новостями, продвижением политической повестки или просто попытками причинить боль людям».

Золушка FM

РОВНО В ПОЛНОЧЬ 15 АВГУСТА РАДИОСТАНЦИЯ «СПОРТ FM» ПРЕКРАТИЛА ВЕЩАНИЕ ВО ВСЕЙ СТРАНЕ. На ее волне теперь работает проект Studio 21, созданный Романом Емельяновым, генеральным директором «Европейской медиа группы». Основное спортивное направление станция сохранила, но эфир теперь на 80% состоит из музыки. Кроме того, исчезла аналитика и сократился штат радиостанции.

Министр спорта Павел Колобков заявил, что «Спорт FM» — это бренд и спортивное радио, которое всегда ассоциировалось с высоким профес-

сионализмом, отличным освещением спортивных мероприятий, профессиональным комментированием. «Уверен, что радиостанция должна быть сохранена как спортивная. Нынешний формат радиостанции совсем не спортивный и точно не соответствует, например, моим музыкальным пристрастиям».

На момент выхода номера руководством холдинга никаких предложений о финансировании и оказании другой поддержки от Министерства спорта не поступало.



Черный список Forbes

МЕДИАХОЛДИНГ АСМГ, ДО НЕДАВНЕГО ВРЕМЕНИ ИЗДАВАВШИЙ FORBES, ОБЪЯВИЛ О ЗАКРЫТИИ НЕСКОЛЬКИХ ПЕЧАТНЫХ ЖУРНАЛОВ.

В октябре выйдет последний глянцевый номер SNC, а Numero и Interni начнут выходить дважды в год в формате альбомов.

В медиагруппе сократили штат трех других изданий — журнала GEO, его детского приложения «ГЕОленок» и «Gala Биография». По словам директора по связям с общественностью АСМГ Дмитрия Озмана, о закрытии проектов речи не идет — только о сокращении периодичности их выхода.

В пресс-службе группы рассказали, что главная цель предстоящих изменений принтовых проектов — оптимизация активов на фоне финансовых сложностей: «Освободившиеся ресурсы будут направлены на развитие digital и event-направлений». ❏

Хроника беззакония

Это случилось в России в июне — августе 2018 года

СЛУЧАИ ГИБЕЛИ ЖУРНАЛИСТОВ

ЛЕОНИД МАХИНЯ, редактор независимой интернет-газеты «Волгоградский репортер», Волгоград;
ДЕНИС СУВОРОВ, журналист ГТРК «Нижний Новгород». Нижний Новгород

2

СЛУЧАИ ГИБЕЛИ ЖУРНАЛИСТОВ

*** ВОЛГОГРАД.** Следственное управление СК РФ по Волгоградской области возбудило уголовное дело по ч. 1 ст. 105 УК РФ об убийстве редактора портала «Волгоградский репортер» Леонида Махиня. Он бесследно исчез 7 июня 2018 года. Леонид Махиня неод-



Леонид Махиня

нократно бывал в ДНР. Некоторые его друзья предполагали, что он мог поехать туда. По словам супруги Леонида Варвары, ее муж перед исчезновением впадал в депрессию.

*** НИЖНИЙ НОВГОРОД.** Убит журналист ГТРК «Нижний Новгород» Денис Суворов. Он возвращался домой с празднования дня рождения. Недалеко от дома, рядом со стройплощадкой, на Дениса, судя по всему, напали. Местные жители слышали крики. Потом на газоне нашли тело молодого человека. Кругом было много крови. Денис погиб от открытой черепно-мозговой травмы, его ударили кирпичом по голове.



Денис Суворов

НАПАДЕНИЯ НА ЖУРНАЛИСТОВ И БЛОГЕРОВ

*** МОСКВА.** Бывший футболист сборной России и бывший главный тренер тульского «Арсенала» Сергей Кириков напал на обозревателя «Спорт-Экспресса» Игоря Рабинера. Журналист был гостем эфира «Матч ТВ» о чемпионате мира в студии на Воробьевых горах. После него туда должен был прийти Кириков. Они встретились, и произошел конфликт. Версия Рабинера: «Спускаюсь из студии вниз, там стоит Кириков, — написал журналист на своей странице в Facebook. — Видит меня, спрашивает: «Ты мне ничего не хочешь сказать?» Я понимаю, о чем речь, и говорю: «Ничего. Все правильно я тогда написал». И тут он бьет меня по лицу со словами: «Да я единственный тренер, с которым Тула осталась в премьер-лиге!».

*** ТВЕРСКАЯ ОБЛАСТЬ.** Утром в здании администрации Вахонинского поселения избили журналиста. Об этом сообщает сам пострадавший — главный редактор газеты «Вестник Вахонино» Николай Сударинов. По его словам, на него набросился с кулаками Леонид Степанов, главный специалист по ЖКХ, ГО и ЧС, не пожелавший отвечать на вопросы редакции.

*** САНКТ-ПЕТЕРБУРГ.** Члены фанатской группировки «Ландскрона» избили съемочную группу петербургского регионального телеканала «78». Это не первый случай насилия со стороны фанатов футбольного клуба «Зенит» по отношению к представителям СМИ. Президент футбольного клуба «Зенит» Сергей Фурсенко пообещал принять меры. Какие именно — не ясно.



*** САРАТОВ.** В ТЦ «Победа Плаза» совершено нападение на видеоблогера Василия Пашкина и его друга Сергея Филина. По словам Пашкина, он хотел поговорить о внутренних правилах ТЦ с начальником охраны. В этот момент к ним подошли несколько мужчин, в том числе несовершеннолетние. Один из них потребовал прекратить его снимать и угрожал физической расправой, используя нецензурную брань. Когда Пашкин снова зашел в здание, его со словами «это наша территория» вытолкали за двери торгового центра и распылили в его сторону перцовый баллончик.

НАПАДЕНИЯ НА ЖУРНАЛИСТОВ И БЛОГЕРОВ



ВАСИЛИЙ ПАШКИН, видеоблогер, Саратов; **ИГОРЬ РАБИНЕР**, «Спорт-Экспресс», Москва; **МАКСИМ ШУЛЬГИН**, блогер, Томск; **ИГОРЬ ХОРОШИЛОВ**, «Донская искра», Ростов-на-Дону; **ПАВЕЛ НИКУЛИН**, главный редактор, **толоко+** и **СОФИКО АРИФДЖАНОВА**, корреспондент **толоко+**, оба — Краснодар; **ВАЛЕРИЙ ЗВОНАРЕВ**, фотокор «Комсомольской правды», Челябинск; **ВИКТОРИЯ КОСОГЛЯДЕНКО**, телеканал «Звезда», Севастополь; **НИКОЛАЙ СУДАРИКОВ**, главный редактор «Вестника Вахонино», Тверская область; **РЕНАТ ХУРАМШИН**, телеканал «78», и **ЕВГЕНИЙ ЛУЦЕНКО**, телеканал «78», оба — Санкт-Петербург

9



*** СЕВАСТОПОЛЬ.** Сотрудник охраны Херсонеса ударил журналиста телеканала «Звезда». О факте нападения девушка заявила в полицию. У ворот государственного заповедника, на территории которого находится Владимирский собор, съемочную группу встретил мужчина в майке, представившийся сотрудником службы охраны. Он категорически отказался пропускать телевизионщиков на территорию, вел себя агрессивно, кричал на журналиста. Как объясняет Виктория, она попыталась прикрыться от мужчины рукой и в этот момент ощутила удар. Выяснилось, что нападавшим был Виктор Мельников, начальник отдела службы безопасности заповедника.



К

ПОПЫТКИ ЦЕНЗУРЫ

ПЕРВЫЙ КАНАЛ, Москва;
**«БЛАГОДАРНЕНСКИЕ
ВЕСТИ»**, Ставропольский
край; **«БАЛАШОВСКАЯ
ПРАВДА»**, Саратовская
область; **FORBES**, Москва;
РАДИОСТАНЦИЯ «ОРФЕЙ»,
Москва



5

ПОПЫТКИ ЦЕНЗУРЫ

*** МОСКВА.** Первый канал снял с эфира интервью Владимира Познера с основателем «Другой России», писателем Эдуардом Лимоновым. Об этом Познер сообщил изданию Znak.com. Причину снятия программы Познер не назвал. Эдуард Лимонов отметил, что с момента интервью Познеру «пошел второй месяц». Писатель Эдуард Лимонов был лидером запрещенной Национал-большевистской партии. В 2010 году он вместе с другими членами НБП основал партию «Другая Россия», которая не была зарегистрирована Минюстом.

*** МОСКВА.** Российский театровед и музыкальный критик Алексей Парин рассказал о своем увольнении с радиостанции классической музыки «Орфей». По словам Парина, его объявили «растлителем малолетних» после радиопередачи, посвященной новым постановкам в «Комише Опер»; сам выпуск сняли с эфира. Передача Парина «И музыка, и слово» шла на «Орфее» последние 10 лет. В своем посте в Facebook Парин рассказал, что заместитель генерального директора «Российского государственного музыкального телерадиоцентра» Оксана Сереженко прислала ему письмо, в котором заявила, что критик якобы нарушил закон «О защите детей от вред-



АЛЕКСЕЙ ПАРИН

ной информации». «Ваша авторская радиопрограмма получила гневные отклики ряда слушателей. В этой программе при описании спектаклей Вы допустили употребление слов и выражений, оскорбительных с точки зрения общепринятых норм морали и нравственности», — говорится в приведенном Париным письме. Сереженко при этом не уточняет, какие именно слова употребил Парин. Снятие программы Парин связывает со сменой руководства и передачами про режиссера Кирилла Серебренникова, обвиняемого в мошенничестве по делу «Седьмой студии».

*** СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ.** На собрании редакторов районных газет правительство «настойчиво порекомендовало» не писать про пенсионную реформу. Об этом пишет NewsTracker со ссылкой на источник из правительства. Кроме того, тираж газеты «Благодарненских вестей» сняли с печати из-за статьи о реформе.

*** САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ.** Администрация Балашовского района изъяла часть тиража газеты «Балашовская

правда», в которой опубликовали статью о повышении пенсионного возраста под названием «Неприятно, но неизбежно». Речь идет о 318 экземплярах (общий тираж — 2313 шт.). Главный редактор издания Андрей Максудов сказал, что газеты изъяли из почтового отделения. Вечером ему позвонил зампред собрания депутатов района Сергей Гладков и попросил не распространять газету. Редактор не отреагировал. Замглавы администрации района Михаил Захаров связался с Максудовым и намекнул, что о федеральных инициативах в муниципальной газете не стоит писать негативно.

УГОЛОВНОЕ ПРЕСЛЕДОВАНИЕ ЖУРНАЛИСТОВ, СМИ И БЛОГЕРОВ

*** ТОМСК.** В уголовном деле активиста Левого блока Максима Шульгина открылись новые обстоятельства. Молодой человек обвиняется в размещении на своей странице «ВКонтакте» «материалов, направленных на возбуждение ненависти либо вражды к социальной группе «сотрудники

УГОЛОВНОЕ ПРЕСЛЕДОВАНИЕ ЖУРНАЛИСТОВ, СМИ И БЛОГЕРОВ



ОЛЕГ СТРЕКАЛОВ, владелец «Чехов-ВИД», Московская область; **ИЛЬЯ ДАВЫДОВ**, видеоблогер, Москва; **МАКСИМ ШУЛЬГИН**, блогер, Томск; **НАРИМАН МЕМЕДЕМИНОВ**, блогер, Симферополь

4

правоохранительных органов» (ч. 1 ст. 282 УК РФ), о чем сообщается на сайте областного управления СК РФ. Следствие опиралось, в частности, на показания соратников Шульгина, которые у них были взяты около трех месяцев назад в здании Центра по борьбе с экстремизмом, куда их доставили неизвестные вооруженные люди в масках, ворвавшиеся в офис общественной организации и задержавшие всех, кто в нем находился, — 10 активистов. В отдельном авто повезли Шульгина — сначала к нему домой, где провели обыск, потом на допрос. Он рассказал о том, как с ним обращались стражи порядка: «Меня положили в УАЗ «Патриот» между первым и вторым сиденьем, где не было воздуха, и включили печку. По дороге от офиса до дома меня пинали ногами. Когда приехали ко мне домой, то они сразу стали добрыми, поскольку увидели ожог на моей руке. Нашли где-то понятых, все перевернули, забрали какие-то бумаги, красный флаг — на всякий случай: мол, мало ли что, судье показывать будем, что ты — правый сектор». Ожоги чуть ли не в полруки были зафиксированы бюро судебных экспертиз.

*** СИМФЕРОПОЛЬ.** Киевский районный суд продлил на два месяца арест блогера *Наримана Мемедеева*. Об этом

пишет «Крым.Реалии» со ссылкой на адвоката Эдема Семедяева, который представляет интересы арестованного. Мемедеева обвиняют в публичных призывах к терроризму с помощью интернета (ч. 2 ст. 205.2 УК). Поводом для преследования стали ролики, которые он опубликовал на своем YouTube-канале. На этих видео Мемедеев рассказывал об исламе и деятельности организации «Хизб ут-Тахрир», которая признана в России террористической. Однако активист разместил ролики в 2013 и 2014 годах, а в это время Крым находился под юрисдикцией Украины, где деятельность «Хизб ут-Тахрир» считается легальной.

УВОЛЬНЕНИЕ РЕДАКТОРА, ЖУРНАЛИСТА

*** ХАНТЫ-МАНСКИЙ АУТОНОМНЫЙ ОКРУГ.** В Нижневартовске уволили журналиста местного телеканала N1 *Александру Терикову*. Это произошло после того, как она в эфире телеканала «Дождь» рассказала о выступлении воспитанников местного детского сада, которые исполняли песню «Дядя Вова, мы с тобой». Как рассказала «Дождю» сама Терикова, ей позвонил генеральный директор телеканала и сообщил об увольнении, заявив, что с такими политическими амбициями она может идти на тот канал, которому давала интервью. Вместе с ней уволен и программный продюсер телеканала Константин Щербина. В своем Instagram Терикова опубликовала фотографию заявления об увольнении по собственному желанию. «Прошу уволить меня за слишком активную гражданскую позицию и за политические разногласия с редакцией телеканала», — говорится в документе.

УВОЛЬНЕНИЕ РЕДАКТОРА, ЖУРНАЛИСТА



АЛЕКСАНДРА ТЕРИКОВА, кон-
СТАНТИН ЩЕРБИНА, телеканал
N1, Ханты-Мансийский АО; **НИКО-**
ЛАЙ УСКОВ, главный редактор
Forbes (Russia), Москва; **АНДРЕЙ**
ВЫПОЛЗОВ, информагентство
«Регнум», Калининград

4



Николай Усков

*** МОСКВА.** Главный редактор российской версии журнала Forbes *Николай Усков* освобожден от должности, исполняющим обязанности главреда назначен *Николай Мазурин*, ранее работавший на должности шеф-редактора издания. В медиагруппе АСМГ, которая владеет лицензией на издание журнала в России, отметили, что данный кадровый шаг продиктован «неудовлетворенностью качеством работы» 47-летнего Ускова, систематическими нарушениями трудовой дисциплины, а также регулярным участием в неких «сторонних мероприятиях других



брендов». «Александр Федотов уволил меня из журнала Forbes. За участие в передаче «Особое мнение» на «Эхе Москвы»! Он также предложил мне нехилую компенсацию: сумму, немного не дотягивающую до ста тысяч долларов. Возможно, вы удивитесь, но я отказался. Не то чтобы я считал эту компенсацию маленькой. Я считаю ее слишком большой», — прокомментировал свое увольнение на странице в Facebook Николай Усков.

*** КАЛИНИНГРАД.** Журналист Андрей Выплов, с 2002 года работавший собкором информагентства «Регнум», был внезапно уволен с должности. Поводом послужила его запись в Facebook — он рассказал, как увидел статую президента Владимира Путина, находящуюся в гараже мясокомбината в Курганской области, где журналист находится в отпуске.

СЛУЧАИ ЗАДЕРЖАНИЯ ПОЛИЦИЕЙ (ФСБ, ЕТС.)

*** КАРЕЛИЯ.** Сотрудники полиции задержали внештатного корреспондента немецкого телеканала Arte Романа Шеля, который собирался взять интервью у мэра города Сегежа Алексея Кудряшова. Полицейские задержали его, когда он дожидался мэра в холле одной из гостиниц. По словам правоохранителей, в отношении Шеля составлен протокол об административном правонарушении по статье об осуществлении деятельности, не связанной с извлечением прибыли, без специального разрешения (статья 19.20 КоАП).

*** КЕМЕРОВО.** Задержан местный блогер Михаил Алферов, который опубликовал видео с информацией о митинге против Амана Тулеева. По словам блогера, сотрудники полиции «выпрыгнули

СЛУЧАИ ЗАДЕРЖАНИЯ ПОЛИЦИЕЙ, ФСБ И Т.П.

РОМАН ШЕЛЬ, внештатный корреспондент немецкого телеканала Arte, Карелия; **МИХАИЛ АЛФЕРОВ**, блогер, Кемерово, и другие

14

из кустов», когда он шел на остановку общественного транспорта. Кировский районный суд за видео о митинге назначил Михаилу Алферову 160 часов обязательных работ.

*** ТУВА.** Журналиста Оюму Донгак задержали и доставили на допрос в полицию по подозрению в пропаганде или демонстрации нацистской символики (статья 20.3 КоАП). Она сообщила в Facebook, что поводом стали два поста «ВКонтакте» на историческую тему с фотографиями со свастиками. Речь идет о постах 2014 года, на фотографиях запечатлены Адольф Гитлер и толпа с флажками со свастикой, рассказала Донгак. По словам Донгак, ее привезли в отделение, заявив, что, по информации полиции, у нее поддельный диплом о высшем образовании. Ей показали заявление лидера регионального отделения КПРФ Романа Тамоева. В документе он выразил обеспокоенность в связи с действиями Донгак, которые ведут «некоторых не мыслящих людей к ухудшению уровня жизни в республике».

ПРЕКРАЩЕНИЕ ВЫХОДА СМИ

*** КОСТРОМА.** В ФЗГ поступила информация о том, что прекратился выпуск еженедельной газеты «Голос народа», редакция направила уведомление

ПРЕКРАЩЕНИЕ ВЫХОДА СМИ

газета «ГОЛОС НАРОДА», Кострома: телеканал «КИТ», Кострома; «ГАЗЕТА НЕДЕЛИ В САРАТОВЕ», Саратов; газета «СОВЕТСКОЕ БЕЛОМОРЬЕ», Республика Карелия

4

в Роскомнадзор о приостановке работы на год. В последние годы редакции многих печатных изданий сообщают о росте издержек, связанных с удорожанием бумаги и услуг типографий. Основанная в 2003 году, газета публиковала много проблемных материалов на социальные темы и была ориентирована на представителей старшего поколения.

*** САРАТОВ.** «Газета Недели в Саратове» прекратила существование. Последний номер газеты вышел 5 июня, сообщил главный редактор издания Дмитрий Козенко. Он рассказал, что в «Газете Недели» работали 8 пишущих журналистов, теперь часть из них перейдет на работу в другой проект ООО «Издательский дом «Энергия» — информационное агентство «Свободные новости». На вопрос журналиста, почему принято решение прекратить выпуск газеты, Козенко коротко ответил: «Бумажное издание».

*** КАРЕЛИЯ.** Администрация Кемского муниципального района приняла решение оптимизировать экономическую деятельность редакции районной газеты «Советское Беломорье». Объяснение этому простое: в районном бюджете нет денег. При этом четверых работников уволили, не выплатив заработную плату.

ДРУГИЕ ВИДЫ ДАВЛЕНИЯ НА ЖУРНАЛИСТОВ И СМИ



КРОМЕ ТОГО

*** ЮЖНО-САХАЛИНСК.** Пресс-службы сахалинских правоохранительных органов получили установку на период чемпионата мира по футболу не давать в СМИ негативные новости, сообщает ИА Sakh.com. Действительно, если заглянуть на сайт регионального управления Следственного комитета, можно увидеть, что обновления по новостям из мира криминала закончились 9 июня. В УГИБДД последняя новость о ДТП датируется 6 июня, а далее сообщается о проведении профилактических мероприятий для велосипедистов, на железнодорожных переездах, с детьми в лагерях дневного пребывания. На сайте Дальневосточной таможенной службы последняя новость датируется 9 июня и посвящена задержанию туристки из Китая, которая хотела скрыть в белье 173 фрагмента бивней мамонта. На сайте МВД России «плохие» новости закончились 6 июня, а последние посвящены вручению первых паспортов жителям различных городов, конкурсу детского рисунка, торжественному открытию скульптуры участкового уполномоченного в Томской области.

*** САМАРА.** Блогеру *Андрею Арзаматову*, который ведет на YouTube канал «MrRisso» о нарушениях со стороны сотрудников ДПС и других представи-

телей власти, пробили ломом стекло у водительского сиденья и порезали четыре колеса на машине. Блогер подозревает, что автомобиль повредили сотрудники ДПС. «Ранее на меня неоднократно нападали. У моих коллег в других регионах поджигали машины. Виновных никогда не находили», — сказал Арзаматов.

*** МОСКВА.** Редакция российского Forbes направила коллективное письмо в офис американского Forbes Media, в котором попросила не утверждать в должности нового главного редактора российской версии журнала *Андрея Золотова*. Как сообщает «Интерфакс», под обращением подписались 29 сотрудников российской редакции. Журналисты просят провести служебное расследование происходящего в журнале, указывая на то, что собственник издания — бизнесмен *Александр Федотов* — вмешивается в работу редакции Forbes Russia и пытается уничтожить ее независимость. 26 июля собственник Forbes Russia сменил исполняющего обязанности главного редактора издания: вместо *Николая Мазурина* им стал Андрей Золотов. Незадолго до этого Мазурин обратился в прокуратуру Москвы с жалобой на действия владельца, который без ведома редакции снял из августовского номера статью «Дела семейные» о миллиардерах Зиявудине и Магомед Магомедовых.

*** КАЛМЫКИЯ.** Бывший главный редактор газеты «Элистинский курьер» *Виталий Кадаев* вследствие угроз вынужден покинуть Россию вместе со своей семьей. Еще летом 2017 года ему поступила информация о том, что по поводу газеты одна преступная группировка стала «решать вопрос». Затем стали происходить странные вещи. Сначала к жене Кадаева, гулявшей ве-

чером с годовалым ребенком, подъехала легковая машина, и мужчина в машине предложил им с ребенком прокатиться, напугав женщину. Потом некий господин демонстративно снимал на камеру смартфона Кадаева, когда тот отводил в детский сад дочку. Кроме того, Кадаева неоднократно приглашали «для беседы» представители силовых структур. В итоге семья Кадаевых уехала во Францию.

*** ВОЛГОГРАД.** Областная дума проигнорировала запрос ИА «Высота 102» о пенсиях депутатов. Какие пенсии получают нынешние и бывшие депутаты Волгоградской облдумы — остается неизвестным. Напомним, в июле Госдума опубликовала сведения о пенсионном обеспечении депутатов и подробно разъяснила, какие бонусы к пенсии положены народным избранникам и как рассчитываются суммы.

*** РОСТОВ-НА-ДОНУ.** Журналисту *Александру Толмачеву*, приговоренному к 9 годам лишения свободы по обвинению в вымогательстве, отказали в условно-досрочном освобождении. По мнению Толмачева, судья вынес решение по подложным документам — в дело добавили материалы о 68 взысканиях однофамильцу журналиста. Сотрудники колонии не смогли объяснить ему, откуда в деле появились эти бумаги. В 2014 году журналиста и главного редактора газеты «Уполномочен заявить» *Александра Толмачева* приговорили к 9 годам колонии строгого режима по обвинению в вымогательстве (ст. 163 УК РФ). По версии следствия, он требовал с разных людей денег или другого вознаграждения в обмен на то, что не будет публиковать о них разоблачительные материалы. ❗

Использованы материалы корреспондентов ФЭГ, российских и иностранных СМИ



Сегодня ТАСС ежедневно выпускает на ленту около полутора тысяч новостей, из которых 400 — информация из регионов

Прививка от фейка

1 сентября, в день своего 114-летия, ТАСС открыл новую версию сайта tass.ru. Два этих события послужили отличным поводом встретиться с заместителем главного редактора агентства Александром Куприяновым и поговорить с ним о том, как поднять региональную тему на федеральный уровень, воспитать классного корреспондента и избежать публикации фейковых новостей

Беседовал: **АЛЕКСАНДР НИКИТУШИН**

— У ТАСС самая широкая корреспондентская сеть из всех российских медиа, в том числе за рубежом 66 представительств в 63 странах, почти 2 тысячи сотрудников. Как координируется работа такого огромного количества людей?

— В части производства контента ТАСС состоит из редакций, которые в свою очередь подчиняются профильным заместителям главного редактора. Творческие подразделения агентства управляются через систему планирования. В агентстве есть традиционное оперативное планирование — утренние и вечерние летучки, на которых обсуждаются задачи на день и происходит разбор полетов. Кроме того, мы проводим еженедельные летучки, на которых выстраиваем работу редакций на предстоящие две недели. Эту работу мы ведем как по предстоящим событиям, так и по темам — глобальным, долгосрочным и актуальным именно сегодня. Например, на этой неделе *(беседа состоялась в августе. — ЖУРНАЛИСТ)* остро встала тема новых антироссийских санкций, что потребовало от нас дополнительных решений по всестороннему освещению вопроса.

Помимо самых разных ежедневных событий, есть еще темы, за которыми в агентстве следят системно. Мы внимательно слушаем руководителей государства, из выступлений которых, особенно на крупных экономических форумах, складывается четкая картина, куда движется страна, какие вопросы и проекты являются приоритетными. И раз в полгода мы обновляем список таких тем и так же их прорабатываем: планируем, смотрим, что мы по ним можем написать и в каких жанрах. Это далеко не всегда новости — могут быть и спецпроекты, и лонгриды, и репортажи, и очерки, если мы развиваем тему через человеческую историю.

В такое планирование вовлечены все редакции ТАСС, благодаря чему создан четко работающий механизм, который позволяет освещать самые сложные темы.

— Говоря «все редакции», вы имеете в виду деление по направлениям или по регионам?

— Вообще все редакции ТАСС. Но я понимаю логическую



АЛЕКСАНДР КУПРИЯНОВ:
**«МЫ КОНЦЕНТРИРУЕМСЯ
И СПЕЦИАЛИЗИРУЕМСЯ
НА ТОЧНОСТИ ПЕРЕДАЧИ
ИНФОРМАЦИИ. МЫ
НЕ ЗАНИМАЕМСЯ
ИНТЕРПРЕТАЦИЕЙ
НОВОСТЕЙ,
«ПОДТЯГИВАНИЕМ»
МНЕНИЙ, ЧТОБЫ
СФОРМИРОВАТЬ
ОТНОШЕНИЕ К ЧЕМУ-ТО»**

нестыковку, которую вы отметили в вопросе. Действительно, у нас же большинство редакций тематические — вот политика, вот экономика, вот спорт. А также есть редакции за рубежом и в регионах.

Если говорить о структуре регионального блока ТАСС, то в центральном офисе агентства работают руководитель региональной редакции и небольшой штат журналистов. Руководителю редакции подчиняются редакторы, курирующие один либо несколько федеральных округов. Например, редактор Дальневосточного федерального округа находится во Владивостоке, Сибирского — в Новосибирске, Южного — в Краснодаре (но он курирует еще и Северный Кавказ), Уральского — в Екатеринбурге, а редактор Северо-Западного и Приволжского федеральных округов — в Санкт-Петербурге.

Это уже географическое деление, не тематическое, что добавляет сложности в управлении, но в то же время является и колоссальным преимуществом ТАСС! У нас есть корре-

спондентская сеть и компетенция во всех точках страны и почти во всех странах мира.

— В России одиннадцать часовых поясов, и почти в каждом регионе работают корреспонденты ТАСС. Это же очень сложно — координировать управление корсетью с такой большой разницей во времени?

— Верно. И мы регулярно проводим конференц-коллы. Регулярно — не реже раза в неделю с редакторами в регионах, которые в свою очередь не реже раза в неделю проводят конференции со своим «кустом». С Владивостоком у нас разница 7 часов, с Камчаткой — 9 часов. И в принципе, 12 часов дня по Москве — это вполне удобное для всех время, чтобы обсудить планы. К тому же эти конференц-коллы проводятся кустовым способом, чтобы не отвлекать одновременно от работы более ста журналистов.

Региональные информационные центры ТАСС в Санкт-Петербурге, Новосибирске, Екатеринбурге и Пятигорске, а также корпункты агентства в регионах обеспечивают полное информационное покрытие территории страны.



— Планирование — это здорово. А как вы отработываете конкретное событие, которое происходит в регионе?

— Главной особенностью регионального управления в ТАСС является то, что мы называем облачной редакцией. Нам не очень важно, есть ли у нас корреспондент в конкретном регионе для оперативной отработки события. Мы разработали подход, когда мгновенно можем мобилизовать необходимые ресурсы.

Например, взрыв газа в жилом доме в Ижевске. В момент ЧП ближайший корреспондент ТАСС находился в Казани, и чтобы добраться до места трагедии, ему требовалось несколько часов. Пока он был в дороге, к оперативной работе мы привлекли других коллег в регионах. При этом совсем не обязательно репортеры должны работать на соседних территориях. Мы организовали штаб, в который стекались все необходимые контакты, и распределили роли: кто-то следил за соцсетями, кто-то прозванивал спецслужбы, кто-то искал родственников и т.д. Также важную роль в освещении этой темы играла работа московской редакции чрезвычайных ситуаций. Началась работа. За эти пару часов наш корреспондент успел доехать до Ижевска и приступить к работе на месте ЧП. Когда в Удмуртии наступила ночь, на Дальнем Востоке начался рабочий день: первая команда отправилась отдыхать, а тему подхватили дальневосточники.

Такова механика нашей работы, которая применялась при освещении и других событий. В частности, попытки военного переворота в Турции несколько лет назад. Есть вещи, которые могут сделать только корреспонденты, владеющие турецким языком. А звонить в посольства, следить за тем, что происходит с соотечественниками через соцсети и т.д. можно из любой точки мира. Главное — настроить систему управления. И мы ее настроили.

— Выступая в Чеченском государственном университете в декабре прошлого года, вы сказали: «В ТАСС сформулирована региональная миссия: мы обеспечиваем распространение федеральных тем на региональном уровне, а также отвечаем за подъем региональных тем на федеральный уровень». Что, на ваш взгляд, важнее и почему?

— Важно и то, и другое. Все государственные медиа — и телевидение, и печатные СМИ — за последние годы хорошо научились доводить федеральную повестку в регионы. Но с освещением региональных тем на федеральном уровне ситуация гораздо сложнее. Казалось бы, интернет везде есть — сделай региональный сайт. Но с большой долей вероятности ты так и останешься со своей региональной аудиторией. Сделав несколько пробных шагов, мы разработали,

казалось бы, очевидную формулу, как сделать так, чтобы региональная тематика попала на федеральный уровень.

Об этом я и говорил в Чечне. Чтобы попасть в большую федеральную повестку, нужно вызвать какую-то неподдельную эмоцию. Возможно, это не позволит рассказать о чем-то сложном, о каком-то экономическом прорыве. Но ведь вокруг нас и так очень много всего серьезного — давайте делать что-то интересное! Истории людей, которые смогли чего-то сами добиться и достичь, всегда очень интересны и востребованы.

Мы поставили соответствующую задачу региональной редакции и создали несколько проектов. Один из них — большой комплексный мультимедийный ресурс «Это Кавказ» (etokavkaz.ru), посвященный регионам Северного Кавказа. Два других проекта — о Дальнем Востоке и Арктике существуют в виде рубрик на сайте tass.ru. Тем самым мы сделали своего рода лифт (мы употребляем именно это короткое слово «лифт») региональных тем наверх. Также стараемся задавать вопросы региональной тематики федеральным ньюсмейкерам, потому что участие федеральных спикеров в региональных историях, безусловно, поднимает эти истории на более высокий уровень.

— Проект ТАСС «Это Кавказ» — единственный, у которого есть отдельный сайт. Почему ТАСС сделал проект именно об этом регионе? И почему выбрали аполитичный, информационно-познавательный формат?

— У вас один вопрос отвечает на другой. Дело в том, что с помощью новостного формата показать все многообразие Кавказа достаточно сложно. Информация о ЧС, темы борьбы с коррупцией, инвестиционные проекты и т.п., безусловно, очень важны. Но Кавказ, как мне кажется, не про это. Он про жизнь, он про народы, он про традиции. И мы поняли, что надо делать отдельный lifestyle-ресурс.

Почему Кавказ? Прежде всего потому, что он является частью большой государственной программы развития всей страны. В федеральном медиаполе Северный Кавказ очень сильно недооценен, а у массовой аудитории к нему вообще предвзятое отношение. При слове «Чечня», куда я, собственно, ездил (и это была одна из лучших моих поездок в прошлом году!), у среднестатистического обывателя до сих пор возникают ассоциации, связанные с войной, криминалом и т.д. А Кавказ сегодня совершенно другой!

Мы поставили перед собой задачу изменить стереотипы. Причем как у внешней аудитории, так и у жителей самого региона. Когда проект только начинался, работать было очень тяжело, культуры публичного общения у местных ньюсмейкеров практически не было. Было так: «Ты,

брат, заходи, мы с тобой чаю попьем, поговорим, ты не пиши только». Спустя три года («Это Кавказ» был открыт в сентябре 2015 года. — **ЖУРНАЛИСТ**) ситуация кардинально изменилась. Теперь наши собеседники могут и сами позвонить, рассказать, что у них происходит. Это большой шаг вперед, потому что позволяет показывать реальное положение дел, как развиваются проекты, как реализуются инвестиционные программы, как улучшается жизнь людей.

— На том же выступлении в Чечне вы сказали, что регионам нужно писать о бизнесе.

— Да, я тогда сказал коллегам: чтобы сложилась объективная картина о регионе, надо писать о местном бизнесе. На что мне ответили: «А нам бизнес денег не дает». Тогда я поинтересовался: почему коллеги не могут писать о бизнесе без денег? А в ответ услышал примерно следующее: «Ты с ума сошел?! Они зарабатывают на нас. Тем более, когда мы приходим к ним с просьбой дать рекламу, они нам отказывают!»

Не будем лукавить, такая ситуация не только на Кавказе, но и в других регионах. И это проблема. Конечно же, надо писать о бизнесе. Надо популяризировать занятие бизнесом, потому что, когда малый и средний бизнес развиваются, качество нашей жизни становится лучше. И СМИ, которые несут, безусловно, социальную функцию, должны в этой пропаганде участвовать. А если не участвуют, потому что кто-то кому-то не платит денег за рекламу, ну знаете ли... Работайте лучше, и клиенты придут!

И такой подход гораздо более эффективный, чем традиционный рассказ о регионе с помощью цифр. Одно дело, когда мы скажем: вот инвестировали 100 миллионов рублей. И совсем другое: посмотрите, какую хипстерскую кофейню открыли в Махачкале; да она там не одна, их несколько. Вот на это люди обращают внимание. Это именно то, что заставляет подумать: «Хм, а надо бы как-то съездить в Махачкалу, потому что там же недалеко Дербент, старейший город. Там кофейня тоже вот есть». Кстати, тот же Грозный — это кавказская столица кофеен, я считаю.

— ТАСС предоставляет информацию по горячим следам, с мест событий. И социальные сети также выдают огромный поток оперативной информации, которая очень хорошо расходуется и цитируется. Вы вообще считаете соцсети своими конкурентами?

— Хороший вопрос. С соцсетями, смею утверждать, мы не конкуренты. Хотя, конечно, работаем в одном поле и пользуемся друг другом. Однако, что бы ни написала соцсеть, всегда остается какой-то процент недоверия к этой ин-



**ПОКА МЫ НЕ ДОЗВОНИМСЯ
ДО ПРОВЕРЕННОГО ИСТОЧНИКА,
НЕ УДОСТОВЕРИМСЯ В ТОЧНОСТИ
СВЕДЕНИЙ, МЫ НОВОСТЬ
НЕ ОПУБЛИКУЕМ. МЫ ЛУЧШЕ
ПРОИГРАЕМ ПО СКОРОСТИ,
ЧЕМ ПОДОРВЕМ ДОВЕРИЕ К НАМ**

формации. Доверие к информационному агентству, которое специализируется на серьезных новостях, существенно выше.

В ТАССовском стайлгайде написано, что скорость для нас важна, но не в ущерб достоверности. И у нас каждую неделю бывает дилемма: ну давайте скорее выпускать новость! Нет, пока не дозвонимся до проверенного источника, не удостоверимся в точности сведений, мы ее не опубликуем. Мы лучше проиграем по скорости, чем подорвем доверие к нам.

ТАСС, как серьезное информационное агентство, имеет внутреннюю прививку от фейков. У нас есть процедура подготовки информации, которая подразумевает обязательную вторую пару глаз — автор и редактор. Причем эти сотрудники находятся в разных подразделениях, что снижает возможность давления и неформальных отношений. Мы ищем и вторую, и третью стороны историй там, где это необходимо. У нас, как у госагентства, есть доступ к большому числу официальных источников информации, которые мы как раз используем для снижения количества фейков в медиaprостранстве.

Все это очень помогает, особенно когда случается какое-то сложное, серьезное событие, вокруг которого практически мгновенно начинаются спекуляции.



— Например, трагедия в Кемерове или история с Бабченко?

— Да, примеры показательные. Когда произошел пожар в «Зимней вишне», мы сразу поняли, что вокруг этого события будет много передергиваний и спекуляций. Поэтому ТАСС традиционно оперировал только официальными источниками. Мы чувствовали это давление: «Ребята, смотрите, все пишут, там уже сотня погибших. Почему у нас всего 30? Сделайте что-нибудь!» Но наши корреспонденты досконально перепроверяли, уточняли, сравнивали информацию, поступающую из разных спецслужб. И в конце концов получили непротиворечивую картину.

А история с Бабченко — это все-таки не история с фейком. Потому что и сообщение о его гибели было официальным, и сообщение о его воскрешении тоже было официальным. И мы, безусловно, дали и первую, и вторую новости. И, мне кажется, иначе не могли, потому что и первое было правдой на определенный момент, и второе было правдой.

— Как наказываете сотрудника, опубликовавшего фейк? Может быть, у вас есть какая-то система штрафов?

— Не помню, чтобы ТАСС попадал в эту ловушку. Но это не значит, что мы не ошибаемся. У нас есть и досадные опечатки и аннулирования сообщений. Мы стремимся не замалчивать ошибки, не закапывать их в версии новостей, а открыто предупреждать об этом подписчиков. Конечно, с последующим разбором в редакции.

У нас есть, скорее, система «казней», потому что с точки зрения законодательства нельзя просто взять и оштрафовать человека за что-либо. Применяются различные виды порицания. В агентских регламентах четко прописано, в какой момент кончается ответственность журналиста и начинается ответственность редактора.

Если в материале фактическая ошибка — это вина корреспондента. Если сообщение выпущено с орфографическими ошибками или, например, с ошибкой в известной фамилии — это ответственность редактора. Все ошибки у нас принято обсуждать. Если мы не будем жестко порицать и пресекать такие вещи, значит, мы это одобряем.

— О чем стайлгайд ТАСС?

— Как и все стайлгайды, наш документ, прежде всего, описывает, как должна выглядеть новость, и механику работы с ней. В этом своде правил говорится и о том, что мы можем делать и что не можем, а также о наших приоритетах. Помимо стайлгайда у нас есть еще и чек-лист — короткий список ключевых требований, которым должна соответствовать новость на ленте ТАСС. Этот краткий документ всегда перед глазами выпускающего редактора.

— ТАСС ежедневно выпускает на ленту около полутора тысяч новостей, из которых 400 — информация из регионов. А как вы оцениваете качество новостей? На какие показатели ориентируетесь?

— Для нас самым главным критерием качества является цитирование в других СМИ. В течение двух лет (столько делается ежемесячный рейтинг федеральных СМИ), за некоторым исключением, ТАСС является самым цитируемым новостным агентством страны, по данным «Медиагогии». Вот и по итогам июля 2018 года агентство в первой строчке рейтинга.

Мы тщательно работаем над качеством текстов. Здесь, конечно, очень многое зависит от корреспондентов и их профессионального уровня. Стараемся приглашать к себе молодых и талантливых. Постоянно работаем с нашими людьми, следим за тем, о чем и как пишут корреспонденты и местные СМИ в регионе, чтобы постоянно оценивать news judgement наших журналистов.

— Цитирование сами отслеживаете?

— Конечно, в ТАСС есть профильное подразделение — отдел анализа, которое занимается этими вопросами. Коллеги четко отслеживают, как мы отработали те или иные темы по сравнению с конкурентами, готовят сводки по цитированию наших новостей в различных медиа и т.д. Но также мы изучаем и внешние рейтинги, ту же «Медиагогию».

— Как и по каким критериям вы подбираете корреспондентов?

— Путь стандартный: рекомендации и объявления на сайте агентства (tass.ru/professionals) и в наших соцсетях. Главный критерий — огонь в глазах. Новости — это такое ремесло, которое нужно любить и хотеть им заниматься. В противном случае ты будешь мучиться сам и мучить своих редакторов. Поэтому мы всегда смотрим на желание человека работать и учиться. Скажите, как могла создаться в регионах профессиональная прослойка людей-информационщиков, откуда мы могли бы черпать кадры, если в России всего три крупных новостных агентства? И какова вероятность, что человек с этим опытом окажется, например, в Кургане? Нулевая. Поэтому берем молодых, амбициозных ребят, с хорошей журналистской хваткой, а дальше обучаем.

— В каких регионах с подбором журналистов вы не испытываете проблем и где кадровый вопрос стоит наиболее остро?

— В городах-миллионниках кадровых проблем нет. Были трудности в ряде регионов Северного Кавказа, но те, кого мы после долгих поисков нашли, — бриллианты.



**ТАСС СТАРАЕТСЯ БРАТЬ МОЛОДЫХ И ТАЛАНТЛИВЫХ
КОРРЕСПОНДЕНТОВ, С ХОРОШЕЙ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ХВАТКОЙ.
ГЛАВНЫЙ КРИТЕРИЙ ОТБОРА — ОГОНЬ В ГЛАЗАХ**

— Как именно вы их в бриллианты превращаете?

— Стажеры или журналисты с недостатком агентского опыта работы обязательно проходят «курс молодого бойца», когда работу начинающего сотрудника курирует один из наших самых опытных журналистов.

Занимаемся повышением квалификации уже работающих журналистов. Один из таких мастер-классов мы проводили весной этого года для региональных корреспондентов, и опять-таки на Кавказе. Есть такое профессиональное понятие «глаз замылился», когда человек перестает видеть что-то новое и интересное, что происходит в регионе. Мы учили видеть истории и писать про них, придумывали интересные заголовки, в общем, устраивали мозговой штурм.

— Что вы думаете и чувствуете, когда ТАСС называют пропагандистским ресурсом?

— ТАСС — государственное агентство. Но я ни в коей мере не согласен с утверждением, что ТАСС — пропагандистский ресурс. ТАСС работает с новостями, а новость — вещь объективная: либо она есть, либо ее нет. Мы концентрируемся и специализируемся на точности передачи информации, мы не занимаемся интерпретацией новостей, «подтягиванием» мнений, чтобы сформировать отношение к чему-то.

Когда мы с вами обсуждали соцсети, я как раз сказал о том, что информационное агентство — некий ориентир, который помогает понять, что правда, а что неправда. Это и есть миссия ТАСС — быть маяком в нашем бескрайнем море информации.

— К своему 114-му дню рождения ТАСС подготовил подарок — открыл новую версию своего интернет-сайта. Расскажите почему.

— Да, в ночь на 1 сентября состоялся перезапуск tass.ru. Поменялось очень многое — от функционала и дизайна до содержания. Он стал современным, удобным и быстрым. Мы полностью обновили мобильную версию сайта, теперь она адаптирована под все виды экранов и типы устройств. Думаю, все плюсы нового сайта очень быстро оценят и профессионалы, и наши обычные читатели. Новый tass.ru «заточен» под то, чтобы максимально быстро можно было узнавать о главных событиях дня. А еще он будет объяснять, почему они произошли, рассказывать большие истории при помощи современного визуального языка. Предыдущий вариант сайта достаточно сильно сдерживал нас в развитии. Теперь мы сможем использовать новые медиаформаты, и у нас будет больше неновостного контента. Также особенностью нового сайта стала своя система рекомендаций. В ней реализована технология бесконечной ленты из соцсетей.

— Есть мнение, что очень скоро все новости будут писать роботы. На ваш взгляд, роботизация произойдет?

— Обязательно. Это неизбежно. Мы, информационные агентства, будем все больше конкурировать за скорость и за охват тем. Соответственно, чтобы бесконечно расширять темы, нам нужно будет бесконечно расширять штат, а этого не произойдет, потому что это очень дорого. И мы волей-неволей будем пытаться автоматизировать производство контента.

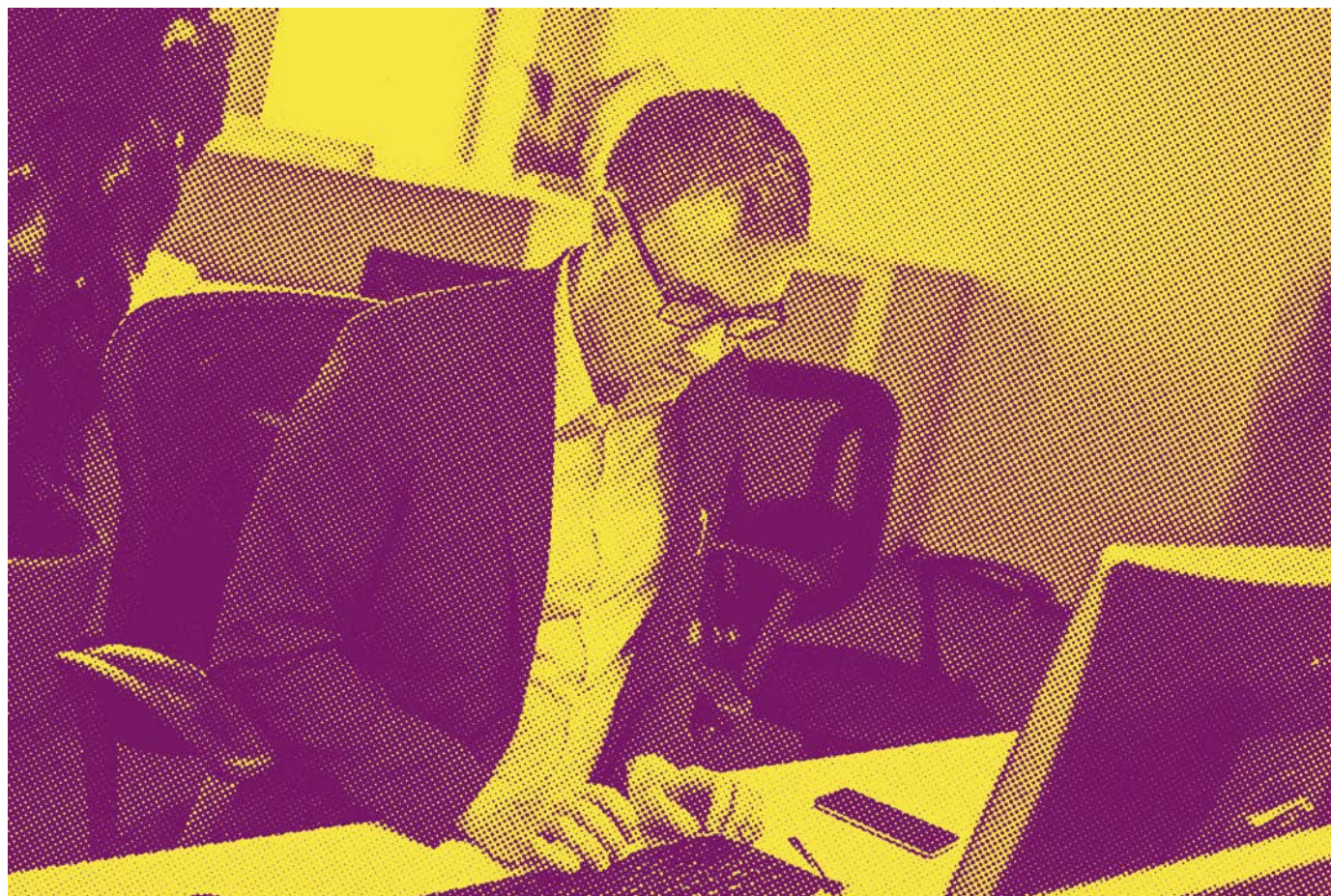
Отчасти это уже происходит сегодня, например, курсы валют давно публикуются автоматически. Через некоторое время мы научимся создавать тексты на естественном языке при помощи роботов и алгоритмов. Возможно, это будет один и тот же пресс-релиз, но написанный роботами для разных аудиторий. Возможно, роботы начнут получать какие-то цифры и выдавать тексты. Возможно, это будут системы поддержки принятия редакционных решений: корреспондент пишет новость, а ему уже автоматически подтянули контекст и бэкграунд и таким образом сократили время подготовки материала. Вот что-то подобное обязательно будет происходить. Мы очень внимательно следим за всеми нововведениями и технологиями в этой области, за тем, что происходит в Amazon, Google, российском «Яндексе» — за запуском «Алисы», «Диалогов». Я думаю, что это один из главных векторов развития нашего бизнеса. 📧

Александр Литвинов:

«Длинные и короткие тексты — это как трамвай и метро»

┌ Александр Литвинов — журналист и основатель «Планерки». Этот проект сочетает в себе смешные и нелепые заголовки из реальных СМИ, интервью с известными журналистами и аналитические материалы. Недавно «Планерка» отказалась от сайта и провела собственный медиафорум в Екатеринбурге

Текст: АЛЕНА БОЛДЫРЕВА



— Как родилась «Планерка»?

— В конце 2015 года мы с друзьями, можно сказать, «на коленке» и забавы ради сделали сайт planerka.org. Один друг был журналистом, второй — филологом, третий — «технарем», ну и я — тоже журналист. Развивались сначала просто через знакомых. Плюс вкладывали какие-то минимальные деньги в раскрутку.

В 2016 году прикупили крупную группу «ВКонтакте» и перепрофилировали ее под себя. В Facebook за год тоже появились шестизначные показатели охватов и просмотров, люди все чаще стали заходить на сайт.

Потом мы создали канал в Telegram, который достаточно быстро вырос (на момент подготовки интервью у канала было 16 700 подписчиков. — **ЖУРНАЛИСТ**). Год назад моментально зашли в «Яндекс.Дзен». Стали брать интервью у известных журналистов, о нас начали говорить. В общем, комплексно, по чуть-чуть, с разных направлений шли.

— Почему в итоге отказались от сайта?

— Три года назад сайт был для нас основной платформой, доминантой, но в конце 2017 года мы поняли, что он нам попросту не нужен. Во многом это было связано с тем, что наш бюджет достаточно ограничен. Плюс сайт почти не монетизировался, заходов было мало.

Мы сейчас видим по 1,5 млн уникальных пользователей в месяц во «ВКонтакте». Или миллионы просмотров в Telegram. Ну зачем нам сайт? Платформы все равно неохотно делятся трафиком.

— Как думаешь, медиа постепенно будут отказываться от веб-сайтов?

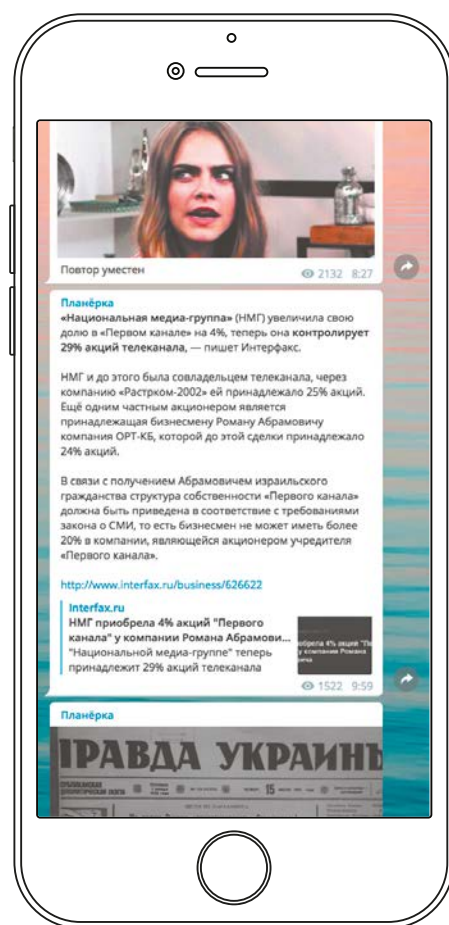
— Не все. Кто-то будет отказываться, но на черный день я бы рекомендовал сохранять сайт. Как мы поступили, например: сейчас у нас сайт выполняет роль визитки, там есть только кнопки с указанием всех платформ, и одна из них ведет на старую версию сайта. Его мы заморозили, но прошлые материалы там можно почитать. Если что-то пойдет не так, можем всегда вернуться.

Сайт ты делаешь так, как хочешь, как тебе нравится или кажется нужным. Он предсказуем. Форма, содержание, компоновка разделов — все по твоему желанию. А в социальных сетях ты живешь по их законам, и порой это сложно. Взять хотя бы Facebook, который постоянно меняет свои алгоритмы.

— В какой момент вы решили пойти в офлайн?

— Мы захотели развиваться дальше, чтобы нас воспринимали не только как площадку, где можно поржать,

У НАС СЕЙЧАС ПО 1,5 МИЛЛИОНА УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В МЕСЯЦ ВО «ВКОНТАКТЕ» И МИЛЛИОНЫ ПРОСМОТРОВ В TELEGRAM. НУ ЗАЧЕМ НАМ САЙТ? ПЛАТФОРМЫ ВСЕ РАВНО НЕОХОТНО ДЕЛЯТСЯ ТРАФИКОМ



но и как серьезный проект с полезной информацией. Сначала мы организовали медиафорум «Планерка», в этом году он прошел в Екатеринбурге. Пригласили представителей многих СМИ: «Дождя», «Медузы», «Русского репортера», также были ребята из «ВКонтакте», «Яндекс.Дзена».

Но проводить форумы достаточно тяжело, это можно делать раз в год, поэтому сейчас мы думаем над другими офлайн-форматами. Например, пригласить известного журналиста, собрать небольшую аудиторию в каком-нибудь баре, пообщаться.



К

— Сколько человек работает над «Планеркой»?

— Помимо меня? С точки зрения штата — ноль. Несколько человек помогают в свободное от основной работы время, по остаточному принципу. Да, это сложно и неудобно, но когда у тебя нет миллиардеров-спонсоров, приходится жить так.

— А ты сам где-то еще работаешь?

— Нет, последние месяцев пять я нигде не работаю, сконцентрировался на развитии проекта. Но доход пока не слишком хороший, поэтому я не исключаю возможности работы по найму в самое ближайшее время.



ГЛАВНАЯ ПРОБЛЕМА СМИ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В ТОМ, ЧТО ОНИ НЕ УСПЕВАЮТ ЗА ТЕХНОЛОГИЯМИ. ПРИЧЕМ ЭТО КАСАЕТСЯ НЕ ТОЛЬКО РЕГИОНАЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ, НО И МНОГИХ ФЕДЕРАЛЬНЫХ

— Положа руку на сердце, есть какие-то дружественные СМИ, об ошибках которых ты не будешь писать? Закроешь глаза, скажем так.

— Нет. Недавно, например, посмеялись над заголовком Znak.com, хотя мы с ними тесно работаем, ребята нам помогли в организации медиафорума «Планерка». Я даже пишу для них периодически.

Ну и нужно понимать, что мир не черно-белый. Сегодня над каким-то СМИ посмеялись, завтра выложили их же скрин с классным заголовком. Мы не только о плохом пишем. Если медиа сделали что-то действительно крутое — мы обязательно напишем и об этом.

— Какие планы на будущее в отношении «Планерки»?

— Скорее мечты, нежели конкретные планы, потому что пока непонятно, как их реализовывать с ограниченными людскими и денежными ресурсами. Я вижу, что надо делать что-то с видеоконтентом, идти на YouTube. Офлайн, как я уже сказал, планируем развивать. Даже если это будет междоусобничек с журналистами. И делать больше лонгридов.

— Лонгриды читают?

— Однозначно читают. Во «ВКонтакте» у нас очень хорошо заходят длинные тексты. Метрики показывают, что их не только дочитывают до конца, но и репостят потом. Понятно, что сейчас многим удобнее просто картиночки посмотреть, но аудитория у лонгридов есть всегда. Тем более короткие и длинные материалы не противостоят друг другу. Это как трамвай и метро, мы же не можем объяснить преимущества одного вида транспорта только за счет недостатков другого. Это просто две взаимодополняющие вещи.

— Откуда основной доход «Планерки»?

— Источников много. В основном с продажи рекламы. Есть и крупные разовые доходы. Например, в прошлом году грант от «Яндекс.Дзена» получили на развитие канала. Проведение медиафорума тоже не было благотворительным мероприятием, мы продавали билеты.

— Какая площадка самая прибыльная в плане рекламы?

— Для «Планерки» это Telegram. В пересчете на одного подписчика прямая реклама там у нас в 22 раза дороже, чем в VK. Другое дело, что у VK есть разные источники монетизации. Помимо прямой рекламы работает рекламная сеть. То есть ты вообще ничего не делаешь, не ищешь заказчиков, сеть сама вставляет посты в ленту подписчикам, а ты только деньги получаешь.

Подобная схема работает и в «Яндекс.Дзене», но там совсем упали «охваты», и мы решили публиковать в «Дзене» только лонгриды. То есть деньги оттуда — на уровне погрешности.

О МЕДИА

— Ты ежедневно читаешь десятки разных изданий, региональных и не очень, пишешь аналитику. Какая, на твой взгляд, сейчас главная проблема у СМИ?

— Медиа не успевают за технологиями. Причем это проблема не только региональных изданий, но и многих федеральных.

Я работал в «Вечерней Москве», у них большой штат и неплохие возможности. Можно было бы качественно заниматься всеми платформами, создать паблики-миллионники... Но нет, в Москве проживает около 15 млн человек, а у них только 15 тыс. подписчиков во «ВКонтакте». Это смешно.

— Может быть, им не хватает денег? Одним SMM-щиком ведь не ограничишься, надо закупать рекламу как минимум.

— У них есть даже своя телестудия, так что денег точно хватает. Здесь действительно вопрос приоритетов. Ну, хочешь быть просто печатным изданием в XXI веке — пожалуйста.

Еще одна проблема — это взаимоотношения СМИ с властью. Она всегда была. Кто-то идет на сделку с совестью, кто-то плюет на все и создает пропагандистские издания, появляется цензура и самоцензура.

— А тебе приходилось когда-нибудь идти на сделку с совестью?

— Нет, за свою биографию я точно могу быть спокоен. Потому что мне пришлось покинуть много разных изданий. Откуда-то выгоняли, откуда-то уходил «по совокупности» редакционных и политических проблем. Не нравится — уходи. Варианты, куда уйти, есть всегда.

— С законодательной и этической точки зрения нужна ли СМИ регистрация?

— Если ты существуешь на платформе вроде «ВКонтакте», принудить тебя никто не может. Корреляции между регистрацией и ответственностью нет. Телеканалы ВГТРК, например, имеют регистрацию СМИ. Ну и кто когда там понес ответственность за фейки?



— Есть мнение, что регистрация СМИ приносит больше обязательств, чем прав.

— Не обязательно. Аккредитованное издание может запрашивать комментарии и информацию, и им по закону обязаны отвечать. Если же ты не СМИ, на твои запросы можно не отвечать. Вот это — хорошее преимущество официального статуса. Хотя, например, Mash справляется и без него. Свои источники информации позволяют им это делать.

— Какие СМИ ты читаешь с удовольствием, уважаешь?

— Сложно привести пример, потому что обычно читаю все в лентах социальных сетей, не разделяя. Как правило, это стандартный набор вроде «Медузы», Znak.com, парочки местных ресурсов из родного Екатеринбурга.

— Где в основном получаешь информацию? «ВКонтакте», Telegram?

— В основном в Facebook. Он же является главной платформой для личного общения с людьми. Но с точки зрения ведения пабликов Facebook, конечно, проигрывает ВК.

— Представь, что ты начальник издания, тебе надо нанять сотрудника, но бюджет ограничен, поэтому только одного. Есть выбор: очень хорошего автора или человека, который круто разбирается в технической составляющей (например, разработчик или UX-дизайнер). Кого ты выберешь?

— Возьму автора. Но на собеседовании я спрошу, умеет ли он работать с платформами, вел ли когда-нибудь канал. Если человека нет в Telegram или он по каким-то причинам не сидит в Facebook, для меня это станет «звоночком». В моем понимании автор в 2018 году потому и стал хорошим, что умеет все: и в диджитал, и в текст. ✕

Редакционный совет — это поддержка СМИ деньгами и репутацией

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ СМИ КАЖЕТСЯ УСТАРЕВШИМ ОРГАНОМ. По традиции туда приглашали разных уважаемых людей, которые якобы помогали определять политику издания, но в большей степени своими именами обозначали политическое, литературное или деловое направление СМИ. Одновременно редакции стремились запастись еще и связями, покровительством, доступом в нужные кабинеты. Хотя вряд ли это срабатывало.

На Западе складывается новое отношение к редакционному совету,

которое может дать пищу для размышлений и российским редакторам. Изменения связаны с развитием модели membership, когда читатели не платят за подписку, а поддерживают СМИ пожертвованиями и за это получают членство в клубе с разными бонусами.

Особо богатых и влиятельных читателей приглашают в совет (board), который совмещает функции редсовета и попечительского совета.

Например, у новостного портала VT Digger в штате Вермонт, США, в ред-

совет входят 14 человек. Не все они богачи, но суммарно вносят на поддержку портала 100 тысяч долларов, что составляет 8% от годового дохода этого СМИ. Не менее важная функция совета — укреплять репутацию СМИ и тем самым продвигать его среди других инвесторов и доноров. Доходы клубной модели структурированы: пожертвования дают как частные лица, так и компании или фонды. В результате в бюджете того же VT Digger корпоративное спонсорство приносит 390 тысяч долларов, или 32% дохода.

Байденизмы в эфире: подкаст со знаменитостью

НОВОСТНОЙ СТАРТАП GROUND CONTROL ПРИДУМАЛ НОВЫЙ ФОРМАТ ПОДКАСТА. Бывший вице-президент США Джо Байден кратко пересказывает новости, заинтересовавшие его, а затем диктор читает полный текст статьи. Таким образом, известный человек, политик мирового уровня, предлагает слушателям свою новостную картину дня.

Подкаст длится 8-15 минут. В качестве источников используются статьи ведущих изданий, которые стали партнерами проекта.

Джо Байден обладает узнаваемым голосом. Кроме того, у него есть в некотором роде слава Виктора Черномырдина. СМИ в свое время любили нарезать клипы из ляпов, допущенных Байденом во время публичных выступлений. Для того чтобы формат стал привлекательным для слушателей, в качестве куратора надо привлечь действительно знаменитого или вли-



ятельного человека. Это довольно трудно. Но такой формат можно использовать также для привлечения не только аудитории, но и спонсоров. Разумеется, кто-то из журналистов должен помочь куратору сделать под-

борку интересной. Этот подход применим даже и в корпоративных СМИ: руководитель компании может рассказывать в колонке или в подкасте, какие новости недели он отметил для себя и почему.

The New York Times превратила свою планерку в радиопередачу

THE NEW YORK TIMES СДЕЛАЛА НЕКОТОРЫЕ СВОИ РЕДАКЦИОННЫЕ КОНФЕРЕНЦ-КОЛЛЫ (ПЛАНЕРКИ ПО ТЕЛЕФОНУ) ОТКРЫТЫМИ ДЛЯ ПОДПИСЧИКОВ. Например, редактор обсуждает материал для подкаста о ближневосточных событиях с командой репортеров и аналитиков, часть из которых в регионе, часть — в редакции. Подписчики могут подключиться и услышать, какие акценты расставляет редактор, какие факты предлагают репортеры. Более того, читатели могут позвонить и включиться в обсуждение со своими идеями — совсем как на радио.

Кухня СМИ всегда привлекательна для читателя. В конференц-коллах открыто обсуждают тему, это дружеский чат между коллегами. С другой стороны, есть риск утечки важной информации или непроверенных фактов. Поэтому редактору приходится учитывать риски нового формата.

Эта форма вовлечения читателя оказалась особенно полезной при подготовке подкастов, так как интересные мнения, высказанные во время конференц-колла, можно записать и выпустить в подкасте. Получается «participatory podcast», как называли его в редакции.

Весной The New York Times организовала около 10 таких открытых планерок. Для них выбираются самые интересные темы — от расового неравенства до «Игры престолов». К каждой планерке подключалось несколько сотен подписчиков.

Аналогичные эксперименты проводят The Atlantic и The Information. Так что, вопреки мнению экспертов, открытые планерки подходят не только деловым и специализированным изда-



ТЕПЕРЬ
БИЗНЕС
СМИ —
ПРОДАВАТЬ
ЧТО-ТО ЕЩЕ

ниям. Теперь бизнес СМИ — продавать что-то еще.

Из-за снижения доходов от рекламы и подписки СМИ вынуждены продавать не только и не столько контент и рекламу, но и что-нибудь еще. Редакторы становятся предпринимателями. В американском издательстве The Business Journals, объединяющем 43 городских деловых издания, запустили систему SelecTalent, которая позволяет работодателям оценивать соискателей.

«Мы чувствуем, что здесь у нас есть определенные преимущества, — говорит Дженифер МакГиган, директор издательства по маркетингу. — Многие малые и средние предприятия даже не знают, что есть такая система оценки при найме работников. Так что мы занимаемся еще и образованием».

Оценка одного кандидата по специальной методике стоит 169

долларов. О доходах издательства на этом направлении пока не сообщается. Возможно, зазор и нацеленность на диверсификацию здесь пока важнее финансовых результатов. С другой стороны, издания концерна имеют совокупно 443 тысячи цифровых и печатных подписчиков. В основном это деловая аудитория. В четвертом квартале The Business Journals запускают еще один сервис, который поможет малым и средним предприятиям определять профили клиентов и удерживать их. Издательство постоянно изучает информационные потребности деловой аудитории и пытается найти оригинальные продукты. В соответствующем подразделении издательства из 40 человек 40% занимаются разработкой продуктов, никак не связанных с журналистикой. ❧

Пробуждение НОВОЙ СИЛЫ

┃ С помощью проекта Hashtag Our Stories известный в Индии журналист Юсуф Омар стремится построить всемирную многоканальную новостную сеть, обучая представителей социально ущемленных слоев населения азам журналистского мастерства

Текст: СИМОНА ФЛЮКИГЕР, WAN-IFRA



ВОРКШОП ЮСУФА ОМАРА НА GLOBAL FESTIVAL OF ACTION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. БОНН, ГЕРМАНИЯ. 21 марта 2018 года

Юсуф Омар, бывший журналист социальных сетей CNN и экс-редактор мобильных проектов Hindustan Times, давно стал (и не только у себя на родине) экспертом в области мобильного сторителлинга. Он специализируется на небольших инновационных и социально ориентированных проектах, которые дают простым людям возможность рассказывать собственные истории. Однако одно недавнее событие подтолкнуло его и его жену Сумайю к принятию решения о серьезном расширении масштаба этой работы.

В начале 2017 года Омар обучил группу индийских уборщиков мусора тому, как документировать происходящее вокруг них с помощью функции Instagram Stories, но поскольку потом несколько месяцев никакого контента от них не поступало, он решил, что проект провалился. Однако в июле прошлого года правительство Индии ввело налог на поставку товаров и оказание услуг (Goods and Service Tax — GST), который непосредственно затронул заработок уборщиков мусора, и это подтолкнуло их к применению полученных навыков мобильного сторителлинга.

«Откуда ни возьмись в наших лентах вдруг начал выскакивать хештег #GSTwaste, и это оказались те самые индийские уборщики мусора, которые, попав в сложнейшую ситуацию, где к ним никто не прислушивался, стали использовать свои камеры и сообщать, что у них происходит. И в конце концов их голоса дошли до индийских СМИ, которые подхватили эту историю, — рассказывает Омар. — Я внезапно осознал, что существует гигантский потенциал у обучения людей самых низких



ПРОЕКТ HASHTAG OUR STORIES РОДИЛСЯ БЛАГОДАРЯ СЕРИИ ПОСТОВ ИНДИЙСКИХ МУСОРЩИКОВ, ОТРЕАГИРОВАВШИХ НА ВВЕДЕНИЕ В СТРАНЕ НАЛОГА НА ОКАЗАНИЕ УСЛУГ

социальных слоев, чьи голоса никто не слушает (а это тот самый миллиард, который скоро выйдет в онлайн), тому, как пользоваться мобильными телефонами, чтобы рассказывать собственные истории, и как превращать эти истории в содержательные видеосюжеты».

КРУГОСВЕТНОЕ ОБУЧЕНИЕ

В рамках проекта Hashtag Our Stories его создатели в начале сентября 2017 года отправились в кругосветное путешествие и за три с половиной месяца посетили 23 страны. В каждой стране они с помощью местных НКО организовывали встречи с местными сообществами и учили их мобильному сторителлингу.

Например, во время поездки в Сербию они работали с группами афганских и ливийских беженцев, которые после этого стали присылать им видеоматериалы о тяготах жизни мигрантов.

В среднем в каждой стране они обучали 15-20 человек, из которых,

по словам Омара, примерно пятеро становились активными корреспондентами.

Далее они помогали им совершенствовать мастерство, создавая индивидуальные группы в Facebook, где можно публиковать рабочие материалы и получать отзывы. Кроме того, этот контент размещается на нескольких страницах в Facebook, например Hashtag Australia или Hashtag Sri Lanka, с целью довести число таких страниц до сотни, чтобы фрагментировать аудиторию соцсети и сосредоточиться на интересах конкретных местных сообществ.

«Эти группы в Facebook — предварительный этап, корреспондентов надо проверить, прежде чем позволить им публиковаться на платформах. Потому что, разумеется, мы хотим получать основательную журналистику, хотим иметь возможность проверять подлинность и достоверность историй, факты», — говорит Омар.

Значительная часть общения с корреспондентами идет



ЮСУФ ОМАР:

**«В МОБИЛЬНОЙ
ЖУРНАЛИСТИКЕ ВСЕ
БОЛЬШУЮ РОЛЬ
ИГРАЮТ ГРАЖДАНСКИЕ
ЖУРНАЛИСТЫ, И ДЛЯ СМИ
САМЫМ СЕРЬЕЗНЫМ
ВЫЗОВОМ СТАЛА
ВЕРИФИКАЦИЯ»**

через мессенджер Facebook, что позволяет сразу давать обратную связь по подготовке историй. Поскольку разбираться с огромным количеством сообщений через этот канал становится все труднее, Омар обдумывает идею разработки «бота-редактора» для мессенджера Facebook, который мог бы отвечать на самые элементарные вопросы о мобильном видеопроизводстве.

«Таким образом, мы сможем тратить время и силы на дальнейший процесс видеопроизводства и по-настоящему работать с корреспондентами над темами и сюжетами», — полагает он.

В рамках обучения корреспондентов предупреждают о рисках, связанных с прямыми трансляциями, и объясняют, как «документировать глазами» происходящее перед принятием решения о трансляции того или иного события.

«Мы знаем, что у нас будет много прямых трансляций, а по мере приближения 2020 года и интернета 5G наш проект Hashtag Our Stories будет, по сути, становиться одной большой круглосуточной трансляцией в прямом эфире, — рассуждает Омар. — А если мы всё будем транслировать напрямую, то исчезнет буфер между тем, что видит корреспондент, и тем, что видят его зрители во всем мире».



МЕНЕЕ ЧЕМ ЗА ГОД ЮСУФ И СУМАЙЯ ОМАР В РАМКАХ ПРОЕКТА HASHTAG OUR STORIES ОБЪЕХАЛИ 40 СТРАН

ОТ ЛОКАЛЬНОГО К ГЛОБАЛЬНОМУ

Уже в ходе кругосветного путешествия создателей проекта их замысел создать глобальную новостную сеть постепенно стал обретать реальные формы.

Так, к 25 сентября 2017 года — второй годовщине принятия мировыми лидерами «Целей устойчивого развития» ООН — корреспонденты из самых разных стран мира подготовили видеосюжеты и прямые трансляции в Facebook на такие темы, как экология, образование и нищета.

«Рождение новостной сети случилось гораздо раньше, чем ожидалось. Если у нас есть сейчас проблемы, то они скорее в том, что нам присылают слишком много историй и видео, и трудно отобрать из них самое важное, на что стоит тратить время и стараться сделать из них что-то стоящее», — говорит Омар.

Хотя Омар заявляет, что не видит большого коммерческого потенциала в том контенте, который производится в рамках проекта Hashtag Our Stories, он надеется, что бизнес можно будет монетизировать за счет предоставления решений и рабочих процессов другим СМИ, помогая им охватывать труднодоступные местные сообщества и строить сети мобильного сторителлинга.

НА ГРАЖДАНСКОЙ СТОРОНЕ СИЛЫ

Накануне ежегодного конгресса WAN-IFRA, который прошел 6-8 июня в Эшториле и Кашкайше (Португалия), нам удалось побеседовать с Юсуфом Омаром о тенденциях в сфере мобильного журналистики.



— Какие платформы вам больше всего нравится использовать для мобильного сторителлинга и почему?

— За последние десять лет величайшая революция среди платформ для сторителлинга — это Facebook Spaces. Она дает нам возможность прямых трансляций и панорамной виртуальной среды, и в то же время это социальная сеть, и ее аудитория может к нам присоединяться.

— Говоря о визуальной журналистике вообще и о мобильном сторителлинге в частности, что, по-вашему, новостные СМИ сейчас делают правильно и что им надо улучшать?

— Новостные СМИ спешат отмахиваться от новых технологий, считая их слишком заумными или несерьезными, не замечая в них потенциала для улучшения качества журналистики. Например, как самостоятельный продукт потоковое видео не превратилось в золотую жилу, преобразившую медиа. И виртуальная реальность с панорамным видео не превратились. Они пока стали всего лишь «кирпичиками».

Однако на пересечении этих технологий появляются такие платформы с тотальным погружением, как Facebook Spaces. СМИ нужно овладевать всеми технологиями-«кирпичиками» и инвестировать в инновации. Потому что, когда их сложат вместе и наберется критическая масса, надо быть готовым к тому, что все виртуальное пространство начнет развиваться очень быстро.

— В чем состоят вызовы для мобильной журналистики сегодня и какими они, по-вашему, могут стать в будущем?

— В мобильной журналистике ведущую роль все больше играют гражданские журналисты, и для СМИ самый серьезный вызов — верификация.

Технологии, позволяющие ловить фейки, совершенствуются, но совершенствуются и инструменты, позволяющие все лучше манипулировать с видео. Начиная с 11 сентября, самые памятные истории нашего времени выпускались в эфир обычными людьми с телефонами, так что роль СМИ сегодня — это отбор, агрегирование, проверка фактов и верификация.

Однако в будущем такая роль не может стать для СМИ основной. Если мы все будем ловить рыбку в общем пруду соцсетей и верифицировать один и тот же контент, все издательства в итоге будут публиковать одинаковые истории. Поэтому нам надо идти дальше и копать глубже. Объяснять, анализировать. Давать аудитории необычный опыт и показывать оригинальные истории, а не те, которые выносятся в топ в лентах соцсетей.

там главное — дать аудитории кликать, чтобы перескочить на 10 секунд вперед или вернуться назад. Аудитория сегодня контролирует нарратив.


— С помощью проекта Hashtag Our Stories вы стремитесь дать местным сообществам из разных стран самим рассказывать их истории. А какое место при этом отводится СМИ и как будет меняться их роль в будущем?

— Проект Hashtag Our Stories научил сообщества уже в 40 странах рассказывать истории с помощью телефонов, а мы занимаемся отбором этих видео и komponуем из них программу. Это журналистика! Отличительной чертой хорошей журналистики всегда было наличие множества разных источников. А сторителлинг гражданских журналистов просто означает, что будет больше углов зрения, больше мнений, а значит — больше правды.

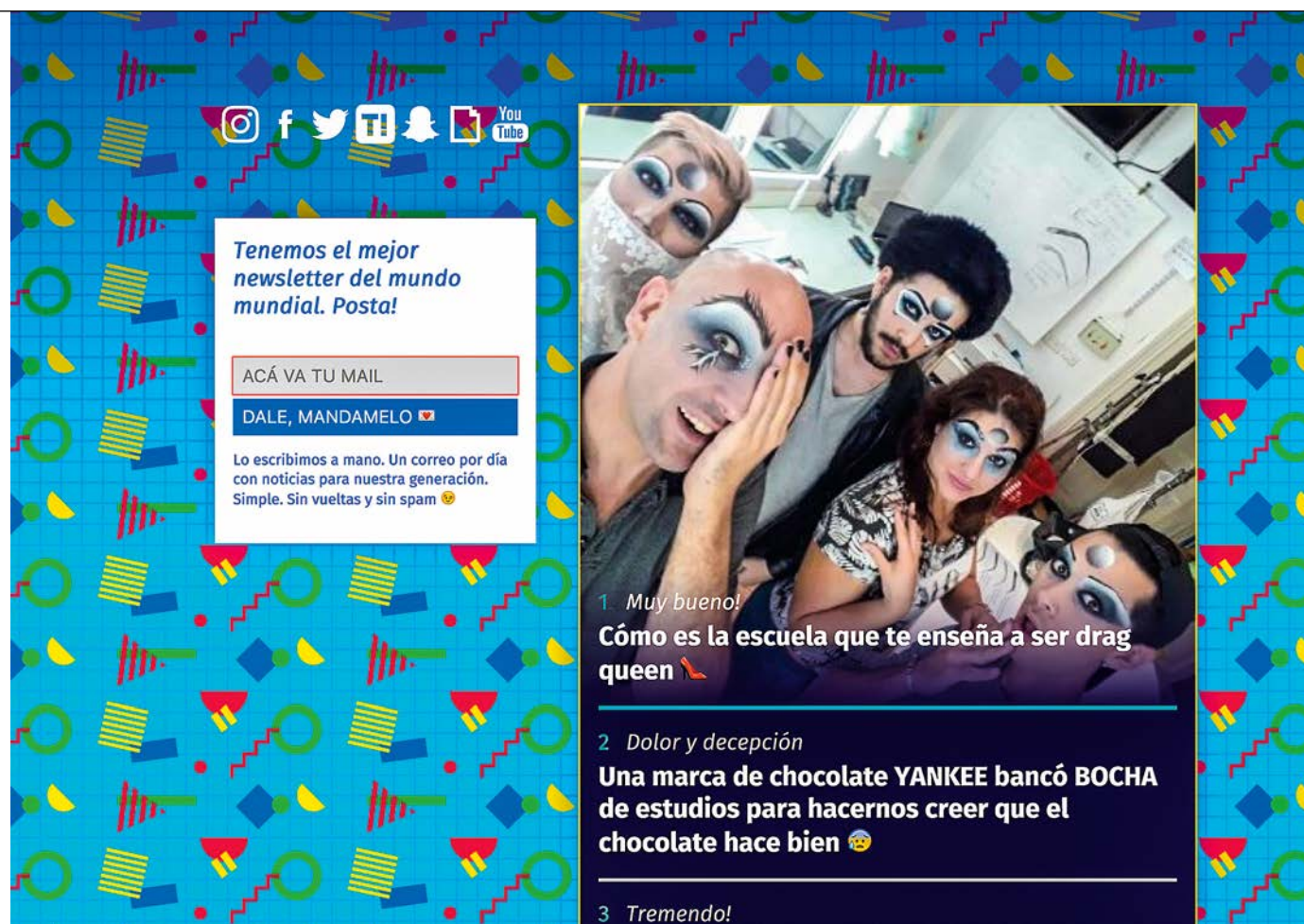
СМИ ДОЛЖНЫ НАУЧИТЬСЯ ЛУЧШЕ СЛЫШАТЬ ГОЛОСА ПРОСТЫХ ЛЮДЕЙ, ПЕРЕРАБАТЫВАТЬ И АНАЛИЗИРОВАТЬ ЭТУ ИНФОРМАЦИЮ, ЧТОБЫ ЛЮДИ СМОГЛИ ЛУЧШЕ ПОНИМАТЬ, ЧТО ПРОИСХОДИТ В НАСТОЯЩЕМ, И ПРЕДВИДЕТЬ БУДУЩЕЕ

— Какие тенденции в визуальном сторителлинге и мобильной журналистике вы считаете самыми главными прямо сейчас?

— Сторителлинг становится интерактивным. Больше всего времени мы потратили на то, чтобы наш контент тормозил большой палец, чтобы люди не прокручивали наши видео, не глядя, в битком набитых новостями лентах соцсетей. Сейчас пришло время создавать истории, которые, скажем так, вовлекают большой палец. Если мы посмотрим на формат Stories в Instagram, Snapchat и т.п.,

СМИ должны научиться лучше слышать голоса простых людей, компоновать эту информацию, перерабатывать и анализировать ее, чтобы люди смогли лучше понимать, что происходит в настоящем, и предвидеть будущее. Мы не заметили такие крупные явления, как Брексит и Трамп, именно потому, что медиа слушали экспертов, обозревателей и комментаторов, а не реальные голоса реальных людей. 

Материал подготовлен
WAN-IFRA и СППИ (ГИПП)



ПК-ВЕРСИЯ САЙТА UNO ОТОБРАЖАЕТ ЭКРАН МОБИЛЬНОГО ТЕЛЕФОНА С ПРОКРУТКОЙ, ПОВТОРЯЯ ДИЗАЙН КОНТЕНТА ДЛЯ МОБИЛЬНЫХ

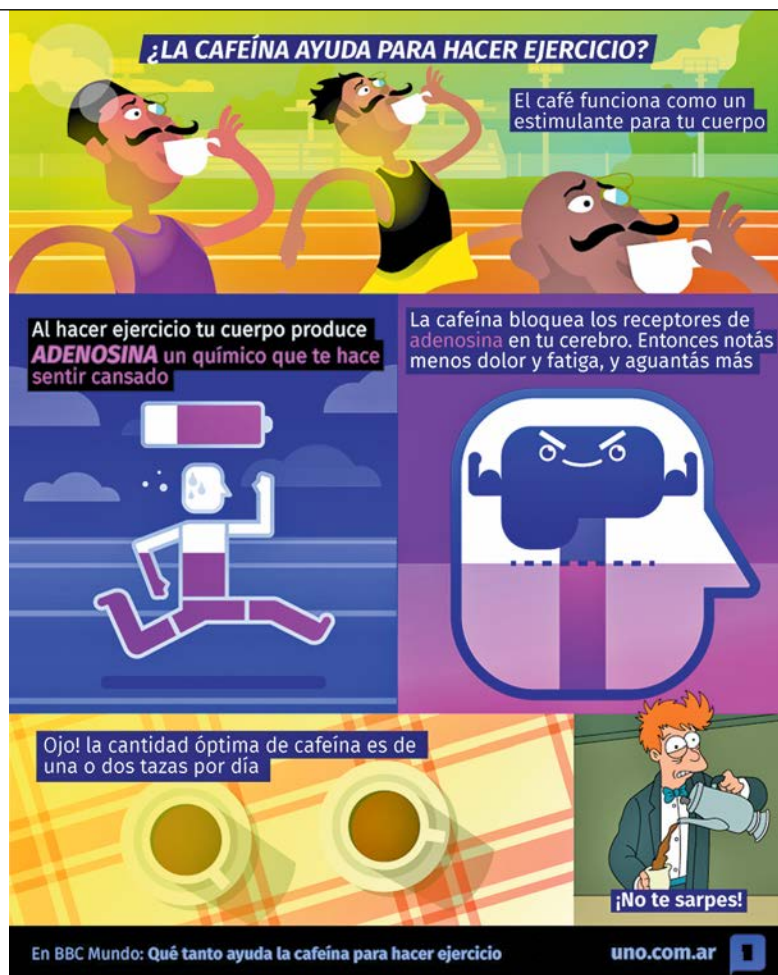
Неподдельные ЭМОТИКОНЫ

Как и многие старые СМИ, аргентинская Grupo América ищет новые варианты привлечения молодежной аудитории. Команде из десятка сотрудников, работающих над отдельным медийным проектом под названием UNO, был дан зеленый свет экспериментировать с новыми форматами и языком, интересными поколению нулевых

Текст: СИМОНА ФЛЮКИГЕР, WAN-IFRA



ПОЧЕМУ МЫ СМЕЕМСЯ, КОГДА КТО-ТО ПАДАЕТ



ПОМОГАЕТ ЛИ КОФЕ ТРЕНИРОВАТЬСЯ?

«Мы обнаружили, что привлечь молодежь традиционной журналистикой довольно трудно, — говорит Алехандро Льядо, директор цифровых проектов Grupo América. — Поэтому у нас было два пути: либо трансформировать какие-то части нашего бренда для повышения охвата молодой аудитории, либо создать совершенно новый продукт, который не имеет ничего общего с традиционными СМИ. Мы выбрали второй путь».

Редакция готовит для всех платформ 50-60 материалов ежедневно. В том числе — инфографику

НАТИВНОЕ, МОБИЛЬНОЕ, АУДИОВИЗУАЛЬНОЕ

UNO выходит на своем мобильном сайте и в нескольких социальных сетях, в основном ориентируется на аудиовизуальный контент и позиционирует себя как «первое нативное мобильное СМИ Аргентины». Версия сайта для ПК отображает экран мобильного телефона с прокруткой, повторяя дизайн контента для мобильных.

У UNO, по утверждениям руководства Grupo América, порядка 500 тысяч пользователей в месяц. Из них свыше 90% получают контент через мобильные устройства, а возраст более 85% пользователей — от 18 до 34 лет.

Возраст же десяти сотрудников UNO — от 20 до 40 лет, никто из них раньше не работал в Grupo América. Они трудятся в редакции бок о бок с традиционными цифровыми журналистами с других каналов и проектов, при-

К



АЛЕХАНДРО ЛЬЯДО, ДИРЕКТОР ЦИФРОВЫХ ПРОЕКТОВ Grupo América, С НАГРАДАМИ WORLD DIGITAL MEDIA AWARD. БЕРЛИН. 10 октября 2017 года

ПОМИМО РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО КОНТЕНТА UNO СТРЕМИТСЯ ОСВЕЩАТЬ И СЕРЬЕЗНЫЕ ТЕМЫ, ТАКИЕ КАК ГЕНДЕРНОЕ РАВЕНСТВО ИЛИ ЛЕГАЛИЗАЦИЯ МАРИХУАНЫ

надлежащих Grupo América, таких как A24 или Primicias YA.

Помимо них, контент помогают готовить многочисленные фрилансеры, в результате за день в соцсетях и на мобильной платформе публикуется 50-60 материалов. Большую часть — например, инфографику, иллюстрации и видео, готовят в редакции, а фрилансеры заняты в основном текстами. Уникальный подход UNO и успешное использование соцсетей были отмечены премиями за лучший инновационный новый продукт и за лучшее вовлечение аудитории в соцсетях на конкурсе цифровых медиа World Digital Media Award 2017, который ежегодно проводит WAN-IFRA.

МИНИМАЛЬНО ЖИЗНЕСПОСОБНЫЙ ПРОДУКТ

Впервые UNO начали выпускать в марте 2016 года как новостной бюллетень, чтобы посмотреть, как отреагирует целевая молодежная аудитория.

«Мы глубоко верим в концепцию минимально жизнеспособного продукта, поэтому запустили бюллетень, чтобы понять, понравятся ли аудитории наш язык и форматы, — вспоминает Льядо. — Мы начали с подборки материалов других СМИ, которые, с нашей точки зрения, были актуальны для молодежи. Затем мы их переписывали своим языком, по-своему форматировали и ставили ссылку на оригинал».

Хотя UNO с той поры расширил предложение, новостной бюллетень остается его основной функцией — у него около 10000 подписчиков, а открываемость составляет 30-35%. Выпуски рассылаются ежедневно с понедельника по пятницу и включают пять главных новостей дня, которые описываются коротенькими текстами и иллюстрируются гифками, картинками и эмоджиконами.

КАЖДОЙ СОЦСЕТИ — СВОЙ КОНТЕНТ

Поскольку центральное место в стратегии UNO занимают соцсети, его сотрудники стараются готовить контент, который соответствует выявленным ими характеристикам каждой социальной сети.

ФОТО: TWITTER.COM/ALELLADO



ПРЕЗЕРВАТИВЫ БУДУЩЕГО

«Наша стратегия состоит в том, что у каждой соцсети есть свой язык и особый формат, поэтому мы не используем весь наш контент в каждой соцсети. Мы готовим для соцсетей эксклюзивный контент, а пользователям не обязательно приходить на наш сайт, они могут потреблять наш контент там», — говорит Льядо.

Контент публикуется на таких платформах, как Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Snapchat, латиноамериканская соцсеть Taringa! и giphy.com. Что касается стратегии контента для каждой платформы, то, по словам Льядо, они используют YouTube для длинных видеосюжетов, а Instagram — в основном для картинок, видео продолжительностью до минуты и Instagram Stories. На Facebook хорошо работает вертикально ориентированный видеоформат, а Twitter для стратегии в целом не так важен и служит скорее как пространство для экспериментов.

АУДИТОРИЯ UNO

500 тыс.

пользователей
в месяц

90%

получает контент
через мобильные
устройства

85%

АУДИТОРИИ —
от 18 до 34 лет

388 тыс.

подписчиков
Facebook

21,2 тыс.

подписчиков
Instagram

6,7 тыс.

подписчиков
Twitter

963

подписчика
YouTube

10 тыс.

подписчиков
e-mail-рассылки

ЖУРНАЛИСТИКА С ГИФКАМИ, СМАЙЛАМИ И ВИДЕО

Хотя UNO непрерывно экспериментирует с множеством разных форматов подачи контента и несложным, разговорным языком, его редакция стремится придерживаться тех ценностей журналистики, которые исповедует компания в целом.

«То, чем мы занимаемся в UNO, это журналистика в чистом виде. Мы освещаем актуальные для молодежи события, при этом соответствия и строгим профессиональным критериям, и традиционным ценностям журналистики», — говорит Льядо.


Разумеется, развлекательный контент является важной частью предложения, но UNO стремится также освещать и серьезные темы, такие как гендерное равенство, легализация марихуаны или движение «Ni Una Menos» («Ни одной [женщины] меньше»), которое распространено в Латинской Америке и направлено против фемицида и насилия над женщинами.

«Освещая темы, которые интересуют поколение нулевых, мы обнаружили, что многие эти темы не слишком интересны традиционным медиакомпаниям», — замечает Льядо.

МОНЕТИЗАЦИЯ БРЕНДОМ

Льядо характеризует UNO как «подрывное» СМИ и подчеркивает, что та же стратегия применяется и к его монетизации: «UNO не имеет рекламного сервера, у нас нет баннеров, прероллов и прочих вещей, ассоциирующихся с традиционной рекламой. Мы ориентируемся только на брендированный контент».

Коллектив UNO тесно сотрудничает с брендами, желающими размещать там рекламу, чтобы как следует понять, какое рекламное сообщение они бы хотели донести до аудитории, а затем превращает его в подходящий контент.

«Это должен быть журналистский контент, интересный нашим читателям. Это вызов, поскольку это новый опыт, тут и наша коммерческая служба, и бренды пока только учатся», — говорит Льядо и добавляет, что UNO достиг точки безубыточности несколько месяцев назад. 

Материал подготовлен WAN-IFRA и СППИ (ГИПП)

Мы решили запустить e-mail-рассылку

Все больше редакций начинают рассылать анонсы своих материалов или тексты целиком по электронной почте. Многие делают это без должного внимания к деталям. Будем надеяться, что вы не узнаете себя в героях этой пьесы

Текст: **Всеволод Пуля**, главный редактор *Russia Beyond*

Действующие лица:



ГЛАВРЕД



ЗАМГЛАВРЕДА



АЙТИШНИК



ДИЗАЙНЕР

ГЛАВРЕД: Хочу сделать e-mail-рассылку. Пусть читатели оставляют свою электронную почту, а мы их будем спамить своими крутыми редакционными рассылками о самом важном. Ну, о том, о чем они уже прочитали в Telegram, но зато в нашем неповторимом стиле и с потрясающей редактурой.

ДИЗАЙНЕР: О'кей, вот форма, в которой можно оставить имейл. Вот кнопка «Подпишись».

АЙТИШНИК: Добавил все на сайт.

Проходит неделя

ГЛАВРЕД: Что-то у нас всего 8 человек подписалось. А что происходит? А где форма подписки?

АЙТИШНИК: Да вот же она, на главной странице, в правой колонке, после трех прокруток экрана ее видно.

ДИЗАЙНЕР: Видимо, кнопку «Подписаться» надо было покрутнее сделать, другим цветом и визуально отделить от окошка ввода информации. Сейчас перерисую.

ЗАМГЛАВРЕДА: Тут такое дело... В общем, я тестовую рассылку отправил, а вот настоящую забыл. Может, начнем все сначала? Заодно в соцсетях предложим подписаться.

Проходит неделя

ГЛАВРЕД: Так, мне пришла рассылка. Почему там предлагают пойти купить наш печатный выпуск в киоске?

ЗАМГЛАВРЕДА: Ну, вышел новый номер нашей газеты. Пусть люди из интернета тоже об этом знают.

ГЛАВРЕД: Блин, это не так работает. Это разные аудитории. Надо было туда добавить ссылки на сайт, а не скан первой полосы.

ЗАМГЛАВРЕДА: Но люди перестанут покупать нашу газету. Тиражи падают!

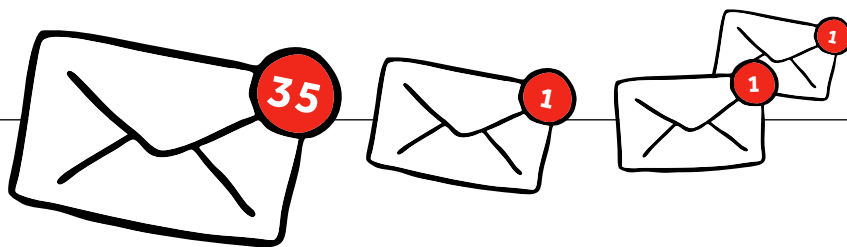
АЙТИШНИК: Что такое газета?

Проходит неделя

ГЛАВРЕД: Вчера мне пришло 35 наших рассылок. Вы там в своем уме?

ЗАМГЛАВРЕДА: Ой, я игрался с заголовками в тестовой рассылке. Но выяснилось, что она была не тестовая...

АЙТИШНИК: По состоянию на позавчера у нас было 72 подписчика. Теперь их 3, и, кажется, это мы с вами. В ответных письмах я узнал много новых матерных слов.



ДИЗАЙНЕР: Вы знаете, я тоже отписался и добавил наш адрес в «черный список». Все-таки 35 писем подряд — это чересчур.

Проходит неделя

АЙТИШНИК: Я добавил блок с подпиской под каждую статью на сайте. Также нам удалось вернуть наш адрес в «белые списки» почтовых систем.

ДИЗАЙНЕР: А я сделал кнопку «Отписаться» очень маленькой и светло-светло-серым шрифтом на светло-сером фоне.

ЗАМГЛАВРЕДА: А я придумал креативную подачу материала. Теперь мы здороваемся с нашими читателями и пишем приветственное слово от главреда в начале. Я пишу то есть, но с вашей подписью. То есть не просто ставим анонсы статей, как раньше.

ГЛАВРЕД: Неплохо. Но рост подписчиков все равно небольшой. И вообще, я решил подписать на рассылку свою бабушку, и письмо с подтверждением регистрации пришло ей на английском языке. Там ничего не понятно!

АЙТИШНИК: Так мы же перешли на иностранный облачный сервис рассылок. Там все на английском.

ДИЗАЙНЕР: Кстати, латиница выглядит посимпатичнее кириллицы.

ГЛАВРЕД: Ну вы даете...

Проходит неделя

ГЛАВРЕД: Кстати, я тут подумал, что стоит заменить адрес, с которого мы отправляем рассылки, на корпоративный, с нашим доменом. А то письмо от «Кисулькина777» странно выглядит.

ДИЗАЙНЕР: А, это я просто свой ящик для теста регистрировал, да так как-то и осталось.

ЗАМГЛАВРЕДА: Мне казалось, что это наша фишка. В этом была доля человечности!

Проходит неделя

ГЛАВРЕД: Почему у нас показатель отказов вырос до 99%?

ЗАМГЛАВРЕДА: Я тут экспериментировал с креативными способами подписать побольше людей на рассылку. И, в общем, мы добавили выползень на сайт.

ГЛАВРЕД: Выползень?!..

ЗАМГЛАВРЕДА: Ну, это поп-ап. Но он как бы выползает из-за границ экрана. Ну и закрывает его весь. Предлагает подписаться на рассылку. Там еще ваша фотка, такая модная, большая, как у Джимми Уэйлса в Википедии была, когда он денег просил.



АЙТИШНИК: Тут это, вот что. Я этот поп-ап настраивал, чтобы он только новым пользователям показывался и только один раз. Но, кажется, там в системе баг произошел, и он тупо всем его показывает.

ГЛАВРЕД: Вы нормальные вообще?

(открывает сайт, огромный поп-ап с его лицом перекрывает весь экран)

ГЛАВРЕД: Так, а где тут крестик, чтоб закрыть?

ДИЗАЙНЕР: Черт, кажется, я его дорисовать забыл.

Проходит неделя

ГЛАВРЕД: Я прочитал, что самый оптимальный день для рассылки — среда. Давайте отправлять ее по средам.

Проходит два дня

ГЛАВРЕД: А в другой статье пишут, что лучше отправлять по пятницам. С этой пятницы и начнем.

Проходит неделя

ГЛАВРЕД: Сегодня пятница, где рассылка?

ЗАМГЛАВРЕДА: Дизайнер послушал вебинар, а там говорят, что идеального дня не существует, нужно устраивать А/Б-тестирование.

ГЛАВРЕД: Это как?

ЗАМГЛАВРЕДА: Это значит, что в одну неделю мы отправляем рассылку в пятницу, в другую — в субботу, в третью — вообще, может быть, не отправляем. Смотрим, как лучше пойдет.

ГЛАВРЕД: Ты уверен, что это так работает?

АЙТИШНИК: Господи, и этих людей мне приходится называть «коллегами»!

Проходит год

ГЛАВРЕД: Я смотрю, процент открытий повысился. Это вы эмоджи в тему письма добавили? Молодцы!

ЗАМГЛАВРЕДА: Там и клики по анонсам растут — после того как мы стали акцентировать внимание на важных материалах и сократили количество картинок. Теперь все нормально открывается во всех браузерах и на мобильных.

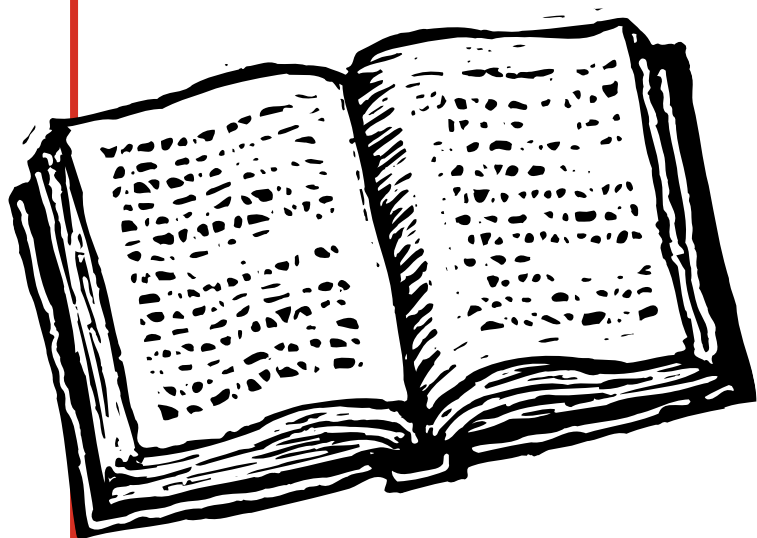
ДИЗАЙНЕР: Кстати, хотел вам показать макет рассылки срочных новостей, на которую можно отдельно подписаться.

ГЛАВРЕД: Давай чуть позже. Мне еще надо с коммерческим отделом согласовать план рекламных интеграций на полгода вперед. Сейчас, только вот эту рассылку отправлю... А почему она не кликается?

АЙТИШНИК: Просто мы забыли оплатить хостинг почтового сервера. И сам сервис рассылки. ❌

Этническая пресса
и ее проблемы

СМИ РО ТВОРЦЫ





Статья 68

1 Государственным языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык.

2 Республики вправе устанавливать свои государственные языки. В органах государственной власти, органах местного самоуправления, государственных учреждениях республик они употребляются наряду с государственным языком Российской Федерации.

3 Российская Федерация гарантирует всем ее народам право на сохранение родного языка, создание условий для его изучения и развития.

Статья 69

¶ Российская Федерация гарантирует права коренных малочисленных народов в соответствии с общепризнанными принципами и нормами международного права и международными договорами Российской Федерации.

(КОНСТИТУЦИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ)



Г Зачем современному обществу нужна межэтническая журналистика и чем конкурс «СМИротворец» отличается от других творческих состязаний — рассказывает журналист Маргарита Лянге, президент Гильдии межэтнической журналистики, член Совета по межнациональным отношениям при Президенте РФ

С страна, где живут 193 народа, не может игнорировать эту свою особенность. Если, конечно, не мечтает развалиться на сотню удельных этнических княжеств и впасть в средневековье. В разные периоды нашей истории тема многонациональности присутствовала в жизни общества. В советский период она жестко и, будем честны, весьма эффективно администрировалась партийным аппаратом. Все 239 млн населения СССР прекрасно знали, что живут в государстве «дружбы народов», где все равны, самобытны, и это здорово. В СМИ о национальном вопросе тогда говорили как о покойнике — хорошо или никак. А «хорошо» ограничивалось разом в году — ко Дню Конституции. И по стандартной схеме: передовик производства-комсомолка-красавица-татарка (узбечка, литовка и т.д.).



**ОТВЕТЫ НА ВСЕ ВЕЧНЫЕ ВОПРОСЫ
ЕСТЬ В ТРАДИЦИОННОЙ КУЛЬТУРЕ.
ЭТО, ГРУБО ГОВОРЯ, 193 КРУТЫХ КЕЙСА
«КАК ЖИТЬ ПРАВИЛЬНО», КОТОРЫЕ
АПРОБИРОВАНЫ ТЫСЯЧЕЛЕТИЯМИ!**

В новейший период нашей истории такой подход к теме в СМИ уже не устраивает общество. И в какой-то степени мы вернулись к до-революционной ситуации, когда в медиапространстве не только бушевали баталии между славянофилами и западниками, обсуждалась тема русскости, но и публиковалась яркая публицистика об этнических проблемах (как, например, статьи Владимира Короленко о мултанском деле), а то и циклы заметок об особенностях ведения бизнеса с представителями разных народов, как в астраханских газетах.

Чтобы жить в мире и не бояться особенностей друг друга, нужно эти самые особенности знать. Знания эти обретаются либо в перманентных путешествиях, что мало кому по карману, либо в общедоступном информационном поле.

Я занимаюсь этнической темой и межэтнической журналистикой уже более четверти века и конца-края сюжетам не вижу. Просто мы не всегда умеем интерпретировать интересные факты традиционной культуры наших народов под запросы сегодняшнего дня. Сегодня как никогда нужна актуализация, своего рода оцифровка огромных пластов культуры, которые пока лежат словно в нафталине. Но если подойти грамотно, то выяснится много интересного. Например, сейчас очень модно рассуждать о семейных отношениях, делать материалы с психологом. А если посмотреть на систему отношений в традиционной семье и объяснить, почему было так, а не иначе, это будет бестселлер! Ответы на все вечные вопросы есть в традиционной культуре: как выбирать себе пару, как воспитывать детей, как правильно стареть и умирать. Это опыт 193 народов нашей страны, или, грубо говоря, 193 крутых кейса «Как жить правильно», которые апробированы тысячами! Вопрос в том, как их выигрышно подать. И людям это всегда будет интересно. У них открываются глаза, они начинают что-то важное про самих себя понимать. Мало просто сказать «вернись к себе». Что значит «вернись к себе»? Это куда? Покажите дорогу! И здесь роль журналистики велика. Исходя из прошлого, мы можем понять, как жить и дышать полной грудью. И это абсолютно про межэтническую журналистику.

Коллег, кому это реально интересно, становится все больше, хотелось найти друг друга. Но страна у нас немаленькая, мы разбросаны в 11 часовых поясах. Так возникла идея Гильдии межэтнической журналистики, а потом и кон-



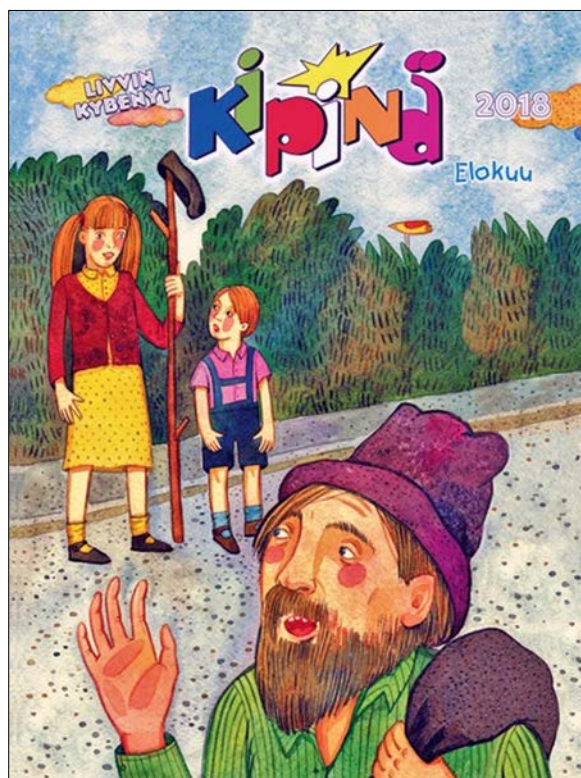
курса «СМИротворец». В нынешнем году будем уже в 10-й раз искать и награждать лучших в этой непростой теме. Но «СМИротворец» — это не только про награды, это еще и способ найти единомышленников. Подавляющее большинство тех, чьи работы эксперты и жюри признают победителями, при личном знакомстве оказываются людьми с нами одной крови. Они в профессии не из-за денег, их движет идея. Отличительная особенность нашей межнациональной тематики — абсолютная нерекламоаемость и такая же абсолютная значимость для нормальной жизни многонационального российского общества. Всегда поражаюсь, как наша тема отбирает самых лучших профессионалов. Сейчас региональные отделения гильдии в 39 регионах страны. Мы постоянно на связи, помогаем друг другу, придумываем совместные проекты, ездим в этноэкспедиции, проводим свои медиафорумы, готовим смену.

Так появилась еще одна весьма сумасшедшая идея Школы межэтнической журналистики для студентов профильных вузов, где действующие журналисты-наставники учили бы молодежь рассказывать про наше многообразие. В этом году школа работала уже в 25 регионах страны. За четыре года мы подготовили по единой программе более тысячи наших будущих и уже нынешних молодых коллег, перезнакомили их друг с другом, вывозили в пресс-туры, показывали, в какой прекрасной стране им повезло родиться. Потом смотрели и радовались, как легко и непринужденно они рассуждают о «такой сложной межнациональной теме» — например, через сравнение народов России с овощами и фруктами!

Идея межнационального мира и согласия очень мощная и позитивная. Она сформировала наше самое большое на планете Земля государство и уникальное в своем культурном многообразии единое общество. Уметь интересно об этом говорить — большой, но благодарный труд. Журналисту эта тема дает непередаваемое ощущение безграничности, творческого полета, радости и самоуважения от истинного служения людям и древней земле своих предков. Каждому — в меру таланта и самоотдачи. ✕



«Башкортостан Кызы», Башкирия



«Кипиня», Карелия



«Акузат», Башкирия

Дети капитанов гранта

Кто читает и кто финансирует печатные СМИ на национальных языках

Выпускать газету на редком языке— дело благородное, но едва ли коммерчески выгодное. Национальные СМИ испытывают потребность в господдержке еще сильнее, чем русскоязычные. Об особенностях выделения грантов для таких изданий мы поговорили с заместителем начальника Управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии Роспечати Светланой Дзюбинской

Текст: АНАСТАСИЯ РОМАНОВА



ИЛЛЮСТРАЦИЯ: SHUTTERSTOCK.COM



«АРМАНЧЫКЪ», КРЫМ

ЧТО ПОМОЖЕТ ПОЛУЧИТЬ ГРАНТ?

Многие издания начинают реализацию проектов с начала года, еще без поддержки Роспечати. Подавая заявку на грант, редакция прикладывает вышедшие выпуски газеты или журнала. Это увеличивает шансы на принятие положительного решения. Важно представить цельный проект, четко сформулировать цели, задачи, планируемые результаты, показать форму реализации. Лучше, если это будут тематические полосы, рубрики, а не отдельные публикации. Бывают случаи, когда тема проекта интересна, но содержательная часть недостаточно проработана, и эксперты принимают решение о дополнительной проработке и проект возвращают в редакцию. Поэтому лучше представить один хорошо продуманный, чем три «сырых».

У национальных СМИ, как и у печатных изданий в целом проблем немало. Только ситуация у них намного сложнее. Многие издания находятся на грани закрытия, а это значит, что есть риск потерять язык, культуру определенной народности. Падают тиражи, не хватает квалифицированных специалистов, которые знают национальный язык и обладают мультимедийными навыками современного журналиста. И здесь без федеральной программы поддержки, оказания финансовой помощи государства национальным СМИ не выжить.

ГДЕ И КАК ИХ ЧИТАЮТ

Там, где жители говорят на двух языках, местные (городские и районные) издания нередко имеют две версии:

на русском и национальном языках, зарегистрированы как отдельные СМИ и отличаются по контенту. Информационные издания чаще выходят на русском языке, а газеты с культурологическим уклоном — на языке коренного населения. В некоторых республиках увидеть на витрине киоска издания сразу на нескольких языках — обычное дело. Газеты на четырех и более языках выходят, например, в Дагестане, Башкортостане, Татарстане, Карелии, Мордовии.

«Здесь должен действовать принцип добровольного выбора и доступности. Кому-то хочется читать газету на русском, а кому-то удобнее получать информацию на родном языке. Есть и такие читатели, которые выписывают издания на русском и на национальном языках», — говорит Светлана Дзюбинская.

Так, в Якутии многие жители вместе с русскоязычной газетой «Якутия» читают «Кыым» и «Саха сирэ». Кстати, тиражи у этих изданий сравнительно высокие — 23 и 40 тысяч экземпляров соответственно. В Башкортостане вместе с ELLE и Cosmopolitan покупают «Башкортостан кызы» — женский журнал о семье, воспитании детей.

Есть республики, к примеру, Бурятия, Республика Коми, Татарстан, Башкирия, где национальные СМИ объединились в издательские дома.

ДЕТСКИЕ ИЗДАНИЯ И ЛИТЕРАТУРА

Практически в каждой республике есть национальные издания для детей и подростков. В Башкирии это «Акбузат», в Карачаево-Черкесии — «Марамыс», в Тыве — «Алдын-Кушкаш», в Карелии — «Кипиня», в Татарстане —



«Ялкын», ТАТАРСТАН

«Ялкын», в Марий Эл — «Кече». Некоторые из них были созданы еще в советское время, но есть и такие, которые начали издаваться сравнительно недавно, например детский журнал на крымско-татарском языке «Арманчыкъ» издается в Крыму с 2011 года.

«Мы рады, что эти журналы сохранились. Многие из них сделаны на высоком профессиональном уровне. С очень хорошими, «живыми» иллюстрациями. Их отрисовывают художники, а это дорого и встречается сейчас довольно редко. А ведь эстетическое воспитание — тоже одна из миссий детских изданий», — замечает Светлана Дзюбинская.

Они помогают ребенку в игровой форме: с помощью картинок животных, сказок, самодельных игр — учить родной язык наряду с русским.

«Поддержка национальных языков очень важна, но все должно

В ЭТОМ ГОДУ СУБСИДИИ РОСПЕЧАТИ В РАЗМЕРЕ БОЛЕЕ 51 МИЛЛИОНА РУБЛЕЙ ПОЛУЧАТ 75 СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ВЫХОДЯЩИХ НА НАЦИОНАЛЬНЫХ ЯЗЫКАХ

быть сбалансировано. Наши дети должны говорить на русском языке в обязательном порядке. Он государственный, это язык межнационального общения. Он объединяет всех нас и помогает узнать больше друг о друге. Знание родного языка не должно исключать знание русского», — говорит Дзюбинская.

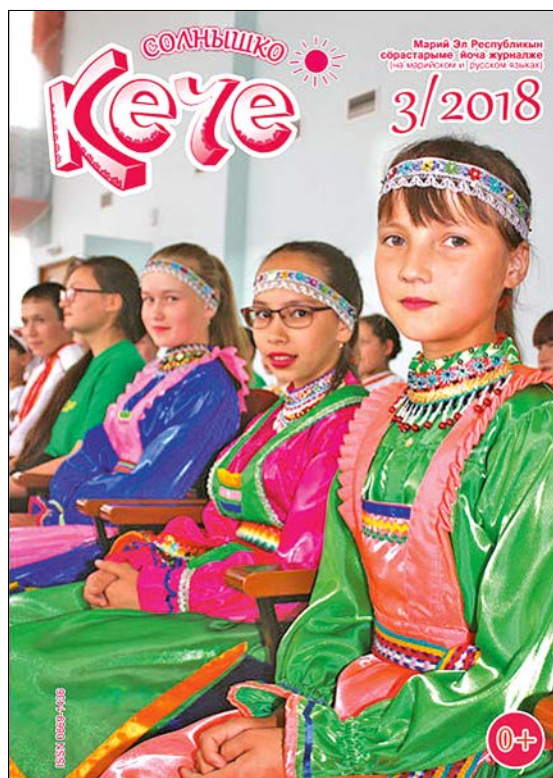
Среди национальных СМИ есть и литературно-художественные издания. Они открывают новых молодых

авторов, талантливо пишущих на родных языках.

Уже вышли в свет антологии современной поэзии, прозы и детской литературы народов России. Масштаб внушителен: только в последнюю вошло 870 произведений для детей в возрасте до 12 лет, которые написаны 201 автором и переведены с 55 национальных языков народов России.

КТО И КАК РАСПРЕДЕЛЯЕТ ГРАНТЫ

Издания на национальных языках могут получить государственную поддержку из федерального бюджета. Ежегодно субсидии на реализацию социально значимых проектов, в том числе выходящих на национальных языках, распределяет Экспертный совет, созданный при Федеральном агентстве. В состав совета помимо со-



«Кече», МАРИЙ ЭЛ, ВЕРСИИ 2009 и 2018 годов

трудников Роспечати входят представители общественных организаций и журналистского сообщества.

«Члены совета знают всю палитру изданий, с которыми работают. Например, Маргарита Лянге прекрасно разбирается в национальных СМИ и всегда отстаивает их интересы. Есть в совете и коллеги, которые проводят форумы для региональных изданий: знают редакторов по всей России, следят за работой газет, в курсе, у кого какие новшества», — отмечает Светлана Дзюбинская.

В 2018 году субсидии Роспечати в размере более 51 миллиона рублей получают 75 изданий, выходящих на национальных языках. Они реализуют 97 социально значимых проектов по актуальным темам: популяризация культуры и духовно-нравственное воспитание молодежи, укрепление межнациональных отношений

и сохранение традиций и языков народов России, поддержка семьи и детства, популяризация здорового образа жизни и пропаганда чтения, проблемы экологии, проведение Года добровольца в России и др.

За последние годы поддержка национальной прессы существенно увеличилась. В 2014 году субсидии Роспечати получали только 26 национальных СМИ, и их объем составлял 5,5 миллиона рублей.

КАК ПОЛУЧИТЬ ГРАНТ

Узнать о порядке и сроках подачи можно на сайте Федерального агентства, а также сайтах общественных организаций: Союза журналистов России, Союза предприятий печатной индустрии (ГИПП), Альянса независимых региональных издателей (АНРИ), АРС-ПРЕСС и журнала **ЖУРНАЛИСТ**. В текущем году прием заявок завер-

шен, информация по 2019 году будет размещена в декабре 2018 года.

Принять участие в борьбе за грант может только официально зарегистрированное не менее года назад СМИ. Совет старается учесть особенности регионов.

«По объективным причинам тиражи местных газет в Республике Тыва или, например, в Смоленской области ниже, чем в Краснодарском крае. Там тираж местной газеты 4000 и выше — это норма, а для многих регионов это недостижимые показатели», — объясняет Светлана Дзюбинская.

Гранты, распределяемые Роспечатью, конечно же, не решают в полной мере финансовые проблемы национальных СМИ, но все же позволяют многим изданиям держаться на плаву. ✉

A close-up portrait of a middle-aged man with dark hair, wearing a white shirt and a striped tie. He has a pen balanced on his left ear and is looking directly at the camera with a slight, knowing smile. The background is an office setting with blurred shelves and papers.

ГАЗЕТЫ ОТ САХИ

Беседовал: АЛЕКСАНДР НИКИТУШИН

Г Чокуур Гаврильев, пять лет проработав главным редактором газеты «Саха Сирэ», в мае прошлого года стал заместителем министра связи и информационных технологий Якутии. А потому, прекрасно представляя себе ситуацию с национальной прессой в регионе как «снизу», так и «сверху», подробно и объективно рассказал **ЖУРНАЛИСТУ** о нынешнем положении сахаязычных печатных СМИ, их проблемах и их миссии

— Что сегодня мешает жить якутской прессе и изданиям на национальных языках в частности?

— Сегодня все печатные издания испытывают давление со стороны информационных технологий. Сокращается время потребления. Появление множества источников информации, интернет-ресурсов, развитие мессенджеров и социальных сетей наряду с сотнями телеканалов и радио сужает время чтения. Если ранее наши родители выписывали газеты, журналы и затем не спеша читали статьи, глубоко вникая в их содержание, поочередно передавая их родным, подчеркивая, где надо читать, и даже вырезая заметки, то сейчас времени на чтение практически не остается.

Поскольку саха (якуты) двуязычные, высокая конкуренция в информировании создается не только между сахаязычными газетами, но и с информацией из интернета, ТВ, даже из WhatsApp.

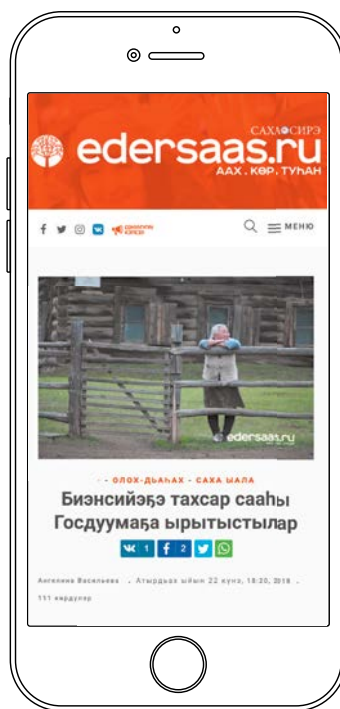
Определенным ограничением для прессы на национальном языке является также аудитория. Например, в Якутии численность народа саха по последней переписи составляет 466 492 человека. Это один город в средней полосе России.

Другой проблемой являются тарифы почты. Мы связываем значительное снижение тиражей за последние четыре года с отказом от субсидирования почты. По состоянию на 1 января 2017 года по сравнению с 1 января 2014 года общее снижение тиражей по газетам в республике составило 55,9%. По журналам и того больше — 68,6%. По районным газетам — 75,4%. К сожалению, несмотря на принимаемые меры по скидкам Почты России для социально значимых изданий, подписная цена растет.

Поздние сроки доставки корреспонденции в труднодоступные и отдаленные деревни также негативно влияют на читательский спрос. А ведь наш читатель находится именно в глубинке.

— Что же в таком случае делать СМИ?

— Думаю, надо идти за нашими читателями. Если они читают с мессенджеров — идти в мессенджеры. Если они берут информацию из интернета, необходимо открывать сайты.



Когда я работал главным редактором газеты «Саха сирэ», мы запустили первый информационный сайт на якутском языке — «Эдэр саас», что в переводе на русский означает «Молодость». Название взяли у приложения газеты, которое в 90-х годах пользовалось огромной популярностью. Но **Edersaas.ru** — не интернет-версия газеты «Саха сирэ», а самостоятельный полноценный продукт, притом на родном языке. Кроме новостей, статей и интервью на сайте публикуются короткие рассказы, различные мнения, видео- и фотоматериалы.

Несомненно, мы провели большую работу с журналистским коллективом для его перенастройки и обучения.

На «Медиатусовке-2017» сайт был назван независимыми СМИ «Медиастартом года», а по итогам прошлого года победил в конкурсе Союза журналистов Республики Саха (Якутия) в номинации «Лучшее электронное СМИ».

У редакции «Эдэр саас» имеется более 50 тысяч подписчиков в Instagram. В этом заслуга молодых журналистов во главе с Надеждой Самсоновой.

Открою еще один секрет. В Якутии очень сильно развит мессенджер WhatsApp. Есть множество групп: одноклассники, односельчане, жители подъезда, земляки и другие. Через эти группы и распространяется любая новость. Прикрепив новость сайта к комментарию, распространяем материал в WhatsApp. Благодаря такой раскрутке за короткое время посещение сайта выросло до пяти тысяч пользователей. Поверьте, это очень хорошие цифры для Якутии.



- Господдержка печатным СМИ нужна?
- Обязательно. Особенно национальным.

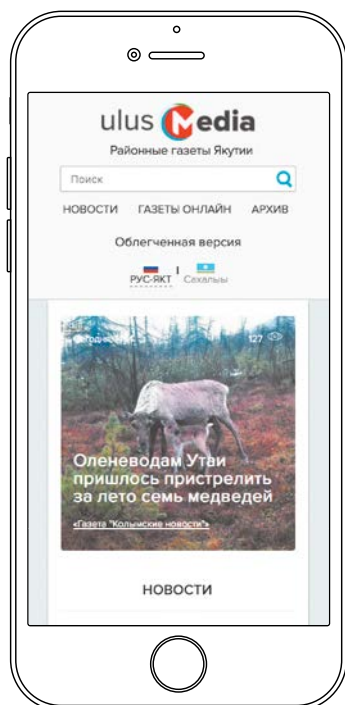
— В чем она должна выражаться?

— Я считаю, что, во-первых, должно быть субсидирование изданий социально значимых СМИ, надо подумать о снижении почтовых расценок. Во-вторых, на федеральном уровне надо выделять больше грантов национальным СМИ. Лично я предлагаю учредить для них отдельные гранты. В-третьих, нужно поощрять проведение конкурсов и фестивалей для национальных СМИ. В этом году Ассоциацией национальных СМИ при поддержке Союза журналистов России и Альянса руководителей региональных СМИ России (АРС-ПРЕСС) впервые объявлен конкурс «Пять лучших этнических изданий России». Мы поддерживаем деятельность Ассоциации национальных СМИ, которую возглавляет наша землячка, руководитель Медиагруппы «Ситим» Мария Христофорова.

— Как минсвязи Якутии помогает местным изданиям?

— В нынешнем году наше министерство совместно с государственным холдингом «Сахамедиа» и районными газетами запустили уникальный сайт Ulus.media. В этом совместном двуязычном сайте наши районные газеты размещают свои материалы, новости, статьи. Это также дает возможность районной новости выйти на республиканский уровень. Решается задача по интеграции информационного пространства в Якутии. Появляется возможность мгновенной реакции на разного рода фейки и слухи. Сотрудничество государственных газет, портала и районных газет вышло на совершенно новый уровень. Думаю, что сайт имеет большие перспективы.

27 АПРЕЛЯ 2018 года был запущен двуязычный сайт районных газет Якутии Ulus.media, где улусные издания размещают свои материалы и pdf-версии



Разумеется, стараемся поощрять подписку. Здесь поддержка государства крайне необходима. Выделяем субсидию на поддержку социально значимых проектов. Она адресована прежде всего тем СМИ, которые распространяются по подписке и имеют тираж не менее 14 тысяч экземпляров. Второй год подряд эту субсидию на конкурсной основе выигрывает сахаязычная газета «Кыым». Полученные средства издатель направляет на удерживание подписной цены.

Также мы оказываем всестороннюю поддержку журналистам. Ежегодно, начиная с 1994 года, в Якутии вручается Государственная премия Республики Саха (Якутия) им. В.В. Никифорова в области журналистики в размере 500 тысяч рублей. В День радио присуждается премия для телерадиожурналистов имени Героя Советского Союза Н.А. Кондакова. Есть также разные гранты главы и правительства Республики Саха (Якутия) для проектов по различным направлениям. Сумма грантов колеблется от 100 тысяч до миллиона рублей.

И, конечно, поддерживаем все добрые традиции и полезные начинания. Так, в министерстве работает совет главных редакторов СМИ. Каждый год в день родного языка и письменности организуем семинар по грамотному использованию якутского языка для журналистов печатных и электронных СМИ, радио и телевидения. Проводим на открытой площадке ежегодные выставки-ярмарки книжной продукции. В сентябре 2017 года провели мероприятия, посвященные 110-летию выхода первой газеты и 105-летию выхода первого журнала на якутском языке.

— Расскажите о том, как в Якутии распространяются газеты и журналы.

— Газеты и журналы в основном распространяются через подписку. Из-за роста подписных цен и несогласия со сроками доставки и условиями распределения доходов от подписки некоторые районные газеты разработали собственную схему распространения. Холдинг «Сахамедиа», который в настоящее время распространяет бесплатные газеты, также развивает свою службу. В доставке печатных изданий, в частности республиканских газет «Саха сирэ», «Якутия» и части улусных (районных) газет, редакциям содействуют муниципальные образования.

В республике также начало работать альтернативное предприятие по подписке ООО «Рапост», которое начало конкурировать с почтой.

В Якутске сохранилась сеть киосков «Горпечать», которой сейчас владеет ООО «Медиагруппа «Ситим». Частные распространители также занимаются продажей газет из рук в руки.



75,4%

составило
снижение тиражей
районных газет
Якутии в период
с 1 января 2014 г.
по 1 января 2017 г.

— В октябре 2016 года вы, комментируя перевод двух ведущих государственных газет Якутии на бесплатную систему распространения, сказали: «Очень забеспокоились коллеги из частных СМИ, часть их предположений сводится к тому, что таким образом будет разрушена вся печатная сфера республики. Ответу: нет. Их ниша останется нетронутой». Сбылся ли ваш прогноз?

— Рынок печатных СМИ не разрушился. Читатель продолжает покупать и подписываться на печатные издания.

Некоторые коллеги заявили, что мы планируем вернуться к платному распространению, потому что «бесплатизация» себя не оправдала. Это не совсем так. Благодаря «бесплатизации» республиканских газет их среднеразовый тираж вырос на 75%. Однако сложности со сбалансированностью бюджета будущего года, когда часть доходов направят на повышение заработной платы, заставляют нас искать альтернативные варианты. Одних субсидий из бюджета будет недостаточно. Сейчас мы с генеральным директором «Сахамедиа» Алексеем Чертковым думаем над компромиссным вариантом распространения. Акционерное общество, коим является холдинг, должно извлекать прибыль. В связи с этим «Сахамедиа», скорее, будет продавать часть своей продукции, а часть сохранит в виде бесплатного распространения, увязав это с районными СМИ. Таким образом, подписчик районной газеты получит в виде бонуса бесплатную республиканскую газету, пусть с меньшим количеством страниц, а к продаже, возможно, вернется «толстушка».

— В последнее время много говорится о переработке закона «О СМИ». Какие основные изменения, по вашему мнению, в этот закон должны быть внесены?

— Новый закон о СМИ необходим. Наш закон — это залог свободы слова, охраняющий права журналистов на сбор и распространение информации. Нужно, чтобы новый закон также стоял на защите прав и свобод, повышал статус журналистского сообщества. Закон «О СМИ» был принят в 1991 году и, конечно, не совсем учитывает реалии современного информационного общества. Думаю, что права и обязанности (второе надо подчеркнуть) должны равным способом распространяться на интернет-издания, которые не зарегистрированы как СМИ. Необходимо также определить права и обязанности блогеров-журналистов.

— А что вы думаете о законопроекте, который закрепляет статусы «государственного» и «родного» языков в законе «Об образовании», и как его принятие может отразиться на национальной прессе?

— Честно говоря, поначалу отнесся немного настороженно. Наверное, меня и других людей, говорящих на языках народов России, смущает добровольность изучения родных языков. Думаю, государство не должно лишать ребенка его конституционного права, принадлежащего ему по рождению, на обучение на родном государственном языке: на татарском, башкирском, якутском и любом другом. Как гласит Конституция РФ, основные права и свободы





человека неотчуждаемы и принадлежат каждому от рождения. Родитель не вправе за него принимать такое решение.

Сегодня, когда медленно сужается среда использования национальных языков, а языки республик особо не представлены в новом информационном пространстве, потихоньку вырастает поколение, которое будет использовать свой язык только в быту и в общении с родственниками. Если не будем их заставлять учить родные языки, читать книги, газеты, мы сначала потеряем богатство и лирику языка. Затем через поколения появятся родители, которые напишут добровольный отказ «от обучения на родном языке» и в качестве языка обучения выберут русский.

С другой стороны, в нынешних условиях, когда, например, в Якутске ощущается спрос на сахаязычные классы и школы, родитель на законных основаниях может требовать преподавание на родном языке. Поэтому главное сейчас — пропагандировать родителям саха плюсы билингвизма, положительные стороны преподавания на родном языке в школе. Необходимо расширять информационное пространство языков, развивать их, внедрять новые термины и терминологию.

ПРЕССА ЯКУТИИ

104 газеты

50 журналов

41 государственная газета

63 частные газеты

5 журналов выходит при поддержке госбюджета, в том числе детские

45 частных журналов

выходят на якутском языке:

9 республиканских и городских газет (включая две детские)

23 из 34 улусных (районных) газет

— Ваш национальный кинематограф прекрасно с этим справляется. Распространена точка зрения, что якутское кино сделал якутский зритель. А может ли якутский читатель спасти якутскую прессу? Насколько велик спрос в республике на национальные издания?

— Действительно, «Сахавуд», как некоторые его называют, растет на благодатной почве. Фильмы снимаются на якутском языке. Иногда бывает, что американские блокбастеры уступают милым якутским комедиям.

Якутский читатель поддерживает прессу, как и фильмы, своим рублем. Мы, в свою очередь, должны поддерживать читательский спрос. Такая любовь всегда должна оставаться взаимной. Сегодня, поддерживая читателя — предлагая субсидию из бюджета на издание социально значимой национальной прессы и литературы, даже бесплатно их распространяя, развивая язык в интернете, поощряя и прививая чтение детям, — мы сохраняем наше будущее, наш язык и идентичность.

Хочу заметить, что мы не находимся в том положении, когда нас спасают. Спрос в республике на национальные издания есть. Возьмем наше национальное книжное

издательство «Бичик». Оно выпускает в год более 250 наименований книг на якутском языке общим тиражом 500 тыс экземпляров.

Думаю, якутский читатель не столько спасает, сколько развивает прессу, литературу, кино и культуру в целом. Ведь без языка нет народа.

— По-вашему, в сохранении языка и заключается роль национальных печатных СМИ?

— Я называю это миссией. В далеком 1907 году во втором номере первой газеты на якутском языке «Саха дойдута» идеолог, организатор демократической печати, общественный деятель, писатель, предводитель якутской интеллигенции Василий Васильевич Никифоров писал: «Миссией газеты должно быть служение интересам народа. Интересы народа должны быть превыше всего. Газета должна доводить до населения, почему меняется старый уклад жизни, как закладываются основы нового уклада. Вот такую миссию наша газета одна не сможет выполнить, но, если общество будет помогать, все свои немногочисленные силы направим на это благое дело».

С ним я согласен полностью. Миссия печатных СМИ, издаваемых на национальных языках, — это сохранение родного языка, воспитание патриота родного края и великой России, возрождение духовности, развитие литературы и культуры. Также не стоит забывать о важнейшей роли национальных СМИ в сохранении гармонии в межнациональных отношениях.

— Насколько остро в республике стоит проблема подготовки сахаязычных журналистских кадров?

— Думаю, острой проблемы в подготовке сахаязычных журналистов нет. В Северо-Восточном федеральном университете имени М. К. Аммосова работает Институт языков и культуры народов северо-востока РФ. Кафедра журналистики также готовит нужные кадры для нашей отрасли.

Если в советское время журналистика в основном была мужской профессией, то теперь журналистов-девушек больше, чем юношей. Наверное, здесь проблема, как и везде, в уровне заработной платы.

— Почему вы приняли решение сменить пост главного редактора «Саха сирэ» на должность заместителя министра связи и информационных технологий Республики Саха (Якутия)? Вам нравится нынешняя работа?

— Да, на новой должности я курирую средства массовой информации. Работа интересная. Считаю правильным решением, когда СМИ и связь сосредоточены в одном мини-

стерстве. В этом году наше министерство переименовали в министерство инноваций, цифрового развития и информационных технологий Республики Саха (Якутия). В министерство влилась новая отрасль — ИТ.

Появились новые возможности. Перед нами поставлены амбициозные задачи по цифровой экономике. Мы понимаем, что необходимо осваивать новые технологии, переводить в цифру наш славный контент. Пусть это будет книга, газеты, телевидение и кино — все это сейчас должно найти своего потребителя и в цифре.

Кстати, ИТ-отрасль с ее многомерностью и возможностями и традиционные СМИ как производитель качественной продукции могут создать совместный востребованный продукт. Уже сейчас думаем над расширением издания электронной литературы издательства «Бичик», а детскому издательству «Кэскил», которое создает уникальную продукцию для детей на родном языке, предложено занять свою нишу в создаваемом ИТ-парке (этот парк, общая площадь которого составляет 9400 кв. метров, откроется в Якутске осенью. — **ЖУРНАЛИСТ**).

— Каким вам видится будущее печатных СМИ?

— Не таким уж мрачным. Приведу слова нашего нового министра Анатолия Семенова. На встрече с руководителями СМИ он заявил: «Мое глубокое убеждение, что газета никогда не умрет, она будет видоизменяться. Газеты и электронные СМИ — это два равноправных жанра, как документальное и художественное кино». В пример он привел Японию, мирового лидера по цифровому развитию, где газета Tokyo Shimbun до сих пор имеет миллионную аудиторию.

Продвигая традиционные СМИ в интернете, воспитывая читателя со школьной скамьи, оказывая государственную поддержку национальным печатным изданиям, мы сможем преодолеть сегодняшний кризис. Газеты останутся, и они будут востребованы. Главное — дойти до своего читателя. **✉**





Не растеряв то, что нам оставили предки

▮ Своими мыслями о настоящем и будущем национальных СМИ Кавказа с **ЖУРНАЛИСТОМ** поделился главный редактор аварской газеты «Хакикат», председатель Союза журналистов Дагестана Али Камалов

Текст: НАДЕЖДА АЖГИХИНА, АЙШАТ ТАЖУДИНОВА

Развернувшиеся в прессе дискуссии о целесообразности обязательного изучения родных языков вызвали настоящий переполох в регионах, усмотревших в новой норме законопроекта, рассматриваемого в Госдуме, прямое нарушение существующей языковой политики. После изрядной трепки со стороны регионов жесткие формулировки сменили на более уклончивые, но это не меняет сути закона, обрекающего языки народов России на «факультативное» существование. Проблема явно задела за живое национальные республики, давно встревоженные утратой языковых традиций. Какова ситуация в многонациональном Дагестане, где традиционность уклада, обычаи, носителями которых являются современные горцы, — бесценный пласт лингвистической культуры, вмещающий в себя особую горскую идентичность, сохраняющую в языковой семантике бесценные сведения о предках? Вопрос этот мы адресовали председателю Союза журналистов Дагестана, главному редактору аварской газеты «Хакикат» Али Камалову.

— Али Ахмедович, какова ситуация с национальными СМИ Дагестана, Северного Кавказа в целом?

— Даже если я скажу, что ситуация с родными языками относительно благополучная, это будет неправдой. Более того, она критична и вызывает тревогу внутри самого Дагестана. Мы ведь не монорегион, хотя даже в этом случае язык катастрофически беднеет, теряя образность, богатство языковых красок. Сюда прибавьте отток населения, мощные миграционные процессы, поглощающие языки, идентичность и превращающие людей в некую субстанцию, со временем обретающую психологию «человека мира». Естественный ли это процесс? Не знаю. Но в одном уверен: нам завещано предками сохранять языки, передавая из поколения в поколение культурный код земли, на которой мы родились. Много говорят о глобализации — так вот, я прекрасно осознаю, что бороться со стихийным бедствием невозможно. Ему можно только противостоять, пытаясь сохранить то главное, что есть у человечества: культуру, самобытность, национальную идентификацию, накопленные за много веков уникальные письменные, исторические источники, произведения, вошедшие в сокровищницу мирового искусства. У малых народов не менее богатое культурное наследие, чем у больших. Тем ценнее каждая крупинка золотоносного песка, цена которого остается высокой всегда.

Согласитесь, читая иной раз рукописные литературные произведения, записанные много веков назад, диву даешься глубине философской мысли, богатству интонационных красок автора. И каждое из них не просто поэтическое или прозаическое произведение, но и прежде всего документ, передающий настроение эпохи, психологию народа, многовековой облик мироустройства. Помните, у Р. Гамзатова: «И если завтра мой язык исчезнет...» Это послание потомкам, веку грядущему, разобщенному в восторге катклизмов, утрате идентичности, вселенской миграции. Можно ли остановить этот процесс? Я оптимист и стараюсь не сгущать краски. Но уверен, что родные языки должны находиться под постоянным присмотром, их необходимо пропагандировать, поддерживать, издавать талантливых поэтов, писателей, пишущих на родных языках. Существует немало трудностей, с которыми связано издание национальной прессы. И правда в том, что сегодня подход к изучению родных языков — формальный. Не хватает педагогов родных языков, средств на издание учебных пособий, практически исчезла переводческая школа, а значит, национальный автор закупорен в собственной оболочке. Его художественный талант не находит выхода на иноязычного читателя, он теряется, остается безымянным для человечества.

Вспомним, какое внимание уделялось национальной литературе прежде. Дагестанские поэты и писатели, обретшие мировую известность, были выпестованы в колыбели большой российской, советской литературы. Что же происходит сегодня? Из языка уходит живое слово, обога-

щающее миллионами оттенков его значение, передающее красоту родного языка, его метафоричность, значимость слова, раскрывающего подлинный талант мастера, добившегося силой слова подлинного успеха у читателя, живущего на разных концах Земли. Как же живут национальные СМИ? Не буду скрывать, они влачат нищенское существование. И для того, чтобы убедиться в этом, достаточно пройти по редакционным кабинетам. И дело даже не в столько крайне низкой зарплате журналистов, никудышной материально-технической базе, а в том, что национальная пресса находится на отшибе, ее подкармливают, чтобы не умерла с голода и едва дышала. Но ведь если мы бесконечно повторяем слова о национальной идентичности, то языки должны динамично развиваться, а языковая практика — находиться в лексиконе ребенка. Начиная с пеленок, ребенок

**НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕССА
ВЛАЧИТ НИЩЕНКОЕ
СУЩЕСТВОВАНИЕ. ОНА
НАХОДИТСЯ НА ОТШИБЕ,
ЕЕ ПОДКАРМЛИВАЮТ,
ЧТОБЫ НЕ УМЕРЛА
С ГОЛОДА И ЕДВА ДЫШАЛА**



ПРЕДСЕДАТЕЛЬ СОЮЗА ЖУРНАЛИСТОВ ДАГЕСТАНА АЛИ КАМАЛОВ

должен жить в языковой среде: дома, слушая национальное радио, взрослея, читая национальные газеты и журналы, изучая языки в школе для создания языковой среды. Популяризация родных языков должна стать визитной карточкой школы, вуза, национальных СМИ. И хотя бы поэтому они нуждаются в особой поддержке и внимании. Говорю об этом не как редактор, а как человек, болеющий душой за родные языки, переживающий за молодое поколение.

— Хотелось бы уточнить, каково значение прессы в развитии языков, диалоге поколений?

— Как я уже говорил, сегодня национальные издания находятся в сложном положении. От нас если и не требуют сократить периодичность изданий, количество полос, сотрудников, но загнали в прокрустово ложе, в котором невозможно ноги вытянуть, разве что только топором отрубить. Как заниматься творчеством, не ощущая внимание власти к существующим в республике проблемам? Тиражи печатных изданий ничтожно малы, с трудом реализуются интернет-проекты на языках народов Кавказа. Национальная пресса не получает должной поддержки от государства, несмотря на то что существует программа поддержки национальных культур. Хотя газета на национальном языке является не только источником информации, но и своеобразным языковым всеобучем. Огромное значение национальные издания как источник информации имеют для молодежной аудитории, учитывая степень радикализации части молодежи, ориентированной на ближневосточные информационные каналы. В этом случае газета для них как глоток свежего воз-

духа, отрезвляющая горячие головы, четко и пристрастно расставляющая акценты, стремящаяся вовлечь подрастающее поколение в сетевой ресурс национальных изданий.

Молодежная аудитория растет. Мы это видим. И стремимся писать на востребованные нашим читателем темы. Это, как правило, социальные проблемы, вовлечение молодежи в проектную деятельность. В спектре газетных публикаций — вопросы культуры, просвещения, здравоохранения. Все это находится под пристальным вниманием журналистов, выполняющих свою работу за символическую плату. Как практик, объездивший все северокавказские республики, трезво оцениваю схожесть проблем, реальную картину положения вещей. Она везде типичная. И каждый из моих коллег говорит о необходимости внесения в аттестат выпускника общеобразовательной школы итоговой оценки по родным языкам, создания художественных, документальных фильмов о национальных героях, древнем эпосе и дне сегодняшнем, популярных обучающих программ, развитию норм литературных языков. Вот у нас вроде сдвинулось что-то с места, и республика взялась за инициирование закона о языках. Но как только дело пошло, Госдума решила прокатить родные языки, сведя их роль к факультативному изучению. После громогласных скандалов законодатели вроде и изменили формулировку, но суть закона осталась прежней. Очень надеюсь на благоразумие депутатов, твердость позиции регионов в таком важном для каждого из нас деле.

Многие вопросы национальной прессы, дагестанской журналистики в целом связаны и с подписной ценой. Она

несопоставима с бюджетом среднестатистического читателя, а доставка съедает львиную долю доходов газет, журналов. По-прежнему монополисты все держат в своих руках. Так, может, сначала здесь наведем порядок. А в это время нас постоянно оптимизируют (слово-то какое, почти ругательное). А мы поджимаемся, нервничаем, переживая не за себя, а за судьбу языков, за будущее Дагестана, ту преемственность, что сохранялась веками. Понимаете, в решении таких важных для каждого россиянина, каковым я себя считаю, вопросов важен человеческий фактор. Язык ведь не терпит равнодушия, тогда он ветшает, рушится, как дом без хозяина. На самом деле родные языки хранят в себе столько неизведанного, неизученного, что хватит не на один век.

В начале 90-х прошлого уже века в свет начали выходить газеты на языках так называемых совсем малых народов (это я иронизирую) — табасаранском, цахурском, рутульском, агульском, ногайском, татском, чеченском. Сегодня они еще по-настоящему не успели на ноги встать. Не окрепли ни с языковой, ни с кадровой, ни с материальной стороны, но уже возникают опасения относительно их дальнейшего жизнеобеспечения. Быть им или не быть — этот поистине шекспировский вопрос стоит не только перед этими, еще «не оперившимися» изданиями, но и изданиями с уже сложившейся репутацией, имеющими своего читателя.

В этой связи хотел бы напомнить некоторым чиновникам, что существует такой неписанный закон во всем мире: национальные издания должны поддерживаться государством; держа их на хлебе и воде, оно лишается главного — пищи духовной, того воспитательного заряда, что несут в себе литература, театр и, конечно, СМИ, в том числе национальные издания. Подходы к национальной литературе, поэзии, публицистике, журналистике должны быть разумными, мудрыми, чтобы не растерять то, что нам оставили предки.

— Что делает Академия национальной прессы? Какая поддержка нужна?

— Мы понимаем весомость идеологической работы, формирования духовно-нравственных ценностей народов региона, их развития, популяризации. В 2003 году, когда меня избрали секретарем СЖ России, мы создали Российскую академию национальной прессы, где учредителем выступали Ассамблея народов России и Союз журналистов России,

туда же входили все союзы журналистов национальных республик. В том же году мы учредили НКО «Кавказский Дом». Почетным президентом Академии национальной прессы избрали В.П. Торшина (на тот момент работал первым заместителем председателя Совета Федерации РФ). Была надежда, что получим финансовую поддержку от государства. Увы... Но мы не отчаялись и в 2004 году запустили проект документальных фильмов «Кунаки», старт которому был дан на Всероссийском фестивале журналистов в Дагомысе. В последующие годы нам большую поддержку оказал глава Лазаревского района г. Сочи В.П. Филонов (ныне работающий председателем городского собрания г. Сочи). Один раз провели этот фестиваль в Карачаево-Черкессии, в последние три года проводили в Абхазии, в этом нас поддерживал и помогал президент Абхазии Рауль Хаджимба. В настоящее время фестиваль стал международным, в нашей копилке более 1000 фильмов из разных стран, включая Кубу, Иран, Турцию, Армению, Азербайджан, Латвию, Белоруссию, Украину и т.д.

В Абхазии в 2017 году в дни работы фестиваля документальных фильмов «Кавказский Дом» провел международный форум «Кавказ на перекрестке глобализации». Форум прошел под патронажем президента Абхазии. Его проведение одобрил президент РФ В.В. Путин. По итогам форума был создан «Международный Кавказский клуб» как экспертная дискуссионная площадка по проблемам региона.

Есть огромное желание в этом году провести фестиваль «Кунаки» в Дагестане, где он обрел бы постоянное пристанище. Надеемся, что руководство республики даст добро и поддержит нас. Президентом фестиваля является известный журналист, президент центра этнопроблематики в СМИ при Союзе журналистов РФ Кусова Сулиета, директором — лауреат Национальной телевизионной премии «ТЭФИ» Ильяс Богатырев.

Задача «Кавказского Дома» — создать общее северокавказское информационное пространство. Без всякого финансирования, собственными усилиями, мы много лет выпускали общекавказский общественно-политический и просветительский журнал «Национальный интерес». Наше будущее зависит от умения органично войти в глобализирующийся мир, успешно осваивая все новое, что дает новые точки опоры, пути развития республике, стране в целом, и в то же время сохранить незыблемые ценности наших народов, наши традиции и родные языки. ❧

ОГРОМНОЕ ЗНАЧЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫЕ ИЗДАНИЯ ИМЕЮТ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ, УЧИТЫВАЯ СТЕПЕНЬ РАДИКАЛИЗАЦИИ ЕЕ ЧАСТИ И ОРИЕНТАЦИЮ НА БЛИЖНЕВОСТОЧНЫЕ ИНФОРМКАНАЛЫ

Захват языка

▮ Как телевизионщику с 20-летним стажем пережить зиму

Текст: **Юлия Корнева**, журналист «ТВ-2»

Текст подготовлен на основе
материалов автора на ресурсах
Sdelano.media и *tv2.today*





ФОТО: ИЗ АРХИВА ЮЛИИ КОРНЕВОЙ

Когда в 2015 году у нас в Томске закрыли старейшую в России независимую телекомпанию «ТВ-2», я решила все-таки не менять место работы. Оставался жив сайт телекомпании, правда, кроме коротких текстов, он практически ничем не наполнялся, а еще мы, телевизионщики, смотрели на интернет-СМИ как старший брат на младшего. Два года ушло на то, чтобы понять: снимать сюжеты и документальное кино можно и для интернета. Только называется этот формат здесь иначе: мультимедиа.

Тема коренных малочисленных народов Сибири и их вымирающих языков увлекла меня с 2015 года — тогда был снят документальный фильм про чулымцев Томской области. Продолжить тему удалось в 2017 году: поздней осенью мы с командой съездили к кемеровским шорцам и телеутам. В декабре — к селькупам в Томскую область. А в феврале 2018 года отправились за тысячу километров к челканцам, в Республику Алтай.

Вымирающими языками Сибири ученые занимаются уже давно: с 50-х годов прошлого века ездят в экспедиции, проводят анкетирование, собирают аудиозаписи, но это все академический материал. Ассимиляция небольших по численности коренных народов неизбежна, поэтому их языки вымирают. В то же время культура и язык того или иного народа — ценности, которые хочется сохранить хотя бы в журналистских проектах. Иногда такая популяризация дает небольшой шанс тому же языку на выживание.

Наша команда — это я (журналист), видеооператор (он же монтажер) и водитель. Я придумываю и прорабатываю тему: куда едем, с кем встречаемся, что снимаем. Хотя в случае с шорцами и челканцами все было сложнее: в местах их традиционного проживания нет никакой связи — ехали, зная только, что есть дорога, и надеясь, что сможем по ней проехать. С видеооператором Александром Сакаловым мы работаем давно, а вот водителя с внедорожником,

СЪЕМОЧНАЯ ГРУППА «ТВ-2» В ГОСТЯХ У ЧЕЛКАНЦЕВ





Вячеслава Балашева, нашли в соцсетях, бросив клич: «Кто с нами? Ваша машина, наш бензин».

Деньги на бензин у редакции, правда, есть не всегда. Но нашей команде так понравился процесс и результат, что мы сами скидывались на топливо, еду и проживание в поездках. Локальные поездки больших затрат не требуют — было бы желание.

Например, надпись на плакате по-селькупски: «Торова, ляга! Сыва шенды пөт» («Здравствуй, друг! Хорошего Нового года!») составлена при помощи профессора Томского педагогического университета. С этим плакатом я вышла на «одиночный пикет» в центре Томска. При подготовке материала возник неожиданный порыв: ведь когда-то, до прихода русского языка на томскую землю, в этом самом месте говорили в основном на селькупском. Всем прохожим я рассказывала, что написано и на каком языке. Хотя видеооператор, снимавший все происходящее, втайне мечтал, чтобы мною и моим плакатом с непонятной надписью заинтересовалась полиция и в нашем материале возник новый поворот. Но полицейские машины проезжали мимо.

В теме коренных народов много колоритной фактуры, поэтому я сразу решила, что мы будем снимать и монтировать видео, а вер-

стать на Тильде, которую я освоила для этого проекта. Хотя пока Тильда у меня на начальном уровне — фото, видео, текст и грязно-розовая подложка. Ну нравится мне этот цвет.

От поиска темы и первоначального общения с лингвистами-этнографами до монтажа видеофильма и оформления материала обычно проходит от двух недель до месяца.

Судя по откликам, читателям нравится то, что мы делаем. Эта тема касается каждого, ведь все мы — представители какого-то народа или нескольких. После публикации каждого материала мне в личку пишут и ученые-этнографы: наши истории интересны им как дополнительный материал для исследований. Теперь ученые добавляют меня в свои профессиональные группы, а я приглашаю их рассказывать студентам про сибирские народы и языки (веду курсы по межнациональной журналистике).

Коллегам из других СМИ материалы тоже нравятся, так что пришлось поделить темы между редакциями: для ОТР сделали сюжет про селькупов, а для «Сибирь. Реалии» — про шорцев и телеутов.

Кстати, на нашем примере коллеги даже рассказывали о проникновении телевизионных жанров в интернет. Цитирую:

БЛАГОДАРИ ЭТОМУ «ОДИНОЧНОМУ ПИКЕТУ» ЖИТЕЛИ ТОМСКА УЗНАЛИ, ЧТО РАНЬШЕ НА ТОМСКОЙ ЗЕМЛЕ ГОВОРИЛИ В ОСНОВНОМ НА СЕЛЬКУПСКОМ ЯЗЫКЕ

ЛОКАЛЬНЫЕ ПОЕЗДКИ БОЛЬШИХ ЗАТРАТ НЕ ТРЕБУЮТ — ПЕРЕНОЧЕВАТЬ ПУСКАЮТ ГОСТЕПРИИМНЫЕ ГЕРОИ СЮЖЕТОВ



«У ТВ-журналистов есть такая штука, как стендап. Ну это когда журналист по ходу сюжета появляется в кадре и что-то говорит. Хороший стендап решает разные задачи. Может быть связкой разных тем в сюжете, финалить историю и т.д. А еще благодаря стендапу зритель видит круглощекого Васю с микрофоном или блондинку Лену и сюжет для него становится более человечным. Но есть ли место стендапу в мультимедийной истории? Зачем он там? Какие задачи решит? Хочет ли вообще читатель видеть фото журналиста? Вот сложно же представить. Оказывается, есть. В историях журналистов «ТВ-2» (Томск) — это своего рода «фотостендапы». Через них журналист задает поворот темы, показывает детали и даже немного юморит».

В мечтах: сделать мультимедийную энциклопедию про все вымирающие языки и малочисленные народы Сибири, Крайнего Севера и Дальнего Востока. Есть такая пафосная цель — успеть заснять носителей всех вымирающих языков (а их осталось немного) и таким образом сохранить язык хотя бы на видеозаписи. Но для этого нужно более существенное финансирование, чем втроем скинуться на бензин и ужин.



Была и обычная для журналиста мотивация: заниматься тем, чем хочется. Мне лично интересна эта тема, нравится выезжать в экспедиции, и чем дальше и грязней — тем лучше. А если интересно журналисту, будет интересно и читателю.

И про зиму... меня тут спросили: а почему вы ездите в экспедиции, когда наступают холода, тяжело же. Но если ждать лета или потепления (во всех смыслах этого слова), ничего не успеешь.

**ИСТОРИИ КОМАНДЫ
ЮЛИИ КОРНЕВОЙ
— СВОЕГО РОДА
«ФОТОСТЕНДАПЫ»,
ЧЕРЕЗ КОТОРЫЕ
ЖУРНАЛИСТ ЗАДАЕТ
ПОВОРОТ ТЕМЫ,
ПОКАЗЫВАЕТ
ДЕТАЛИ И ДАЖЕ
НЕМНОГО ЮМОРИТ**

Р.С. Как становятся журналистом.

Найденный нами в соцсетях водитель — ай-тишник, любящий этнотему и путешествовать. В первой нашей совместной экспедиции он вызвался помочь, фотографируя, пока мы занимаемся видеосъемками. Фотографировал он исключительно домики и природу «анфас». Людей снимать боялся, что такое репортажная съемка, вообще не знал. Пришлось учить. Научили. Из последней своей поездки «выходного дня» в официально не существующую татарскую деревню, где жители сами построили мечеть, он привез фото, аудиозаписи разговоров с людьми и их контактные телефоны. После двух дней работы с архивом и разговоров по телефону родился неплохой журналистский материал. Отправляясь в отпуск по Бурятии и Тыве, Слава приходил брать мастер-класс «как писать интервью». И это еще один плюс интернета — журналистом тут при желании может стать каждый.



ПОСЕЛОК УСТЬ-АНЗАС (ТАШТАГОЛЬСКИЙ РАЙОН, КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ)

Живет здесь коренной малочисленный народ — шорцы. На 130 жителей не больше десятка фамилий. Почти все друг другу родственники. В деревне нет ни связи, ни электричества. На всякий случай берем с собой палатку, вдруг придется заночевать на берегу. Усть-Анзас по другую сторону реки Мрассу. И единственный способ переправиться — это докричаться до людей на той стороне. Из Томска выезжаем рано утром. Ехать почти 700 километров. К реке подъезжаем уже затемно. Вскоре фары нашей машины замечают, кричат: «Вы кто?» — «Журналисты». — «Переплавить?» Сначала показалось, что мы ослышались. Но здесь говорят именно так: переплавить, а не переправить. От слова «плавать». Шорцы здесь живут на территории национального парка. С 1989 года, как организовали Шорский национальный парк, 35 деревень оказались в его границах. Казалось бы, это должно быть шорцам в помощь. Но на деле их право на традиционное природопользование и образ жизни вступает в противоречие с законами охраны природы в национальном парке. Рыбу ловить нельзя, цветы собирать нельзя, дрова рубить — тем более!



**ТЕЛЕУТКА В СВОЕМ СТАРОМ
СВАДЕБНОМ ПЛАТЬЕ**

Телеуты — один из древнейших народов Сибири. Первое упоминание о них — 201-й век до нашей эры. Телеуты дольше всех из коренных малочисленных народов Сибири сопротивлялись ассимиляции. Там до сих пор крадут невест. Правда, возвращают с извинениями обратно, если невеста против.





УЧЕНИК ШКОЛЫ СЕЛА КУРМАЧ-БАЙГОЛ СО СЛОВАРЕМ АЛТАЙСКОГО ЯЗЫКА

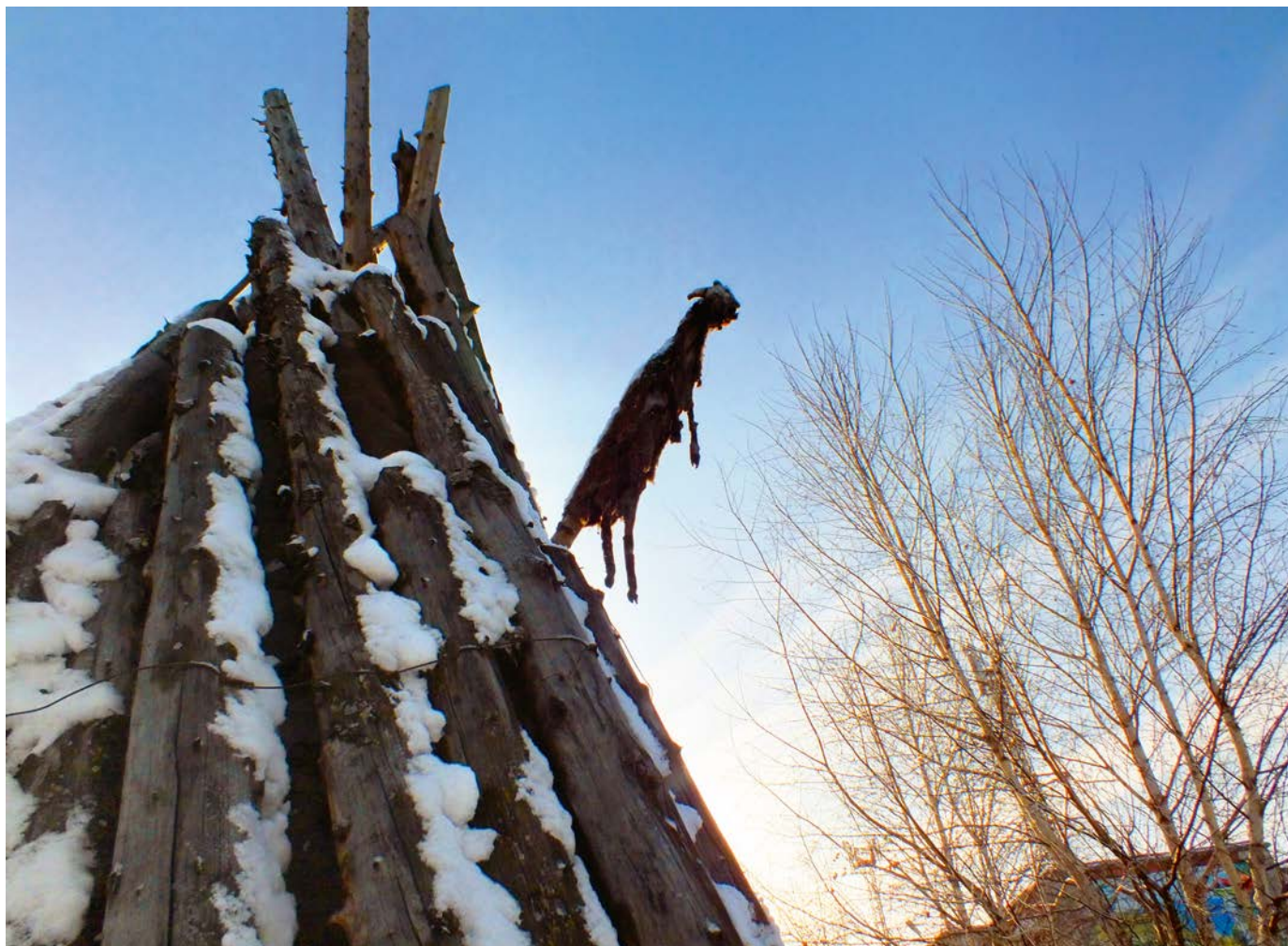


ТЕЛЕУТСКИЕ ПЕЛЬМЕНИ



СЕЛО СУРАНАШ (ТУРОЧАКСКИЙ РАЙОН, РЕСПУБЛИКА АЛТАЙ)

В советское время челканцы, кумандинцы, тубалары и теленгиты считались одним народом — алтайцами. Но потом их причислили к малочисленным народам и даже разделили в переписи 2002 года. После этого челканцы пошли в суды, чтобы добиться официального признания. Не только для морального удовлетворения, но и для получения льгот. Главной льготой является выход на пенсию раньше на пять лет. В местах, где нет работы, это существенно. ❏



МУЗЕЙ ТЕЛЕУТСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ДЕРЕВНЕ БЕКОВО (БЕЛОВСКИЙ РАЙОН, КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ)

Последние и вечные

┌ Коренные малочисленные народы — тот источник, который позволяет человечеству узнавать об эволюции, расселении людей на планете, воочию наблюдать уникальный образ жизни. Способны ли СМИ на национальных языках сделать этот источник неисчерпаемым?

Текст: **ЕЛЕНА УПОРОВА**

БЕЗ СЛЕДА

За последние 5000 лет на Земле сначала возникли, а потом бесследно исчезли 30 000 языков. Кого это волнует, кроме лингвистов, ЮНЕСКО и Википедии? Вот пройдет две недели — и люди забудут еще один язык. Останутся хинди, испанский, английский, русский и огромное количество других глобальных языков, на которых мы общаемся, смотрим фильмы, читаем книги, поем колыбельные детям. Почему это волнует еще пятерых журналистов, которые сидят в парке в центре Москвы?

Во-первых, потому что журналисты, как врачи, оперативники и учителя, постоянно говорят о работе, во-вторых, тот, кто хоть раз глубоко столкнулся с темой коренных малочисленных народов (КМНС), навсегда будет очарован их характером и культурой. В беседе участвуют журналисты с правозащитных порталов, радиийщики, фрилансеры, бывшие журналисты — ныне гражданские активисты. Здесь краткая стенограмма дискуссии на фоне урбанизма и освещенного разноцветными фонарями пруда.

— У нас ханты, в том числе и молодые, между собой всегда на своем языке говорят. Я в последний раз у них оленину покупал, говорили на двух языках прекрасно — и на хантейском, и на русском. И всегда в традиционной одежде. Нужны ли им специальные СМИ? А вот коми, которые далеко не малочисленные, это для меня вопрос. Зашел на сайт на национальном языке — по статистике, шесть посетителей и пять сотрудников!

— Я сейчас много работаю на Кавказе, там много этнических групп, в том числе с изолированными языками, но мой прадед был стопро-

центным удмуртом. Тоже не малочисленный народ. Я работала на радио, на ВГТРК. Тогда было 30% вещания на национальном языке. Бодрое было радио! Сейчас, конечно, все сокращается. В богатых регионах — Саха (Якутия), Ямал — все намного лучше. Я знаю, что на ямальском радио даже селькупский звучит. А сколько селькупов там? И 2000 не насчитаешь.

— Мой вопрос в том, зачем создавать СМИ, если число носителей языка 25 человек? Скажем, сам малочисленный народ по закону должен составлять до 50 000 человек. Все гораздо хуже. Бывает и тысяча, и меньше. Это просто экономически невыгодно, и я в жизни не слышала, чтобы кто-то из ребят сказал: «Ой, давайте сделаем СМИ». Они говорят: давайте сделаем так, чтобы у нас угодыя не отнимали.

— Ты не понимаешь, это другой тип экономики. Я делала материалы с вепсами, водью, ижорами. Они очень любят и берегут свой язык. Почему в Канаде и Финляндии есть радио для коренных? Для каждой языковой группы? Это работает! Работает для общины, для традиционного образа жизни. Да, научиться языку

вания коренных народов. Малочисленных. Это как орфографическая ошибка, будто их и нет: нганасаны, юкагиры, энцы, селькупы... Я думаю, есть гораздо более сильные институции, которые позволят сохранить язык и народ, чем газета или радио.

АВТОХТОННЫЕ БАБУШКИ

Впрочем, компьютерный редактор не знает и слово «Лувр», а вот слово «автохтонные» — местные, рожденные здесь, коренные — вполне себе различает. Автохтонные цветы, овощи, языки, люди. Местные бабушки всегда надежда и опора для детей, внуков, путешественника и для родного языка. Это тренд России. «Бабушки» — слово, которое знают во всем мире. Бабушки из малочисленных народов будут сильнее большого медиахолдинга, считают антропологи. Именно они сохраняют традиции, язык, поют в маленьких национальных ансамблях, работают в местной медицине, образовании, конторах. Традиционные промыслы опасны, часто мужчины гибнут. Женщины более прагматичны, осторожны, не так склонны к суициду, даже интуитивно они рожают детей от разных мужей, чтобы «выправить»

КЕНЕФ ХЕЙЛ, ЛИНГВИСТ: «ЯЗЫКИ ОТРАЖАЮТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ БОГАТСТВО ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ НА НИХ ГОВОРЯТ. ПОТЕРЯТЬ ЛЮБОЙ ИЗ ЭТИХ ЯЗЫКОВ РАВНОЦЕННО ТОМУ, ЧТОБЫ СБРОСИТЬ БОМБУ НА ЛУВР»

можно и на улице, но СМИ дают больший словарный и культурный запас. В Ловозере есть саамское радио. Это Кольский полуостров. Им точно норвежские и финские саамы помогают. Не думаю, что в России есть такие деньги. И у нас цифровые редакторы до сих пор подчеркивают наимено-

генетическую картину маленькой общины. У коренных даже есть такое понятие «временные мужья».

— У меня есть мечта, — говорит ульчанка Аля, показывая на берег Амура. — Тут я хотела бы построить пятистенный дом, чтобы в нем было четыре комнаты. У меня трое детей





У ульчанки Али нет образования, нет социального статуса, нет мужа, но она крепко держит в своих хрупких руках ульские традиции. В этом смысле Аля скорее исключение из правил — женщины из коренных стремятся к образованию

и один внук, а сейчас только домик три метра на четыре с одной комнатой.

Аля ловко пилит и складывает дрова, пока ее внучка что-то вышивает. Бабушка дает ей указания на русском и рассказывает, что давно не смотрела телевизор, не читала газет, потому что читает Библию, которую ей растолковали баптисты. У Али нет образования, нет социального статуса, нет мужа, но она крепко держит в своих хрупких руках ульские традиции. В этом смысле Аля скорее исключение из правил — женщины из коренных стремятся к образованию. Особенно на Севере. Кого увольят первым, крепкого мужчину или чумработницу, когда на их земли придут добывающие компании?

Местным ульским хором руководит мужчина, но песни, которые должны петь мужчины, поют бабушки, или, как они говорят, «вдовушки». Только у одной певицы жив муж. Он художник, вырезает из дерева идолов и посуду. Он почти не гово-

рит на ульском, потому что не с кем, только во сне и с возрастом все чаще. Еще две «вдовушки» грустно смеются:

— Мы преподавали язык в детском саду. Без учебников и методических пособий. Вот это «глаза» на ульском, это «нос». Но зарплата была на один поход в магазин. Было стыдно, и мы ушли. Сейчас идешь по улице, а ребята не знают, как «мама-папа» сказать.

Проблема с учебниками в том, что носители языков в Москве и Санкт-Петербурге на самом деле не владеют ими в достаточной степени, а учителя в местах компактного проживания коренных не знают методику. В этой ситуации, может, и правда газеты и радио спасли бы ситуацию? Или все-таки бабушки эффективней?

Юля из телеутского шахтерского села в Кемерове совсем мала, но ее интересуют традиции.

— Мы пытаемся «ухватить» навыки от бабушек. Дедушек давно

нет. Бабушка Ульяна Чалхоева нас учит, как шубки шить телеутские, сапоги, вышивать воротнички, петь песни, играть на комусе. Хотя сейчас-то туфли носим в основном. У нее зять недавно умер в шахте.

Юля идет собирать облепиху, чтобы потом продать ее на рынке. Так местные дети сами себя готовят к школе, где не преподают телеутский.

Учитель и музыкант Владимир Тодышев из соседней деревни объясняет:

— Я пошел в школу в 1965 году, совершенно не знал русского. Видите этот шрам у меня на лбу? Я попросился в туалет на телеутском. Учительница не поняла, ударила меня линейкой, я описался. Но и потом в автобусах нам запрещали говорить на родном языке — вдруг вы нас зарезать хотите? Сейчас я забыл телеутский, но летом отправляю детей в горные районы к старикам, чтобы они там хоть что-то узнали.

Кульминацией развития национальных языков стали 30-е годы прошлого века, когда языками обучения были 104 языка. В середине 60-х фигурировали только 44 языка. Это была очевидная дискриминация, утверждают лингвисты.

В нивхском национально-культурном центре (Николаевск-на-Амуре) тоже работают женщины. Здесь проводят конкурс красоты для коренных, обязательный пункт которого — приготовление народного блюда. Все это экзотично, но так ли важно для СМИ на языке коренных, когда рецепт пирога и так им известен?

ПУТИНА

Как помочь сохранить древнюю традицию народных шорских сказителей-кайчи, если для этого нужно глубокое знание языка и измененное состояние сознания? Как газета помо-

жет челканскому шаману, ведь без «шаманской болезни» ты не сможешь стать шаманом. Или двум учительницам начальной школы в нивхской деревне, где почти нет электричества. Есть телеканал «Россия», радио давно прикрылось «медным тазом». В тазу девушки готовят для детей корюшку и другую полезную рыбу, которую ловят, выходя на реку со школьной сетью. Еще есть печка для каш и супов. И все говорят по-русски.

Один из сотрудников Министерства образования как-то подсчитал: чтобы обучить всех детей коренных малочисленных народов, понадобится только 6 московских школ. Но разве это выход? — спрашивает он. Или общекультурный фон не стимулирует и не провоцирует общины к лучшей жизни? Чиновник действительно пылко и даже отчаянно машет руками: «Они говорят: оставьте нас в покое. Нас не надо учить, как жить. Мы жили без вас тысячи лет и проживем еще». Инициативы в общинах нету. Вопрос, как вы представляете будущее своих детей и внуков, всегда повисает в воздухе.

Активисты из коренных отвечают: «Постановка вопроса «мы вам все сделаем» — плохая. Мы должны проникнуться этой идеей, а не просто потратить очередные деньги даже на СМИ».

В эвенкийских школах родной язык ставят шестым-седьмым уроком. Факультативно. Кто же туда придет? Эвенкийская учительница Феня Лиханова цитирует великого немецкого лингвиста Вильгельма фон Гумбольдта: «Можно возродить даже мертвые языки, главное, чтобы для этого были условия, потому что у народа есть генетическая память». Феня преподавала родной язык русским и эвенкам. Эвенки «вспоминали», воспроизводили эвенкийский очень быстро. Русским детям он давался очень

трудно, вспоминает она. То есть если вдруг у всех будет СМИ на родном языке, языки будут спасены?

Одному из племен канадского Юкона понадобилось много усилий для этого. Прежде всего сами люди и вождь осознали: им нужна их языковая идентичность. Племя заказало ученым создание искусственной азбуки вовсе не на латинской основе, были разработаны специальные значки. На основе этой азбуки написали учебники, по которым и стали обучаться взрослые и дети. Прошло 25 лет. Теперь это нормальный письменный язык, на котором издаются газеты и книги, язык, возникший ниоткуда. «Народу родной язык должен быть нужен, если народ отказывается от него как от ценности, никакое телевидение, радио, политические решения и финансовые вливания не помогут», — утверждают лингвисты и философы.

Значит ли это, что обычные СМИ бессильны? Совсем нет. Их есть в чем упрекнуть. Слишком мало они говорят о малом. Проблемы коренных малочисленных народов редко оказы-

ваются в их фокусе. Можно поаплодировать томскому portalу «ТВ-2», который в последние месяцы много и подробно писал о коренных малочисленных народах Сибири. КМНС в целом обладают общей психологической особенностью — они отступают, а не наступают, но у них по Конституции и закону «О СМИ» есть право голоса. Как у меньшинства даже большее, чем у большинства. Вот сейчас идет грандиозная по урожайности путина на Камчатке. Конфликты аборигенов с властями кажутся абсурдными — у одних только сети и лодки со старыми моторами, у других военные катера. Много ли мы слышим об этом?

Однако человек всегда увидит и поддержит другого человека. Известный писатель Евгений Попов, который живет в центре Москвы, его сестра и племянница из Екатеринбургa на переписи называют себя кетами (небольшой народ в Туруханской тайге). Бабушка у них была из кетов, трубку курила. Зачем записываются? Чтобы кетов стало чуть больше, чтобы остались вечными и не последними. ❏



ЭВЕНКИ ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО ЯЗЫКА ИСПОЛЬЗУЮТ МЕССЕНДЖЕРЫ. В ЯКУТИИ, ГДЕ ОЧЕНЬ ПОПУЛЯРЕН WhatsApp, создаются группы, в которых люди пишут сообщения на эвенкийском языке



Фокус казахской бабушки

«Кыш, шайтан», — только и можно понять эти два слова из казахской песни бабушки, убаюкивающей младенца. Астраханские казахи в юртах не живут, но как ставить эти юрты и что в них делать — помнят. Памятью этой своей гордятся и приглашают в юрту журналистов. Обряд укладывания ребенка специально переводят на русский язык. Младенцу желают, чтобы друзей у него было много, а врагов чтобы не было; чтобы порог его дома всегда был открыт для гостей. Зачем журналисту слушать казахскую колыбельную и зачем вообще писать на межэтническую тему?..

Текст: ЕГОР КОРОЛЁВ

ПОВОД ПЕРВЫЙ: ВЕЧНАЯ ТЕМА

Такое бывает в нашей профессии, особенно в летний сезон, — не о чем писать. У плохих СМИ этот сезон продолжается всегда — ведь проще передрать информацию у коллег. Наша информационная повестка чаще всего зависит от тех поводов, которые нам спускает сверху власть. А в это время прямо под ногами огромное количество историй и героев, к которым журналисты редко обращаются.

До знакомства с проектами Гильдии межэтнической журналистики я не подозревал, сколько в России этнотуров, этнопарков и маршрутов, которые любой журналист при желании сможет описать в своих репортажах. Чаще всего эта тема звучит в региональных СМИ. Федеральные ленятся, а зря: там на каждом шагу сюжет художественного или документального фильма. На чувашский концерт в петербургском Доме национальностей никто из журналистов не приходит, а ведь там и по сюжету интересно (что может быть интереснее сказок или обряда венчания?), и по картинке красиво. Но в СМИ нет такой привычки — ходить на местечковые концерты. Поляну окучивают лишь региональные и муниципальные издания. У газет и каналов покрупнее все эти пляски проходят как «лубок». Но это если ни разу не посетить подобный фестиваль или концерт. Тут кроется другая проблема — когда освещение превращается в сплошной «фантик» и журналист заходится от восторга. Но если поменьше давать слово организаторам и чиновникам да побольше — простым участникам этих торжеств, представителям национальных сообществ, то «фантик» может превратиться в редкий сюжет о редком человеке. А там можно и о национальных узорах поговорить, и о льготах для малочисленных народов...

ПОВОД ВТОРОЙ: ДОБРАЯ ЖУРНАЛИСТИКА (ИЛИ — КОНСТРУКТИВНАЯ)

Только ленивый не пинал нашего брата-журналиста за любовь к негативу. И только ленивый журналист не оправдывался рейтингом. Замкнутый круг, который нужно разбивать.

Гильдия межэтнической журналистики каждый год знакомит своих участников с многонациональными регионами. В этом году коллеги ездили во Владимирскую область, а в прошлом мне довелось побывать в Астраханской. Там много живет казахов, и поездка к ним стала хорошим инфоповодом.

Казахский обряд укладывания ребенка — это не только песня, это еще и картинка. Без нее можно прожить, но, увидев однажды, захочешь рассказать и по-

казать читателям. Чем больше мы узнаём о своих традициях и традициях своих соседей, тем меньше будет между нами домофонов, закрытых дверей и конфликтов. Апа (бабушка по-казахски) ставит под люльку горшочек (в люльке специальное отверстие) и, когда «младенец» сделает свое младенческое дело, зовет гостей подставить руку вместо горшочка. И когда вы ждете детской неожиданности, апа кладет вам в руку сладости...

У Дома культуры города Камызяк журналистов приехали не только казахи, но и представители всех здешних народов — русские, татары, армяне, чеченцы... Вместо одной девушки с хлебом-солью нас тогда встречали сразу три красавицы — с русским караваем, казахскими баурсаками и татарской пахлавой.

В Астрахани есть памятники представителям, кажется, всех здешних народов: и президенту Азербайджана Гейдару Алиеву, и казахскому домбристу Курмангазы, и туркменскому поэту Махтумкули, и астраханским казакам, и Петру с Февронией, и армянский памятный знак Хачкар, и даже скульптура Колыханка в честь бело-русской колыбельной. Про греческого купца Варвация тоже не забыли.

И это только один пример многонационального региона, которых у нас большинство. То есть информационные поводы всегда на поверхности. При этом они не всегда позитивные.

ЧЕМ БОЛЬШЕ МЫ УЗНАЁМ О СВОИХ ТРАДИЦИЯХ И ТРАДИЦИЯХ СВОИХ СОСЕДЕЙ, ТЕМ МЕНЬШЕ БУДЕТ МЕЖДУ НАМИ ДОМОФОНОВ, ЗАКРЫТЫХ ДВЕРЕЙ И КОНФЛИКТОВ

ПОВОД ТРЕТИЙ: «НЕ НАВРЕДИ» И АНАЛИЗИРУЙ

«Межнац» (если коротко) — вовсе не только добрая тема. Речь не идет о том, что нужно описывать национальные традиции и освещать фестивали. Здесь огромный потенциал аналитики и исследований, которых сейчас так мало. Межнациональные конфликты нужно уметь описывать. В этом году впервые за 20 лет в газете «Северная Осетия» появилась информация из соседней Ингушетии. Вроде бы ничего удивительного, если не знать про давний конфликт между ингушами и осетинами. В том числе от журналиста будет зависеть увеличение или уменьше-



ние стереотипов, на которые опирается каждый из нас. Я не однажды видел у коллег громкие заголовки о росте числа преступлений среди мигрантов. Из самих текстов чаще всего следовала информация о том, что растет число нарушений миграционного законодательства, а во все не изнасилований или грабежей. Вопрос: зачем тогда ставить именно такой заголовок, зачем преувеличивать и разжигать? Это не та тема, ради которой можно накручивать посещаемость.

В каждом регионе есть свой комитет или даже министерство по межнациональным отношениям. На мой вопрос одному из таких министров, как оценивается эффективность их работы, министр не смогла ничего ответить. В Петербурге студенты Школы межнациональной журналистики (один из проектов гильдии) третий год подряд не могут понять уровень эффективности работы городского комитета — там просто отказываются приходить в гости к студентам. Казалось бы, есть возможность обсудить с журналистами, как освещать эту сложную тему, чем можно помочь чиновникам в их работе. Но в ответ — тишина.

А вопросов в этой теме много ко всем чиновникам и общественным организациям — как расходуются бюджетные и грантовые деньги на проведение встреч с мигрантами, многочисленные концерты и фестивали,

точно ли действия властей, НКО и Домов национальностей выполняют свою функцию по «гармонизации межнациональных отношений». В Петербурге часто можно встретить социальную рекламу под рубрикой «Мы разные — но мы вместе»: там обычно мечеть, синагога и православный храм оказываются рядом друг с другом. Логичный вопрос для каждого журналиста: сколько денег потрачено, точно ли больше некуда было вложить эти деньги...

В Астраханской области тоже соседствуют православные церкви, мусульманские мечети и буддийские хурулы. Давным-давно в Астрахани были индийский и персидский гостиные дворы, даже индуистский храм. Бесследно такое наследие не проходит. Согласно последней переписи, в области проживает 68% русских, 15% казахов, 6% татар, 11% представителей других народностей. Благодаря этнопресс-туру в Астраханскую область я теперь знаю, что самый вкусный арбуз — поздний, он поспевает только в сентябре. Его хранят до Нового года. Новогодний астраханский стол страшно себе представить. На нем будут казахские баурсаки и арбузный пунш. И порожек дома всегда будет открыт для гостей — 15% казахов не просто так живут в области. «Кош колдыныздар» в переводе с казахского будет «Добро пожаловать». ❧

Чек-лист: 7 правил этножурналистского текста

Г Проверяем себя на нетерпимость и однобокость. Чтобы к вашему тексту нельзя было придаться, **ЖУРНАЛИСТ** подготовил краткую инструкцию: что не забыть сделать при подготовке материала на межнациональную тему

Текст: АНАСТАСИЯ ГЕНЕЛЬТ, главный редактор издания «Развилка»

ФАЗА ПЕРВАЯ. СОЗДАНИЕ ТЕКСТА

ДАТЬ СЛОВО ГЕРОЮ

Неважно, расскажете ли вы историю от первого лица, или ваш текст будет разбавлен комментариями. Ключевые моменты проговаривает персонаж — это создает впечатление диалога с читателем и воздействует сильнее, чем пересказ. И — практичный момент для вашего имиджа — острые замечания, если они есть, озвучиваются не вами.

ГОВОРИТЬ И ПОКАЗЫВАТЬ

Меньше текста, больше картинок! То есть их должно быть поровну, разумеется. И мы имеем в виду не количественное, а качественное соотношение. Фотографии не дублируют текст, а иллюстрируют главные мысли — стандарт любой публикации.

НЕ ДРАМАТИЗИРОВАТЬ ПОПУСТУ

Ваш текст не должен кричать, как все плохо. Главное — проблема (событие, случай), о которой говорится в тексте, а не ваши словесные экзерсисы; они лишь облачают ее в более ощутимую для читателя форму на бумаге, экране или веб-странице. Спокойная констатация фактов, бесстрастные выводы или сдержанный (но ни в коем случае не сухой) репортаж погрузят его в проблему глубже, чем трагический пафос.

Не ищите негатив специально: этническая журналистика нужна как раз для того, чтобы минимизировать количество конфликтов между разными народами. Столкновения появляются от непонимания, так что введем подпункт: объясняйте. В этом ключе прекрасно работает проект «Это Кавказ».

ИЗБЕГАТЬ БАНАЛЬНОСТИ И ЛУБКА

«Никакого праздника!» Традиционные торжества разных народов фотографируют и описывают каждый год. Самое страшное — это марафет, навешенный для несведущих. Абстрактно: настоящий мастер-класс по росписи керамики вам проведут в подмосковной Гжели, а не на вычищенной выставке. Советуем знакомиться на таких встречах с героями и встречаться в другой обстановке, заодно материал не продублирует пару-тройку заметок ваших коллег в городской ленте.

Кстати, если публикуете критику таких мероприятий, будьте готовы: участники старались и могут обидеться.

P. S. для новостей:

НЕ АКЦЕНТИРОВАТЬ

НАЦИОНАЛЬНОСТЬ В ЗАГОЛОВКЕ

«Уроженец страны N украл/избил/убил...» — не надо так, это кликбейт. Часто ли мы видим новости, что таджик, узбек кого-то спас, а русский — убил?

ФАЗА ВТОРАЯ. ВЫЧИТКА

ПРОВЕРИТЬ ЗНАЧЕНИЯ ВСЕХ СЛОВ И НАПИСАНИЕ ИМЕН

Иначе сразу — «чеверын» («до свидания» по-марийски). Очевидный момент: если материал аудиовизуальный, уточните ударения. Не забудьте исторический и географический фактчекинг.

ПОБЕРЕЧЬ ГЕРОЯ

Это не цензура, а безопасность. Уберите из текста необоснованные суждения (обычный фактчекинг — перед вами не стоит задачи показать неосведомленность героя). Не оставляйте резкие обращения, даже если спикер произнес их не всерьез или кого-то процитировал.

ФАЗА ТРЕТЬЯ. ПОСЛЕ ПУБЛИКАЦИИ

Это скорее совет, чем правило: читайте комментарии, находите перепосты и скопированные ссылки, изучайте обратную связь там. Даже если вы соблюли все правила, все равно найдутся читатели, которые что-то не поймут или интерпретируют неправильно. Не нужно этого бояться, такие комментарии полезны: поймете, что нужно доработать в следующий раз. В крайнем случае, если героя обижают — защитите (но в полемику ради полемики, безусловно, не суйтесь). ✕



Обложки журналов «Гаилә һәм мәктәп» и «Мәгариф» после и до ребрендинга

Читая, ты растешь

┌ Подавляющее большинство журналов в Татарстане выходит на татарском языке. И, несмотря на грозовые тучи, продолжающие сгущаться над прессой, им сухо и даже иногда комфортно. В чем сила местных журнальных изданий и где редакции берут «зонтики» и «дождевики», объясняет заместитель генерального директора АО «Татмедиа» по корпоративному развитию **СЮМБЕЛЬ ТАИШЕВА**



50468
ЭКЗЕМПЛЯРОВ —
СОВОКУПНЫЙ ТИРАЖ
ЖУРНАЛОВ
АО «ТАТМЕДИЯ»
(на июль 2018 года)

ОТ «ТАТМЕДИЯ» ДО «ТАТМЕДИЯ»

Очень часто приходится сталкиваться с тем, что многие специалисты министерств и ведомств нашей республики, не говоря об обычных людях и представителях других регионов, до сих пор не понимают разницу между двумя «Татмедиа» — агентством «Татмедиа» и акционерным обществом «Татмедиа». Я вспоминаю 2003 год, когда вместо министерства печати, а затем министерства печати и связи Республики Татарстан был заложен фундамент под новую структуру — агентство Республики Татарстан по массовой

коммуникации «Татмедиа». Как раз в то время появился 131-й закон, запротивший органам власти, в том числе и муниципальным, издавать и содержать любые СМИ. Помню, как разразились острые дебаты среди интеллигенции и депутатов и как были обеспокоены журналисты национальных изданий. Как быть с районными СМИ, в которые входили и телевидение, и радио, и газеты? Долгие годы в составе учредителей татароязычных изданий значились различные министерства: образования, культуры, здравоохранения, которые были «спонсорами» изданий. И вот возник запрет.

Следствием этого новшества на фоне экономического кризиса во многих регионах России печатные издания остались на грани выживания, а некоторые и вовсе закрылись. Только государственное финансирование могло спасти печатное слово со столетней историей — газеты и журналы, как русскоязычные, так и национальные. Агентство спустя четыре года стало инициатором создания открытого акционерного общества «Татмедиа» (впоследствии АО) со стопроцентной долей государства в лице республиканского минземимущества ввиду его стратегического значения. С самого начала перед акционерным обществом руководством Татарстана была поставлена задача стать, наряду с частными изданиями, конкурентоспособными и выступить в качестве основного игрока на медиарынке.

После работы заместителем руководителя агентства в период его становления я стала заместителем генерального директора по корпоративной политике в АО «Татмедиа». Последние два года параллельно возглавляю филиал, который объединяет образовательные журналы на русском, татарском и английском языках — «Мәгариф» («Просвещение»), на татарском — «Гаилә һәм мәктәп» («Семья и школа») и электронные журналы «Мәгариф. Татар теле», сайт уроков magarif.ru, просветительский интернет-портал gabdullatukay.ru.

Как специалисту, пятнадцать лет проработавшему в системе «Татмедиа» и знающему всю деятельность наших двух структур изнутри, мне частенько приходится разьяснять, что одна из них по статусу является министерством, а другая — хозяйствующим субъектом. Оба они несут ответственность за судьбы наших СМИ, поскольку на совете директоров его членами (к слову, куда не по-





Обложки журнала «Сабантуй»
после и до ребрендинга

**ТРАДИЦИОННО
90% ПОДПИСКИ
ОБЕСПЕЧИВАЛИ РАЙОНЫ
РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН
С ТАТАРОЯЗЫЧНЫМ
НАСЕЛЕНИЕМ, В ПЕРВУЮ
ОЧЕРЕДЬ — УЧИТЕЛЯ
И ВОСПИТАТЕЛИ**

пал ни один редактор) солидарно рассматриваются вопросы финансирования, в частности субсидирования, о закрытии или объединении редакций, стратегии развития. Со стороны частных изданий и оппозиционных политических сил время от времени приходится слышать или читать о том, что так называемые государственные издания шикуют за счет налогоплательщиков. Немногие из них знают, что с момента создания акционерного общества в 2007 году, несмотря на постоянный рост цен, начиная от стоимости бумаги и заканчивая повышением услуг Почты России по распространению изданий, бюджет всех филиалов до сегодняшнего дня остается неизменным. Только в некоторых редакциях доля финансирования государства составляет от 50% и выше. В остальном редакции должны зарабатывать на хлеб себе сами. Среди них есть и такие, которые способны содержать себя своими силами. Но их, к сожалению, мало.

ЖУРНАЛЫ ДЛЯ ВСЕХ И ДЛЯ КАЖДОГО

Сегодня в составе АО «Татмедиа» 70 филиалов, в которых работают 1870 человек. Согласно последним данным, медиаресурс акционерного общества составляют 98 районных, городских и республиканских газет, 14 журналов, 17 телеканалов, 10 радиоканалов, 72 сайта в сети Интернет, информационное агентство «Татар-Информ».

За последние десять лет, в течение которых сменилось пять руководителей акционерного общества, количество филиалов, как и активов, сократилось из-за ликвидации или реорганизации в виде слияния. Наш небольшой отдел подготовил анализ состояния медиаактивов и для улучшения финансового состояния редакций — план объединения изданий

по кластерному типу (образовательный, детско-юношеский и т.д.). А спустя недолгое время совместно с редакторами и экономистами разработали стратегию развития медиахолдинга до 2020 года, в которой также предусматривалась концепция ребрендинга журналов.

Среди перспективных планов развития были поставлены такие задачи, как усовершенствование организационной структуры редакций; обновление редакционного состава, привлечение молодых кадров; дальнейшая работа над контентом журнала, смена формата и запуск новых медийных продуктов (при наличии финансирования); запуск электронных версий журналов; активная работа с розницей и по электронной подписке; освоение нового рынка за счет интернет-версии журналов. Головное предприятие в свою очередь сделало упор на проведение взвешенной кадровой политики, совершенствование технической и компьютерной базы филиалов, улучшение качества бумаги и печати в собственной типографии.

Поскольку я отвечаю за журнальную группу АО, полагаясь на свой опыт, могу с уверенностью сказать: наши региональные «толстые» издания являются серьезными конкурентами телевидению и радио и занимают достойную нишу среди СМИ, обладая главным преимуществом — умением мобильно приспосабливаться к потребностям читателей, рекламодателей и в целом рынка печатной продукции. Журналы имеют более долгую жизнь по сравнению с газетами, что делает их привлекательными для рекламодателей. Характерным для журналов «Татмедиа» является то, что большинство из них — специализированные. Можно выделить детско-юношеские, мо-

лодежные, образовательные, общественно-политические, литературные издания, так что читатели могут получить информацию исходя из личных предпочтений. Каждый журнал имеет свою аудиторию, и это является козырем во время подписной кампании.

В журнальную группу изданий медиакомпании входят следующие журналы: «Татарстан», «Сөембикә», «Салават күпере», «Сабантуй», «Ялкын», «Идель», «Майдан», «Казан утлары», «Безнең мирас», «Сәхнә», «Казань», «Мәгариф», «Гаилә һәм мәктәп», «Чаян». Из них журнал «Казань» издается только на русском языке. «Чаян», «Идель», «Татарстан» выходят в свет на двух государственных языках под отдельными индексами. Среди всех выделяется ежемесячный общественно-педагогический и научно-методический журнал «Мәгариф», в котором в силу специфики печатаются материалы на русском, татарском и английском языках. Остальные издания направлены на удовлетворение литературных, художественных, эстетических, иных творческих потребностей титульной нации и издаются на татарском языке.

Если проанализировать географию распространения национальной прессы в стране, мы увидим, что большая часть журналов распространяется на территории Татарстана. Традиционно основные подписчики татароязычных изданий проживают в районах и сельской местности. Однако некоторые журналы распространяются за пределами республики. К примеру, журнал «Мәгариф» выписывают в 22 регионах России, в том числе в Республике Башкортостан, Чувашии, Оренбургской, Нижегородской и Тюменской областях, в Пермском крае и, что особенно радует, в Москве. Женский журнал «Сөембикә» распространяется по регионам России через



СЮМБЕЛЬ ТАИШЕВА:
«НАШИ РЕГИОНАЛЬНЫЕ
ЖУРНАЛЬНЫЕ ИЗДАНИЯ
ЯВЛЯЮТСЯ СЕРЬЕЗНЫМИ
КОНКУРЕНТАМИ
ТЕЛЕВИДЕНИЮ И РАДИО,
ОБЛАДАЯ ГЛАВНЫМ
ПРЕИМУЩЕСТВОМ —
УМЕНИЕМ МОБИЛЬНО
ПРИСПОСАБЛИВАТЬСЯ
К ПОТРЕБНОСТЯМ
ЧИТАТЕЛЕЙ
И РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ»

«Роспечать» (к примеру, в Оренбургской области), а также за пределами страны — в Казахстане и Узбекистане. Журнал «Чаян» получают читатели Дальнего Востока, Башкортостана, Средней Азии, Киргизии. Это говорит о том, что татарский народ остается читающей нацией.

Совокупный печатный тираж журналов АО «Татмедиа» на июль 2018 года составил 50468 экземпляров. Еще несколько лет назад (январь 2015 года) эта цифра была более внушительной — почти 65 тысяч копий. Потеря тиража за три года составляет более 14 тысяч. Но падение могло быть значительнее, если бы мы вовремя не успели осуществить ребрендинг изданий.

ТОТАЛЬНЫЙ РЕБРЕНДИНГ

Скажу честно, процесс этот шел тяжело. Многие обвиняли нашу команду в намерениях уничтожения национальной прессы. Баталии, не ограничившись только печатными изданиями, вышли в электронное поле. Но мы выстояли. На сегодняшний день большинство журналов, входящих в структуру АО «Татмедиа», претерпели значительные изменения по контенту, дизайну и верстке. Как следствие, многие из них не раз были отмечены призами и наградами не только на республиканских, но и на российских конкурсах и медиафорумах.

Причины сопротивления старой гвардии журналистов и читателей новшеству понятны. Наиболее болезненным было обновление кадрового состава коллективов, редколлегий и авторов. Вместо засидевшихся редакторов (15–20 лет и более) пришли креативные руководители, не всегда очень молодые, но готовые к изменениям. Ради сохранения читательской аудитории и тиражей нам пришлось пойти на объединение редакций некоторых однопрофильных изданий, что опять-таки было встречено в штыки некоторой частью творческой общественности. Так, детская газета «Сабантуй» перешла под крыло детско-юношеского журнала «Ялкын». Благодаря этому изменению оптимизировалось штатное расписание, что привело к повышению заработной платы сотрудников.

Был у нас опыт преобразования и газет в журналы. Правда, не всегда удачный. Если газета для студентов педагогических вузов и учителей «Мәгърифәт», превратившись в цветной журнал «Гаилә һәм мәктәп» («Семья и школа»), нашла признание в новом статусе и имеет стабильный тираж, аналогичная попытка с газетой «Молдежь Татарстана» потерпела крах.

Ясно, что большая часть современной молодежи ориентирована на электронные средства массовой информации, прежде всего на телевидение и интернет. Даже очень красочным и легким по содержанию «Карлом Фуксом» в печатные издания читателей привлечь не удалось.

Пока не потерян костяк аудитории, задачей номер один в деятельности журналов является повышение конкурентоспособности, улучшение контента, внедрение инновационных продуктов. Все это должно привести к повышению прибыли в редакциях и увеличению читательской аудитории, привлечению рекламодателей. Однако достичь этой цели крайне сложно.

ПОЧЕМУ УПАЛ ТИРАЖ

В последние годы на журнальном рынке появились конкуренты, которые ведут активную борьбу за читателей и рекламодателей. Позиции журналов со столетней историей ухудшаются. С появлением федеральных гляцевых журналов и республиканских частных журналов их тиражи существенно снизились. И сегодня некоторые национальные издания выживают благодаря дополнительной поддержке в виде оформления подписки в библиотеках как социально значимые издания.

Тому, что тиражи падают из года в год, есть много объективных и субъективных причин. Традиционно 90% подписки обеспечивали районы Республики Татарстан с татароязычным населением, в первую очередь — учителя и воспитатели. В последние годы в сельской местности из-за прихода крупных агроинвесторов с современной техникой количество рабочих мест сократилось, что вызвало отток молодежи в крупные города. В результате уменьшилось количество школь-



Объединенный коллектив журналов «Мәғариф» и «Ғайлә һәм мәктәп»

ников, что привело к оптимизации и закрытию сельских школ. Ввиду этого сократилась читательская аудитория национальной прессы.

В период роста цен и ухудшения благосостояния население страны свои расходы уменьшило в первую очередь за счет товаров «не первой необходимости». Многие жалуются, что выросла цена на подписку. На наш журнал «Мәғариф» на 96 страницах, к примеру, она составляет 485 рублей за полугодие. Сегодня один комплект печатного издания стоит столько, сколько стоил бы целый набор газет и журналов для разновозрастной семьи в девяностые годы прошедшего столетия. Однако за последние годы стоимость журнальной продукции увеличилась в основном не в части редакционной цены, а из-за увеличения стоимости услуг по транспортировке, сортировке и доставке, предоставляемых филиалом ФГУП «Почта России» — «Татарстан почтасы».

Политические события тоже внесли свои коррективы. Если развитие журналов шло в соответствии

со стратегией развития, то «языковой кризис», который начался в конце 2017 года и до сих пор является неразрешенным, непосредственным образом оказал влияние на подписку на образовательные и воспитательные журналы «Мәғариф» и «Ғайлә һәм мәктәп». До сих пор нет официальной информации о том, сколько учителей татарского языка было отправлено на пенсию или на перепрофилирование. Однако можно предполагать, что эта цифра варьируется от 1,5 до 2 тысяч — примерно на это количество экземпляров в одночасье произошло сокращение тиража журнала «Мәғариф».

Для татар, проживающих за пределами республики, подписные цены еще выше из-за дальнего расстояния доставки. Таким образом, они потихоньку выпадают из списка подписчиков. Нельзя сбросить со счетов и то, что падению тиражей официальных изданий способствовало появление новых частных СМИ, которые полностью свободны от так называемой официальной, государственного информационного заказа.

СЛИШКОМ МЯГКАЯ РЕКЛАМА

Несмотря на все трудности, любой главный редактор, исходя из своей целевой аудитории, хорошо знает, каким путем можно увеличить продажу изданий, в том числе в розницу. В нашем филиале успешно продвигается альтернативная подписка по более низкой цене. Чтобы вовремя довести готовую продукцию в дальние районы, журналистам приходится сочетать доставку с творческими командировками. А со стороны «Татмедиа» было предпринято несколько попыток развить собственную сеть киосков. Однако, к великому разочарованию главредов, идея, несмотря на ее рассмотрение в самых высоких кабинетах и подготовленный бизнес-план, поддержана не была. После этого пару лет назад было принято решение повысить узнаваемость и рекламную привлекательность журналов за счет продвижения имиджевого бренда «Татмедиа» и расширения дистрибуции: открылись точки продаж в больницах и на базе некоторых санаториев. Пока спросом там пользуются детские и женские журналы.

Большинство наших журналов не являются прибыльными, заработанных средств едва хватает на зарплату и премии творческому коллективу. Рекламодатели преимущественно отдают предпочтение русскоязычным журналам. Из татароязычных изданий в журнале «Сөембикә» в основном размещается так называемая мягкая реклама. Больше всего коммерческую нагрузку несут журналы «Гайлә һәм мәктәп», «Мәгариф». Тут можно увидеть и мягкую, и жесткую рекламу. Многое зависит от возможностей редактора или директора найти подход к потенциальному рекламодателю. А его можно заинтересовать только качественной продукцией.

Между прочим, несмотря на то что в целях привлечения рекламодателей были разработаны льготные рекламные пакеты, исходя из интересов и возможностей редакций, а также внесены предложения сделать рекламные вклады для детско-юношеских журналов, востребованы они были не у малого и среднего бизнеса, предоставляющего услуги для детей, а у крупных социально-ориентированных нефтяных и газовых компаний.

Помимо рекламы в печатной и электронных версиях, перед изданиями была поставлена задача по зарабатыванию денег на сайтах. В 2014 году началась активная работа по обновлению и запуску сайтов всех журналов. К примеру, наряду с ребрендингом журнала «Мәгариф» и запуском «Гайлә һәм мәктәп» были открыты новые сайты этих журналов, которые впоследствии объединили в один портал magarif-uku.ru. Наша цель — увеличение индекса цитируемости. Поскольку социальные сети рассматриваются как важный ин-

БОЛЬШИНСТВО ЖУРНАЛОВ НЕ ЯВЛЯЮТСЯ ПРИБЫЛЬНЫМИ. ЗАРАБОТАННЫХ СРЕДСТВ ЕДВА ХВАТАЕТ НА ЗАРПЛАТУ И ПРЕМИИ ТВОРЧЕСКОМУ КОЛЛЕКТИВУ

струмент поставки трафика и способствуют распространению новостного контента, все издания ведут активную работу на своих страницах в соцсетях.

Также в нынешнем году начинается совместная работа редакций и IT-департамента головного офиса по созданию новых сайтов журналов.

ЖУРФАК ЕСТЬ, А КАДРОВ НЕТ

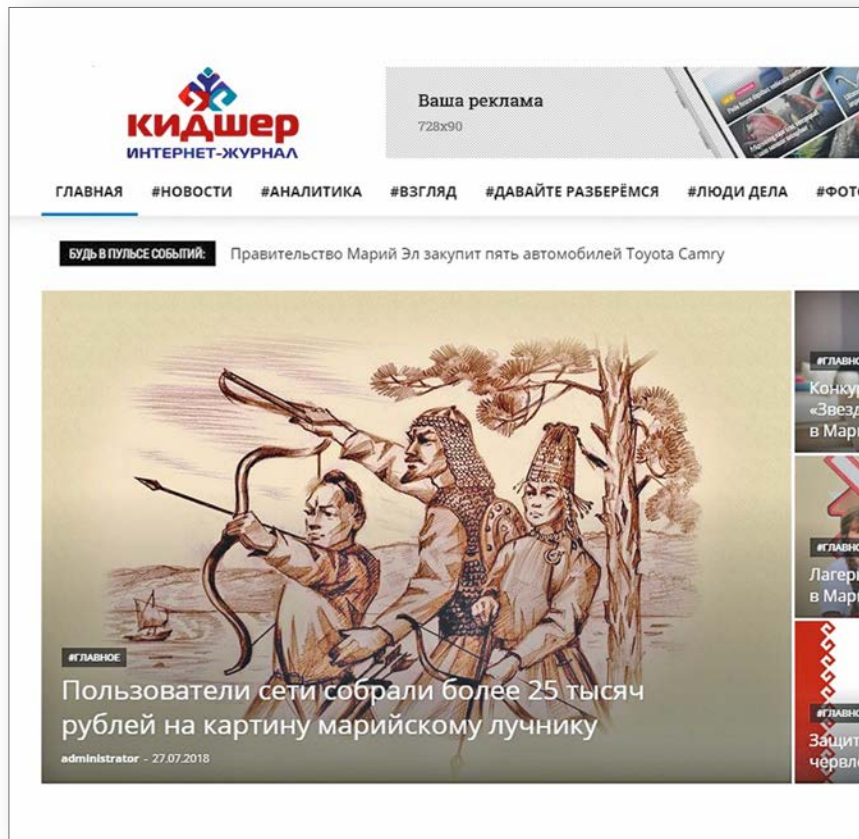
Наши коллеги-журналисты, некоторые писатели и политики не всегда положительно относятся к статусу нынешнего АО «Татмедиа». Однако субсидирование СМИ со стороны государства позволило сохранить тысячи рабочих мест, удержать ценовую политику и выпускать издания по более-менее доступной цене. На протяжении всех последних пяти лет постепенно проводится ротация кадров. Однако кадровый вопрос остается до сих пор острым. Особенно у национальных изданий.

Без укрепления финансовой базы переломить ситуацию будет крайне сложно. Печатная журналистика становится все более «женской» — при зарплате в 25-30 тысяч рублей в нынешних экономических реалиях мужчине содержать семью крайне трудно. Да и девушки не особо стремятся заниматься «писаниной». Более шести лет я вела курсы на профильном факультете КФУ. Когда своим студентам задавала вопрос относительно их будущего, в лучшем случае из двадцати студентов один-два планировали идти на телевидение, а все остальные собирались работать офис-менеджерами. Вот и получается: журфак есть, а кадров нет.

Последнее время все обсуждают, сколько осталось жить национальной прессе. Несмотря на негативные прогнозы, наш редакторский корпус не отчаивается, хотя прекрасно осознает все сложности, которые еще ждут впереди. Мы понимаем одно: без национальных журналов и газет нет места театру, литературе и искусству. Без них нет глубинного воспитания и просвещения молодого поколения. Возможно, произойдет переворот в национальном сознании и количество желающих совершенствовать себя, читая, возрастет. ❧



ГАЗЕТА «Ямде Лий» ВЫХОДИТ КАЖДУЮ СУББОТУ НА ВОСЬМИ ПОЛОСАХ ТИРАЖОМ ЧУТЬ БОЛЬШЕ ТЫСЯЧИ ЭКЗЕМПЛЯРОВ



ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛ «Кидшер» ФОРМИРУЕТ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ОБРАЗ РЕГИОНА НА МАРИЙСКОМ (ЛУГОВОМ И ГОРНОМ) И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Газета вместо букваря

В конце июля в России был принят закон о родном языке, который позволит школьникам отказаться от изучения национального языка того субъекта, в котором они проживают. Между тем многие дети хотят не только говорить на своем родном языке, но и писать.

ЖУРНАЛИСТ побывал в Республике Марий Эл и узнал, как живет одна из старейших детских газет региона и почему в республике есть только одно молодежное медиа на марийском языке

Текст: АНАСТАСИЯ БИРЮКОВА



СТАБИЛЬНО, НО ТЯЖЕЛО

Состояние марийской прессы можно оценить как «стабильно тяжелое». Факты неутешительные: с каждым годом тираж марийских газет уменьшается, журналистов со знанием родного языка не хватает, читателей больше не становится. Цифры говорят сами за себя: на территории Марий Эл выпускается шесть газет и два журнала на марийском языке. Еще два журнала — билингвы (на русском и марийском). Большинство из них выходят в столице республики Йошкар-Оле и еще кое-где. В остальных местах полноценных газет на марийском языке нет. Заместитель министра культуры, печати и по делам национальностей Марий Эл Галина Ширяева утверждает, что на марийские газеты в районах никто не подписывается. Но она лукавит: большинство носителей языка живут в деревнях, где в отсутствие интернета газета становится чуть ли не единственным источником информации для взрослых, а для детей — самым настоящим учебником марийского языка.

МАРИЙСКИЕ ЮНКОРЫ: ДЕТИ ЕЩЕ ПИШУТ НА РОДНОМ ЯЗЫКЕ

Одна из старейших детских газет республики — «Ямде Лий» («Будь готов») в 2018 году отпраздновала свое 85-летие. Главный редактор Лидия Семенова считает: если детская пресса развивается, значит, интерес к изучению родного языка растет. Похоже, что дети хотят писать на марийском: сейчас с газетой сотрудничают около 20 детей и подростков: «Ямде Лий» становится для них пробой пера. Юнкоры публикуют в газете заметки из жизни семьи или школы, репортажи, стихи и рассказы. Летом редакция газеты собирает своих юных сотрудников на слете, где дети встречаются с журналистами и редакторами марийской прессы и учатся верстке.

«В городе мало кто из детей может прийти в редакцию и сказать, что хотел бы писать в «Ямде Лий». Только если сами родители выписывают газету. Чаще всего их приводят к нам учителя марийского языка, которые видят, например, что ребенок хорошо говорит и пишет на марийском языке», — говорит Лидия Семенова.

При этом газета становится неким дополнением к учебнику марийского языка. Недавно там, кстати, появилась ин-

фография для школьных уроков. Например, иллюстрированный перевод дорожных знаков с русского на марийский.

В планах у редакции — привлечь к изданию газеты русскоговорящих ребят. Уже обсуждается проект создания детской газеты или журнала о Марий Эл на русском языке.

МОЛОДЕЖЬ ПОСАДИЛИ НА ПОЗИТИВНУЮ ДИЕТУ

В молодежном сегменте — опять монополия. Интернет-журнал «Кидшер» («Пульс»), выходящий с 2013 года, — единственное национальное интернет-издание, которое выходит на марийском (луговом и горном) и русском языках.

«Мы затрагиваем общественные, социально-экономические, политические темы региона. Еще одна наша особенность — мы медиа с позитивным контентом. За последнее время самый популярный материал был про марийские орнаменты. Краевед, мастер марийской вышивки Ираида Степанова поделилась своими знаниями об особенностях марийских символов в оберегах», — рассказывает главный редактор Николай Любимов.

Можно лишь позавидовать краю, где особенностям оберегов придается общественное звучание, но, по признанию того же Николая Любимова, с каждым годом становится все острее проблема изучения родного языка. На сайте журнала «Кидшер» можно найти материалы об этнических фестивалях, встречах с марийскими активистами и преподавателями. Все говорят об одном: да, в школах есть уроки национального языка и истории марийского народа, но этого недостаточно, чтобы молодые люди постоянно читали прессу на родном языке.

«В последнее время носители марийского языка при встрече, на официальных мероприятиях, в интернете общаются на русском языке. Вдвойне плачевна картина, когда дети влиятельных лиц, «патриотов марийской культуры», просто не способны изложить свои мысли на марийском», — удивляется Николай Любимов.

Выросло целое поколение молодых людей, которое не осознает, зачем им нужно учить родной язык. Многие из них не относят себя к марийцам и сознательно говорят только на русском языке. В такой ситуации найти своего постоянного читателя становится все сложнее. Если финансовая проблема издания журнала знакома многим, что делать с грамматическими ошибками в материалах, пока непонятно. Помимо журналистов, пишущих на марийском, региону явно нужна школа редакторов. Но сил и средств активистов для ее создания не хватит, а власти республики проблему национальной прессы — такой домотканой, ручной и позитивной — либо не видят, либо не замечают. **БК**



Давайте ругаться конструктивно

▮ О чем заставляет задуматься
конфликт Навального
и «Ведомостей»

Текст: **ГАЛИНА ЛАЗУТИНА**, член экспертно-консультативного
совета Общественной коллегии по жалобам на прессу

Августовские теплые дни омрачила буча, возникшая в Рунете из-за претензий Алексея Навального к редакции газеты «Ведомости». Прошло уже две недели, как он бросил газете жесткий упрек в связи с тем, что она не обнародовала немедленно результаты расследования ФБК о многомиллионной недвижимости престарелой мамы спикера Госдумы Вячеслава Володина, выявляющие его хитрые коррупционные шаги. И все эти две недели социальные сети штормит: идет, мягко говоря, перебранка, в которой про Володина, можно сказать, забыли. Объяснение этому есть. Дело в том, что, по существу, в конфликте столкнулись вовсе не «Ведомости» и Алексей Навальный, а российские СМИ и СММО. И действительная причина конфликта — не промедление с публикацией из-за проверки фактов, а нарастающие различия в позициях по поводу места журналистики в обществе и роли журналистского слова в жизни людей.

Поясним: «социальные сети», которые раскинул по миру интернет, — в принципе вовсе не СМИ, а средства межличностного массового общения. Их так бы и следовало называть — СММО. Они родились у человечества в условиях появления новых коммуникационных возможностей, чтобы сделать универсальной связью человека и общества. Нужен тебе совет? Получи! Нужно высказаться, чтобы душу облегчить или кого-то побудить к действиям, — вешай на сайте свой пост. Хочешь — разговаривай со всем миром, хочешь — замкнись в кругу дру-



зей. И никаких особых правил! Можешь даже «ВКонтакте» написать одним словом. А почему нет? Говорили же в очереди когда-то: «Вас здесь не стояло!»

Так и выглядело все поначалу. Но коммуникация потому и коммуникация, что она позволяет человеку, общаясь с другими, уметь. Загляните в коридоры Рунета сегодня, и вы увидите: массовое общение все отчетливее обретает новые черты. Нельзя сказать, что люди стали намного грамотней и культурней, но они стали лучше понимать, как многого можно достичь, если действовать сообща. Возникают паблики — сообщества единомышленников, ставящих перед собой общественно важные цели; появляются лидеры мнений в лице блогеров, обладающих публицистическим даром; на форумах обсуждаются проблемы, в решении которых люди кровно заинтересованы.

Если бы в нашей жизни не возник Алексей Навальный, нашелся бы другой блогер, сумевший увидеть, как можно ввязаться в борьбу с коррупцией. Но это выпало ему. Фонд борьбы с коррупцией, который создал Навальный, показал, что действия на этом фронте могут быть эффективными. Аббревиатура ФБК стала восприниматься ядром деятельности, способной объединить людей вокруг идеи противостояния режиму, если тот не в силах коррупцию побороть.

И все-таки едва ли удалось бы Алексею Навальному стать лидером широко известной в стране неформальной оппозиции, если бы он не услышал подсказку истории. Но он услышал. Словами Владимира Ульянова-Ленина история напомнила ему о времени, когда печать — средство массовой информации — проявила себя как коллективный пропагандист, коллективный агитатор и коллективный организатор. В структуре СММО, объединившихся вокруг ФБК Навального, появились сайты, которым предстояло стать неинституциональными конкурентами институциональных СМИ. Оппозиционер Алексей Навальный превратился в лицо медийное и довольно быстро освоил все платформы, с которых можно в современной ситуации вести разговор с людьми. А люди идут на такой разговор с готовностью, даже если видят, что человек, претендующий на лидерство в стране, руководствуется не только общими интересами, но и собственными амбициями.

Наблюдения за интернет-пространством показывают: подобные процессы заявляют о себе и в других пабликах, с другими лидерами. Не так громко, не так амбициозно, не так эффектно и эффективно, но заявляют. Средства массового межличностного общения все чаще берут на себя функции институциональных СМИ. Да, активистам СММО не хватает журналистского профессионализма, не хватает легитимности и ответственности за качество материалов,

у них нет институциональных полномочий. Сила их состоит в другом: они чувствуют себя свободными. Независимые от власти и подчас не понимающие до конца ее назначения, они позволяют себе говорить с ней без пиетета, на равных, особо не выбирая выражения в момент нелицеприятной критики. Поэтому их конкурентоспособность растет. А вместе с ней растет их влияние на формирование контента информационного поля страны, снижая доверие к информационным потокам, создаваемым институциональными СМИ. Им, встроенным в систему управления общественной жизнью, в целях спасения репутации остается только все выше поднимать свои хоругви, на которых написаны, как заповеди, профессиональные стандарты, гарантирующие обществу надежность журналистской информации. Увы, поддержать такие гарантии им удастся не всегда... Разве можно было в этих условиях избежать конфликта между СМИ и СММО?

Конечно, конфигурация столкновения могла быть иной. Обладая Алексей Навальный большей дальновидностью, большей выдержкой, большим уважением к профессиональным журналистским стандартам — он бы не стал лихорадочно спешить с наездом на «Ведомости»; не стал бы приплетать политические шашни владельца газеты к критике редакции за невнимание к коррупции в верхних эше-

ОБЛАДАЙ АЛЕКСЕЙ НАВАЛЬНЫЙ БОЛЬШЕЙ ДАЛЬНОВИДНОСТЬЮ, ОН НЕ ПОЗВОЛИЛ БЫ СЕБЕ ОГУЛЬНО ОБОЗВАТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЖУРНАЛИСТОВ ТРУСЛИВЫМИ МУРЗИЛОИДАМИ

лонах власти; не позволил бы себе огульно обозвать профессиональных журналистов трусливыми мурзилоидами. Обладая большим чувством достоинства сотрудники «Ведомостей», не стали бы они беспомощно оправдываться на сайтах в том, что обязаны были делать — и не только по требованию закона и нормативам «Догмы», но и по внутреннему побуждению в силу профессионального долга. Подумай Татьяна Лысова о том, что она для журналистской тусовки не просто руководитель политической службы «Интерфакса», но и недавний главный редактор «Ведомостей», сделавший газету достойнейшим из деловых изданий, она никогда бы не унилась до того, чтобы бросить Навальному оскорбительное бранное слово. Но вышло так, как вышло, и это показатель уровня культурного, политического, этического развития участников конфликта. ❧



Фотографы обычно
ОДИНОКИ

Но иногда они сбиваются в стаи, и тогда жизнь кипит.
Как на «Фотопараде» в Угличе

Звучит это непривычно, но фотограф одинок, он всегда по другую сторону камеры, смотрит со стороны, никогда не выходит на сцену, то есть в кадр.

Посудите сами, где фотографы могут встретиться? На съемке, если их там оказалось несколько, в редакции, в пресс-туре? Да, но в пресс-туры не всегда попадаешь, в редакции фотокоры не толпятся, на съемке — работа мешает. Остаются фотофестивали — именно там встречаются одиночества! Встречаются, общаются, отдыхают и учатся: это не только фототусовки, но и хорошие площадки для обучения.

В августе в Угличе, районном центре Ярославской области, уже в 12-й раз прошел «Фотопарад». Первый провели для повышения туристической привлекательности Углича, но очень быстро он стал фотографическим явлением большого масштаба. Основа праздника — выставки, лекции и мастер-классы признанных мастеров. Более 800 участников из России, Германии, Дании, Казахстана, Украины, Молдовы и Белоруссии прошли парадной колонной по центральной улице Углича к Дому кино, ставшему центром фестиваля.

Основной темой двенадцатого «Фотопарада» стала современная фотография. Нельзя сказать, что тема оригинальна, но подана в этом году она была очень хорошо: вместила в себя и фотопроекты, и блиц-конкурсы, и лекции по фотожурналистике, и мастер-классы по съемке спорта (снимали тренировки команды аквабайкеров), портрета и моделей.

Впервые был организован конкурс фотоклубов. Казалось бы, что они ушли вместе с советской эпохой, оказывается — нет. В Углич приехали 11 фотоклубов! Мне понравились работы детского фотоклуба «Творческая академия «Яблоко» из столицы Казахстана Алматы. Москвичи удивили появлением нового клуба «А-2», в котором состоят многие известные фотографы. Клуб начнет занятия в сентябре.



Более 800 участников «Фотопарада» в Угличе из 40 городов и 7 стран прошли колонной по центральной улице города



Фотограф Юлия Замятина получает ценные советы от Евгения Уварова на портфолио-ревю

Участнику хотелось разорваться на две-три части, чтобы успеть туда, где интересно. Многие приехали в Углич для того, чтобы встряхнуть свои фотографические мозги, чтобы в общении с мастерами и коллегами увидеть что-то новое, зарядиться творческой энергией, подхлестнуть свои амбиции. В этом я вижу основную заслугу



ПРОФЕССИЯ | фотошкола

МНОГИЕ ПРИЕХАЛИ В УГЛИЧ, ЧТОБЫ ВСТРЯХНУТЬ СВОИ ФОТОГРАФИЧЕСКИЕ МОЗГИ, ПООБЩАТЬСЯ С МАСТЕРАМИ И КОЛЛЕГАМИ, ЗАРЯДИТЬСЯ ТВОРЧЕСКОЙ ЭНЕРГИЕЙ, ПОДХЛЕСТНУТЬ СВОИ АМБИЦИИ

угличского «Фотопарада». Он не один в нашей стране, но он — из самых ярких и интересных.

Для меня наибольший интерес представляли лекции мастеров фотожурналистики. Думаю, вы согласитесь, что шанс поговорить с признанным мэтром в обычной жизни крайне мал, а на таком фотопразднике это сделать легко. Валерий Мельников, фотокорреспондент МИА «Россия сегодня», дважды лауреат World Press Photo, показал свои съемки из Донбасса, рассказал про трудности работы в экстремальных условиях. Не военные, но вполне экстремальные условия были темой беседы Виктора Лягушкина, постоянного автора National Geographic, специалиста мирового уровня по съемкам в пещерах и подводном мире. Запомнилось и выступление Георгия Пинхасова, единственного отечественного фотографа, работающего в знаменитом фотоагентстве Magnum. Пинхасов, от которого ждали подробностей о технике, о свете и цвете в его снимках (он признанный мастер цвета), говорил о том, что время одиночных снимков уходит, телевидение и интернет напрочь лишили народ интереса к таким снимкам. Сейчас интересны фотопроекты, над которыми работают долго и упорно. А потом поразил всех, сказав, что очень много снимает на айфон.

На айфон снимает и Дмитрий Марков, ставший для меня открытием — его персональная выставка под «сетевым» названием «#Черновик» поражает снимками простой жизни наших людей, столь далекой от телевизионной картинки. Он еще и хорошо пишет, что большая редкость для фотографа. Живет Марков в Пскове, издал книгу с таким же названием и продолжает снимать провинциальную в основном жизнь...

О жизни агентских фотокоров, об организации съемок Олимпийских игр, чемпиона-



ТОРЖЕСТВЕННОЕ ОТКРЫТИЕ «ФОТОПАРАДА», В РАМКАХ КОТОРОГО ЗА ПЯТЬ ДНЕЙ БЫЛО ПРОВЕДЕНО 24 ЛЕКЦИИ, 36 МАСТЕР-КЛАССОВ И 11 ВЫСТАВОК

тов мира, политических саммитов рассказал в своей лекции Константин Лейфер, глава «Фотохроники ТАСС». Поразительно, как ускорилась жизнь в фотографии: от щелчка затвора до появления снимка на ленте агентства проходит минута-другая, иногда 20-30 секунд. О фотослужбе журнала говорил Валерий Дзялошинский, директор фотослужбы «Русского репортера». Он отметил, что журнал охотно печатает хорошие снимки, которые приходят «самотекстом», но трудное финансовое положение нашей «бумажной» прессы мешает достойной оплате таких публикаций. Добавлю от себя: публикации сейчас не являются средством заработка, это вопрос удовлетворения творческих амбиций и ступеньки в репутации — напечататься в «Русском репортере» весьма почетно. Важнейшей частью «Фотопарада» было портфолио-ревю, на него записывались заранее, ка-

**«ФОТОСУШКА» —
ТРАДИЦИОННОЕ
НАЗВАНИЕ
ДЛЯ ЭКСПРЕСС-
ФОТОВЫСТАВОК
НА УЛИЦЕ**





ждому отводилось 15 минут, за которые надо показать свои снимки, выслушать мнение мастера и успеть поспорить с ним. Многие выходили в слезах — Гаврилов обругал, Вяткин говорил «снимай шире», но очень многим общение с мастерами давало новые изобразительные ходы, а то и полностью меняло концепцию серии.

Были в Угличе и выставки, в которых сливались документализм и арт, — это четкая тенденция современной фотографии, отходящей от сиюминутной информативности (телевидение и соцсети давно обставили нас в оперативности). Ярким примером такого сплава стала экспозиция «Точка на карте» (с темой «Возможность будущего»). Куратором ее был уже упомянутый Валерий Мельников. Гран-при присудили фотопроекту «Сезоны Веры» белорусского фотографа Татьяны Ткачевой. Он сделан по лекалам современных требований к снимкам и тексту. Проект о 91-летней женщине, жизнь которой предстает через ее одежду, вызвал ожесточенные споры среди мастеров: где тут работа фотографа? где свет, где интересный ракурс?

Нельзя обойти вниманием участие в «Фотопараде» фирмы «Олимпус», известной своими беззеркальными камерами с превосходной оптикой. На ее стенде можно было взять напрокат любую камеру и объектив и попробовать в реальной съемке. В этом году в Угличе появился конкурент и партнер — «Панасоник». Две эти фирмы совместными усилиями создали систему взаимозаменяемых камер и объективов. Думаю, что после Углича многие задумаются о переходе на новый инструмент — беззеркалки.

Я не один такой счастливый — «Фотопарад» в Угличе вдохновил и московского фотографа Наталью Макарову: «Для меня главной задачей в этом году было привезти в своей голове новые мысли, избавиться от стереотипов. Увидеть, что фотография не ограничивается одной лишь документалистикой. Сходить в гости к тем, о ком я хочу рассказывать в своих фотографиях. Конечно, времени снять историю не хватило, но мы замечательно пообщались — для меня это было главное. Как счастлива я была всех видеть! Даже встретила того, кого не ожидала». ✂



Неуместное украшательство

Довольно часто редакции изданий, выходящих на национальных территориях, путают понятия «журналистика» и «просвещение». Заложником своеобразности становится и оформление

Тут уж либо рыбку съесть, либо на мель сесть. Если газета не имеет специализации, скажем, исключительно по фольклору или продвижению национальных традиций, то какой смысл превращать ее в выставку орнаментов и узоров? А ведь многие так и поступают. Причина на поверхности — оформительно подчеркнуть колорит или особенность издания. Но, вы уж извините за вторую поговорку, хлеба к обеду в меру бери. Аутентичность издания — это действительно важный показатель. По внешнему виду газеты должно быть видно, где и для кого она издается. Но ведь это совершенно не значит, что надо испещрять полосы национальными узорами. Выглядит это украшательство как минимум неуместно. Слово пожелтевшие от времени вязанные крючком накладки на телевизорах.

В конце концов, газета издается не для любителей обрядов и костюмов. Мы же занимаемся журналистикой. А значит, ключевая своеобразие и узнаваемость издания должна быть в иллюстрациях, связанных с текущей новостной повесткой и местными жителями. Читатель прежде всего должен видеть в газете «себя» — узнаваемые места, знакомых людей, с которыми он может себя ассоциировать, и да — буквально себя в том числе. Собственно, ради новостей газета и выходит. Узоры человек может посмотреть в специализированном издании или в музее. Там им и место.

Если уж действительно есть обусловленная потребность в использовании национальных узоров и орнаментов, то вполне можно обойтись какой-нибудь яркой, но скромной деталью в оформлении логотипа или колонтитула. Вот тут как раз есть смысл проявить вкус и придать ему характер, шарм. Как девушка, выводящая над губой «мушку». Причем есть замечательные примеры того, как это можно делать. Например, оформление главной газеты Чукотского автономного округа «Крайний Север». Замечательный логотип ручной работы, ярко показывающий место издания. И неровные линии колонтитулов в виде местного ландшафта — сопки и тундры. Этого вполне хватает, чтобы подчеркнуть своеобразие газеты. Ни-



каких орнаментов и узоров. Или удивительный пример использования в логотипе «истасканного» шрифта у газеты Ненецкого автономного округа «Наръяна вындер» («Красный тундровик»). Логотип сделан на основе всем известного шрифта Granit. Ни одному дизайнеру, казалось бы, в голову бы не пришло поступить так просто с логотипом издания уникальной национальной территории. Но он, как ни странно, «вошел» очень органично и стал по сути фирменной маркой газеты.

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ШРИФТЫ

Отсутствие шрифтов с символами национальных языков действительно было бичом для многих изданий. Одни дорисовывали, как умели, буквы в шрифтовых редакторах. Другие просто подменяли национальные символы

**БАШКИРСКАЯ
ГАЗЕТА «УРАЛЫМ»**
из Челябинской области больше похожа на одноразовый выпуск подарочной обертки к национальному фестивалю песни и пляски, чем на новостное издание

Проблема национальных изданий до сих пор — тотальная бедность шрифтов. Если раньше, когда гарнитур с символами национальных языков практически не существовало, это было объяснимо, то теперь такая шрифтовая скудность выглядит как минимум странно

русскими буквами, по сути искажая язык. Наконец, в конце 90-х годов появился скудный набор шрифтов для национальных территорий, сделанных в Юникоде. И это породило две беды — ограниченную шрифтовую гамму (редакциям приходилось сочетать несочетаемое — Балтику и Прагматику) и программную нефункциональность использования из-за кодировки.

Наконец, в 2009 году российская компания «Паратайп» при финансовой поддержке «Роспечати» создала вполне достойную общедоступную шрифтовую пару PT Sans и PT Serif с открытыми лицензиями — шрифты, содержащие символы всех национальных языков России. Но до сих пор их применение в национальных изданиях не получило массового характера (скачать шрифты можно на сайте «Паратайпа» по ссылке paratype.ru/public).

Теперь же стало еще проще с появлением общедоступных шрифтов Google с аналогичными открытыми лицензиями, где у многих гарнитур также есть символы многих национальных языков (подобрать и скачать шрифты Google можно по ссылке fonts.google.com).

Мало того, при подборе шрифтов можно воспользоваться шрифтовым интернет-магазином MyFonts (myfonts.com/home). Вам достаточно выбрать несколько критериев для выбора (например, «sans» или «serif» и «cyrillic»), набрать в окне тестовой фразы все недостающие в русском алфавите символы вашего языка и нажать на поиск.

В ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Понятно, что зачастую «отцами» орнаментов в газетах являются не сами журналисты, а учредители изданий — администрации и правительства. Требовать от чиновников «не городить огород» довольно проблематично. Ведь для них достаточно часто газета — это не носитель новостей, а просто выставочная и пропагандистская площадка. Поэтому весь вопрос в вашем умении, а главное, желании убеждать. Убеждать, что вовсе не узорчики хранят национальные традиции и язык. Единственными хранителями всех национальностей и народностей являются люди. А людям нужны настоящие, журналистские газеты.

2

СОНУННАР

КЫЫМ

2017 с. ыам ыйын 18 күнэ, чэппиэр
19 № (22316)

www.kyym.ru
kuumsakha@mail.ru

Тутааччылартан ирдэбил күүһүрдэ

Хаарбах дьыалэр олохтоохторун санга дьыэбэ көһөрүү тус сыаллаах бырагыраамата 70 % туолбут. Өрөспүүбүлүкэ 15 оройуонугар кыраапыктан хаалыы бэлиэтэнэр. Баар кыһалбаны ыам ыйын 16 күнүгэр Ил Дархан Егор Борисов кыттыылаах улахан муньаха кэспэтиллэр.

2012 с. тохсунньугар диэри хаарбаһынан билиниллибит дьыалэри көһөрүү федеральнай бырагыраамата балаһан ыйын 1 к. түмүктэнэр. Уопсайа 234 тыһ. кв. м изнээх 244 элбэх кыбартыраллаах олохтор дьыэ туолулубут. 21 тыһынантан тахса олохтоох санга дьыэлэммит. Күн бүгүн 168 тыһ. кв. м изнээх 138 дьыэ туолула турар.

2014 с. балаһан туолуута — 96 %. 1,5 сүл курдугунан үс оройуон — Нурба, Уһаа Бүлүү уонна Мириинэй — хаалан иһэлэр. Кинилэргэ 5 тыһ. тахса кв. м изнээх 6 эбийиэк туолуутааҕа тартыллыбыт. 2015 с. түһүмэх туолуута — 72 %. Уопсайа 12 оройуонга 30 дьыэ ситэриллэ илик. Ордук уустук балаһыаньа Нерюнгри Серебряный Бор бөһүөлүгэр баар. Онно 11 дьыэ 64 % онгоһуллан турар. Ленскэйгэ — 3, Сангаарга, Чульманга, Нерюнгрига, Булүүгэ, Эдьидиканга уонна Өлүкүмүбэ — иккилии эбийиэк туолула турар.

Егор Борисов Серебрянай Борга үлэлиир “Рост” хампааньа экс-директэрэ Алексей Бураковка кытаанах ыйытыгы туруорда. “Дьон эрэлин тоҕон, үлэтитин мэкэтиэлэбит болдьоһуугар бүтэрбэтигит. Генеральнай борокуратуураҕа ытгар испииһэпкэр бири бастахынан

та. Оттон тэтимнээх дуобакка иккис төгүлүн бастын дуобатчытынан ааттанна. Санаттахха, бу сырыга турнирга 8 дойдуттан 38 дуобатчыт кытынна. Онно биһиги кыыспыт — кыайылаах! Эвэрде!

Оттон Владимир Балеңец пауэрлифтинга Арасыйаа чөмпүйэнтэтигэр кыттан, эмиз чабылхай ситиһилэннэ. Владимир хас биридии сана сабалааччы спортсменга, доруобууларынан аһабырылаах дьонго күүстээх санааны, дьулууру биэрэр, холобурга сылдьар киһибиһт буолар. Бу кэнники күрэх ыам ыйын сабалаһыта тирэнэр-хамсанар аппарааттарын үлэтэ кэһилииллээх дьон ортотугар ытыллыбыта. Кэрэхсэбиллээх, кинини кытта Саха сириттэн кыттыбыт Роман Устюжанин бэһис миэстэни ылан, Арасыйаа успуордун маастарын нуорматын эрэллээхтик толордо.

Кыайылаахтары Ил Дархан Егор Борисов эбэрдэлээтэ.

Эмчиккэ махтанар аахсыяа

“Саха сиринээби мэдиссиинэ палаатата” НКО, “Ситим” медиа-бөлөх көбүлээһиннэринэн, “Арасыйаа Почтата” ФГУП “СахаМедиа” кыттыларынан, бу кулун тутар ыйтан “За счастье жить благодарю!” Аахсыяа биллэриллибитин билиһиннэрэн турабыт.

Аахсыяа кыттааччылар Почта хайа баһарар отделениетыгар тийэн, эмтэммит быраастарыгар, сисэрээрлэригэр, быһата, үрүн халааттаах ааньал-

“Көс олохтоох ыал” ыстаатыстаны туһунан

Бырабытталыстыба бэрэссэдээтэлэ Евгений Чекин муус устарга “Саха сирин көс олохтоох ыалын ыстаатыһын биэри бэрээдэгин туһунан” уураабы таһаарбыта.

Манньк ыстаатыс хоту сиргэ олохтоох олоһурут хаһаайыстыбаннай үлэнэн дьарыктанар, сүл устата таба мэчирэһин батыһан, көһө сылдьан олохтор табаһыт дьыэ кэргэнгэ бэриллэр. Билигин таба иитэр муниципальнай оройуоннарга көс ыал аһсаанын чопчулур үлэ бара турар. Көс олохтоох ыалларга чэпчэти көрүллэрин быһытынан, күүтээчи элбэх. Манньк дьонноох, ыалаах буолан, төрүт хотугу дьарык күн баччатыгар диэри кэллээ. Кинилэри өйүүхө наада.

Сабалааһыны өйүүбүт!

Саха сирин аар-саарга аатырдыбыт түөрт Гинесс рекордун тэрийсипит Дьокуускай куорат Уопастыбаннай палаатата, Дьокуускай куорат дьаһалтатын култуураа управлениета быйылгы Туймаада ыһааһа саҥа рекорду олох-





ГЛАВНАЯ ГАЗЕТА ЧУКОТСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА — пример аккуратного подхода к подчеркиванию своей своеобразности



Никаких кичливых и показных узоров и орнаментов. За аутентичность отвечают логотип и подача колонтитула в виде рельефа



Еще один пример лаконичной визуальной локализации издания. В колонтитуле татарского издания районной газеты Лениногорска «ЗАМАН СУЛЫШЫ» представлен лишь фрагмент национального орнамента



Удивительный пример газеты Ненецкого автономного округа «НАРЬЯНА ВЫНДЕР». Удивительный, потому что в качестве визуальной локализации редакция использовала в логотипе давно избитый шрифт Granit (больше ассоциирующийся со сказами Бажова). Как ни странно, логотип «заиграл»



Один раз пишем — семь раз сокращаем и вычищаем



РЕЧЕВЫЕ КЛОПЫ И СМИ КАК ИСТОЧНИК ЗАРАЖЕНИЯ

Любой текст всегда можно улучшить с помощью очень простого приема — решительно сократив его и заменив заковыристые слова на человеческие. Думаете, это преувеличение? Да, эмоциональные выражения, оценочные суждения, уместные сравнения и яркие, неизбитые метафоры украшают и речь, и художественный текст. Но неправильные и избыточные слова и обороты в предложении — «как клоп на белой блузке», говоря словами великой Фаины Георгиевны Раневской.

На практике это выглядит так.

АВТОР:

Приступая к разработке проекта интерьера, дизайнеры рассматривают концепцию оформления дома в ключе удобства для хозяина.

РЕДАКТОР:

Разрабатывая проект, дизайнеры стараются сделать интерьер дома максимально удобным для жильцов.

АВТОР:

Тренер озаботился оптимальным подходом к решению проблемы психологического состояния игрока...

С трудом находим смысл:
Тренер постарался справиться с психологическим состоянием игрока.

АВТОР:

Всем известно, что в настоящее время все больше людей страдают нарушениями сна, что подтверждает и статистика.

Тезис «всем известно» спорен и бездоказателен. Выражение «в настоящее время» — устойчивый штамп, не несущий никакой информации. Его тоже можно смело выбрасывать.

РЕДАКТОР:

Статистика сообщает: за пять лет количество людей, страдающих нарушениями сна, увеличилось втрое. (Автору указать конкретные данные.)

Еще одна типичная ошибка — добавление лишних слов в устойчивые обороты.

- Мы понимаем о том, что...
- Мы показываем о том, что...
- Нужно пояснить о том, что...
- Уточняем о том, что...

О чем-то можно мечтать, думать, рассказывать.

Понимать — что?

Показывать — что?

Пояснять — что?

Уточнять — что?

О том здесь лишнее.

ПРАВИЛЬНО:

- Мы понимаем, что...
- Мы показываем, что...
- Нужно пояснить, что...
- Уточняем, что...

Увы, часто средства массовой информации становятся источником таких «речевых клопов». Автор написал или сказал — редактор не исправил — читатель-слушатель подхватил.

В объявлениях о вакансиях встречаются и вовсе дикие обороты:

- Что надо уметь: мочь в фотошоп (а то и в видео).
- Что требуют: грамотный русский язык, уметь в аналитику аккаунтов.

Непонятно, зачем этим ребятам требуется грамотный русский язык...

ПРЕДЛОГИ ХОДЯТ ПАРОЧКАМИ

Приходилось вам слышать и читать такое?

- Мы выехали с Москвы рано утром.
- Он приехал с Владивостока.
- Мы с района на окраине города.

Наверняка. Ошибка очень распространена. Хотя правило простое: предлог «из» антонимичен предлогу «в» и составляет с ним своеобразную пару. Предлог «с» антонимичен предлогу «на». И тоже очень просто запомнить эту парочку.

в — из

с — на

Итак, мы говорим и пишем:

- в город — из города
- в район — из района

Варианты «с города», «с района» — просторечные.

СПРАШИВАЕМ ИЛИ ОТВЕЧАЕМ?

Заголовки в текстах могут вопрошать или давать ответ. И даже если вопрос риторический, то есть не требующий ответа, в нем уже есть намек на какой-то вывод или рассуждение. Например: «А если это любовь?»

Так когда же знак вопроса необходим?

- Как сделать ванную комнату уютнее и комфортнее?
- Сколько стоит ремонт в стиле ар-деко?
- Какие материалы выбрать для отделки фасада дома?

Все эти вопросы требуют, конечно, соответствующего знака в конце предложения. Но при условии, что вы их задаете кому-то и рассчитываете получить ответ. Если же это заголовки статей, в которых вы сами дадите подробную информацию на заявленную тему, знак вопроса не нужен.

ПРАВИЛЬНЫЕ ЗАГОЛОВКИ:

- Как сделать ванную комнату уютнее и комфортнее
- Сколько стоит ремонт в стиле ар-деко
- Какие материалы выбрать для отделки фасада дома

Заголовок готов, теперь пишем статью, объясняя всё хорошим языком. А потом перечитываем, вычищаем, сокращаем...

ПОСТСКРИПТУМ:

Кстати, а вы были в отпуске этим летом? Или в отпуску?

В отпуске — вариант предпочтительный, в отпуску — допустимый, но разговорный. ❧

РАЗБОР: ИННА ТИМЧЕНКО, журналист, редактор, преподаватель

Пышным российским девушкам ничего не мешает выйти на улицу в нижнем белье¹

Г Модные тенденции поражают обилием непредсказуемых предметов одежды²

Не так давно вся страна обсуждала видео³ с девушкой из Геленджика, в котором юная красавица демонстрировала формы в смелом образе вместо купальной одежды⁴. Теперь обсуждению подверглась женщина пышного формата⁵, которая на отдыхе в Сочи позволила себе отправиться за сувенирами в откровенной одежде: стрингах и топе⁶.

Фото женщины появилось в Интернете, где сразу возмущенные пользователи оставили недовольные комментарии⁷.

Сама героиня не стеснялась своего внешнего вида и невозмутимо делала запланированные покупки⁸.

— Если к нам обратится гражданин, которого подобное зрелище не устроит, мы обязаны отреагировать, — сообщила СМИ начальник пресс-службы ГУ МВД РФ по Краснодарскому краю, майор внутренней службы Мария Пирогова. — Но пока таких обращений в полицию не поступало⁹.

Администрация курортных городов¹⁰ борется с нарушителями эстетического порядка¹¹ только при помощи предупреждающих надписей¹², помня, что каждый отдыхающий приносит свою долю прибыли в бюджет края¹³.

— Наши старания, равно как и старания рестораторов, работников культуры, нельзя назвать борьбой. Туристы же — гости! Мы очень вежливо стараемся разъяснить туристам, что ходить без одежды неприлично¹⁴, — сообщили представители мэрии.

Стоит отметить, что мода на откровенные купальники устарела. Загар, конечно, ложится лучше, когда поверхность кожи наи-



1. В принципе после такого заголовка можно поставить точку и не продолжать: интриги нет, проблемы нет, вопросов нет

2. Что мы видим в лиде? Нам обещают рассказ про непредсказуемые предметы одежды, порожденные модными тенденциями. Но это обман читателя чистой воды! Трусы-стринги — один из самых предсказуемых предметов женского гардероба. Кроме того, автор в конце материала сообщает, что откровенные купальники — давно уже не модная тенденция. Выходит, вместо факта в лиде нам подсунили фактоид. А вместо анализа факта — эмоции и оценку.

3. Неуместное обобщение: даже если только я не обсуждала это видео, а я в первый раз о нем слышу, то уже не вся страна это делала.

4. Непереводимая игра слов: вместо купальника на девушке «формы в смелом образе», почти как у Жириновского: мама — русская, отец — юрист.

5. Не знала, что женщин отформатировали.

6. На фото не топ, а обычный верх от купальника.

7. Эта ошибка называется «плеоназм», или языковая избыточность: если пользователи возмущенные, то комментарии, само собой, у них недовольные. Надо оставлять только одно экспрессивное прилагательное.

8. Никто не может утверждать, что это было именно так: у «героини» не брали комментариев. Откуда известно, что покупки у нее «запланированные», а не спонтанные по пути на пляж или с него? Может

более открыта для солнечных лучей¹⁵, но чувство собственного достоинства должно быть все-таки важнее.

Городской интернет-портал «Sochi.com»



ЗАКЛЮЧЕНИЕ ЖУРНАЛИСТА:

Главная проблема этой заметки состоит в том, что информационный повод, что называется, из пальца высосан. Фотография курортницы в непрезентабельном виде не может стать информационным поводом для материала. Сколько у нас разных «фриков», возмущающих вкус рядового обывателя? Не сосчитать! Про каждого теперь заметку в СМИ писать? Так СМИ недалеко скатиться до уровня анонимного чата с местными сплетнями, типа «Подслушано». О чем можно было бы порассуждать? О курортном дресс-коде как таковом и необходимости разработать памятку для туриста. О том, что эпатаж уместен дома за закрытыми дверями. О том, как работать с туристами, чтобы их поведение не вызвало конфликт с местными жителями. Все остальные проблемы текста вытекают из этой: автору попросту было не о чем писать. ❌

быть, женщина потеряла на пляже одежду и зашла в лавку за палантином, чтобы прикрыть то, что всех так возмутило.

9. А вот тут и вовсе нехорошая история. Комментарий просто-напросто «скопипастили» из материала «Комсомольской правды» под заголовком «В Сочи туристка с пышными формами вышла на рынок в кружевных стрингах» от 31 июля, который опубликован на сутки ранее разбираемого текста. И без указания источника.

10. У всех курортных городов одна администрация?

11. Еще один бич современной журналистики — обилие эвфемизмов в текстах. Как устоявшихся, типа «лица с ограниченными возможностями», так и новых, авторских. Вот уже обладательница полуголой попы в магазине превратилась в «нарушителя эстетического порядка». Почти как в Административном кодексе, только что такое «эстетический порядок» — никто не сможет объяснить.

12. Еще один эвфемизм — речь идет об объявлениях, в которых туристов просят появляться в общественных местах в одежде.

13. Здесь наблюдается нарушение логики: местные власти борются с бескультурьем туристов только теми способами, какими могут, — развешивают объявления, вызывают к совести. И не потому, что каждый турист — это деньги в бюджет, а потому, что у официальных лиц нет иных рычагов воздействия на плохо и мало одетых отдыхающих по закону.

14. Опять цитата, «позаимствованная» из чужой статьи. И снова без указания источника. Впрочем, автор этого материала не указан, и можно допустить, что оба они написаны одним и тем же автором, но для разных редакций.

15. Такой финальный вывод переводит текст из разряда «социальные проблемы» в разряд «тексты о моде и красоте». То есть разговор неожиданно приобретает совершенно иную тональность. А если бы мода на стринги была в самом разгаре, то проблема, поднятая автором в материале, была бы уже не достоянием внимания?



ВЛАДИМИР ВОЙНОВИЧ НА КНИЖНОЙ ЯРМАРКЕ NON/FICTION №19 В МОСКВЕ. 2017 ГОД

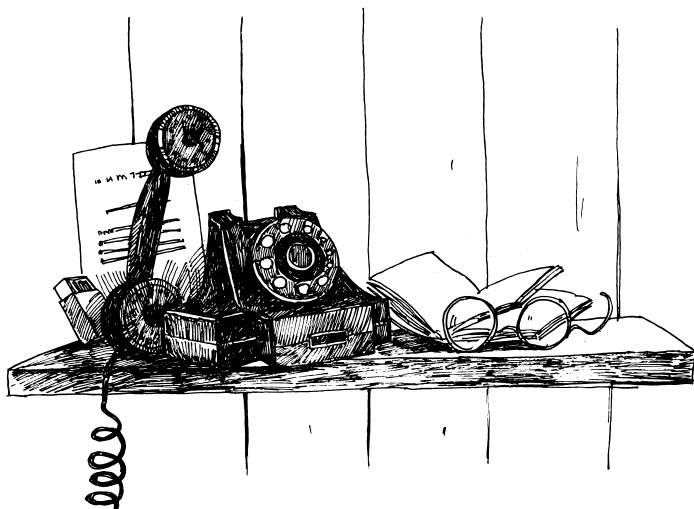
Отечество осталось. А пророка больше нет

Многонациональная российская литература и многострадальная русская сатира как составная ее часть понесли едва ли восполнимую утрату. 27 июля 2018 года ушел из жизни Владимир Войнович. Владимир Николаевич прожил долгую и удивительную жизнь — родился он в 1932 году в городе Сталинабаде Таджикской ССР (в чем разом сошлись и ирония, и драма), но уход его можно считать безвременным, потому что мы заблудились во времени. Как написал другой поэт, «какое, милые, у нас тысячелетие на дворе?» Без Войновича нам будет гораздо труднее в этом разобраться.

В строгом смысле слова Войновича нельзя назвать фельетонистом. Хотя он и написал роман-фельетон, а также роман-анекдот и роман-предсказание (язык не поворачи-

чивается назвать антиутопией то, что сбывается на наших глазах: Гениалиссимус, живущий в космосе, но вникающий во все вопросы; КПГБ — коммунистическая партия государственной безопасности; церковь как ее младшая сестра, обязательным условием существования которой является отказ от веры в Бога; три кольца враждебности; ликвидация смертности путем высылки инвалидов и пенсионеров — да чего там, самое время перечитать «Москву-2042»).

Рана еще слишком свежа, а боль слишком ощутима, чтобы пускаться сейчас в разбор творчества Владимира Николаевича. Просто приведем здесь три его открытых письма, отметив, что дар автора преобразил этот унылый обычно эпистолярный жанр в замечательные образцы политической сатиры.



СОВЕРШЕННО СЕКРЕТНО!

МИНИСТРУ СВЯЗИ СССР Т. ТАЛЫЗИНУ Н. В.

Уважаемый Николай Владимирович!

С глубочайшей тревогой довожу до Вашего сведения, что в возглавляемой Вами отрасли народного хозяйства скрывается враг разрядки международной напряженности, захвативший ответственный пост начальника Московской городской телефонной сети.

Вот как мне удалось его обнаружить.

20 сентября сего года, решив воспользоваться услугами, предоставляемыми телефонной сетью своим абонентам, я позвонил в г. Бостон (США) своему личному другу, поэту Науму КОРЖАВИНУ, и провел с ним разговор, содержание которого передаю приблизительно.

— Алло, — сказал я поэту Коржавину.

— Хеллоу, — отозвался он.

— Как живешь?

— Ничего. А ты?

— И я ничего.

В столице нашей Родины был день. Светлый день десятой пятилетки. Наши люди в порыве трудового энтузиазма возводили новые здания, управляли различными механизмами, варили сталь и давали стране угля.

В то же самое время в городе Бостоне была, естественно, ночь. Под покровом темноты орудовали шайки гангстеров, пылали факелы ку-клукс-клана, дымилась марихуана, неудержимо падал курс доллара, потерявшие надежду безработные заходя выстраивались к бирже

труда в такие длинные очереди, какие у нас бывают только за коврами и колбасой.

Очевидно, подавленный этой гнетущей обстановкой, а может, просто спросонья поэт Коржавин на мои вопросы отвечал вяло и невпопад.

— Как Люба? — спрашивался я о здоровье его жены.

— Люба? — переспрашивал он с бестолковостью, соответствовавшей его отсталому мировоззрению. — Люба спит. А как Ира?

Думаю, Вам приятно будет узнать, что руководимая Вами система работала превосходно. Слышимость была такая, как будто сонный поэт Коржавин сидит не на противоположной стороне планеты, а где-то совсем рядом. Наш разговор, сам по себе не представлявший никакого интереса для постороннего уха (так мне казалось), был тем не менее красноречивым подтверждением того, что мы живем в эпоху разрядки международной напряженности, когда сближаются континенты, когда контакты и обмен информацией (пусть даже пустяковой) между людьми стали не только доступны, но и поощряются странами, подписавшими соглашения в Хельсинки.

Увы, торжество разрядки длилось недолго.

Утром следующего дня, сняв телефонную трубку, я с огорчением отметил, что она молчит как рыба. «Что-то сломалось», — сказал я себе и пошел к ближайшему автомату.

— 151-28-53? — очаровательным женским голосом переспросило бюро ремонта. — Это ваш телефон?

— Мой.

— Выключен за хулиганство.

Я растерялся и положил трубку. Но потом позвонил опять:

— Простите, может быть, я ослышался... за что выключен?

— Это ваш телефон? — снова спросили меня.

— Нет, не мой, — ответил я на этот раз.

— Выключен за неуплату.

Вопреки репутации хулигана я старался быть вежливым:

— Только что вы назвали другую причину. Пожалуйста, подумайте и ответьте поточнее, за что выключен мой телефон.

Кажется, она была смущена. А может, и нет.

— Ваш телефон выключен по распоряжению сверху.

— С какого примерно верху?

— А то вы не знаете?

— Я не знаю.

— Странно. — Она мне явно не верила. — Тогда позвоните по телефону такому-то, там вам скажут.

Я позвонил по телефону такому-то, а потом еще по какому-то, а потом еще, еще и еще. Лица, с которыми я говорил, отказывались называть мне свои должности и фамилии, отвечали загадками и намеками на то, что я сам все хорошо понимаю (хотя я не понимаю), и вообще у меня было такое ощущение, что я звоню не на телефонный узел, а в какую-то подпольную организацию. С невероятным трудом мне удалось все-таки выяснить, что телефон мой отключен по распоряжению начальника Московской городской телефонной сети Виктора Фаддеевича ВАСИЛЬЕВА. Но за что?

Вот сижу я, любезнейший Николай Владимирович, в своей отрезанной от всего мира квартире и задаюсь этим самым вопросом: за что?

Ну, насчет неуплаты — это, конечно, ложь. Услуги, оказываемые мне органами связи, я оплачиваю всегда самым аккуратнейшим образом. Мой портрет как одного из самых примерных плательщиков Вы могли бы смело повесить в своем кабинете или даже на улице перед зданием Вашего министерства.

Хулиганство? Но почему тогда меру наказания определяет не суд, а телефонный начальник? И что будет, если его примеру последуют начальники электричества, лифта, газа, водопровода, канализации? Это же курам на смех!

Это же может просочиться в газеты. Это может стать достоянием падких на сенсации западных «голосов» и армянского радио.

И в чем выразилось мое хулиганство? Поэту Коржавину я ничего хулиганского не сказал. Вы можете позвонить ему и проверить, если, конечно, не боитесь, что и Ваш телефон после этого замолчит. (Впрочем, я думаю, у Вас есть несколько телефонов, и если даже один из них окажется отключенным, Вы сможете временно пользоваться другим.) Может быть, хулиганством считается сам факт разговора с другой страной? Для чего же тогда предоставляются абонентам подобные хулиганские услуги?

Ответ «сами знаете» также не кажется мне удовлетворительным. Я не знаю, Николай Владимирович.

Даже при свойственной мне самокритичности я не могу усмотреть в своих действиях ничего хулиганского. А вот то, что Ваш подчиненный Васильев подслушивает чужие разговоры, лжет сам, заставляет лгать других и лишает людей возможности общаться между собой, это и есть самое настоящее хулиганство. Ну, можно подобрать и другие определения: беззаконие, произвол, самодурство — не знаю, что Вам больше по вкусу.

Дело, однако, не в определениях. Дело в том, что существуют (может быть, Вы слышали) так называемые права человека, согласно которым человек имеет право не только, как поется в песне, «на ученье, отдых и на труд», но также и на другие мелочи. В частности, и на такие, как свободно выражать чего кому вздумается, обмениваться информацией, идеями и вступать друг с другом в контакты. Я с Вами или с поэтом Коржавиным, или Вы с поэтом Коржавиным, или еще с кем Вам захочется, не испрашивая на то разрешения подчиненного Вам Васильева. И вот эти наши с Вами права считаются в цивилизованном мире настолько неотъемлемыми, что соблюдение их является одним из важнейших условий международной разрядки. Они упомянуты в различных международных соглашениях и торжественно провозглашены в тех самых Хельсинкских, подписанных под которыми от имени Советского государства поставил лично Леонид Ильич БРЕЖНЕВ. Поэтому, отключая мой телефон, Васильев не только себя позорит как хулиган, но пытается посеять сомнения в искренности усилий Советского Союза по развитию процесса разрядки и ставит в неловкое положение лично товарища Брежнева.

Не мне Вам говорить, Николай Владимирович, что врагов разрядки во всем мире еще немало. Хорошего же они помощника нашли себе в нашей стране! Ведь никому из них, даже пресловутому Джорджу МИНИ, не удалось еще выключить ни одного телефона. А Васильеву удалось. Слышал я, что делает он это не впервые, что телефонный террор под его руководством достиг небывалых масштабов.

Не знаю, как Вам, Николай Владимирович, а мне положение кажется угрожающим. Захватив телефонную сеть, враги разрядки могут пойти и дальше. А если они возьмут в свои руки еще и почту, телеграф, радио и телевидение, то тогда... Вы сами знаете, что бывает в подобных случаях.

Чтобы уберечь нашу страну от столь неприятных последствий, я прошу Вас безотлагательно отстранить Васильева от занимаемой им должности, а новому начальнику МГТС приказать включить мой телефон.

Примите мои уверения в совершеннейшем к Вам почтении.

Владимир ВОЙНОВИЧ
10 октября 1976 г., Москва

В РЕДАКЦИЮ ГАЗЕТЫ «ИЗВЕСТИЯ»

Позвольте через вашу газету выразить мое глубокое отвращение ко всем учреждениям и трудовым коллективам, а также отдельным товарищам, включая передовиков производства, художников слова, мастеров сцены, героев социалистического труда, академиков, лауреатов и депутатов, которые уже приняли или еще примут участие в травле лучшего человека нашей страны — Андрея Дмитриевича Сахарова.

Владимир ВОЙНОВИЧ
28 января 1980 г., Москва

БРЕЖНЕВУ

Господин Брежнев, Вы мою деятельность оценили незаслуженно высоко. Я не подрывал престиж советского государства. У советского государства благодаря усилиям его руководителей и Вашему личному вкладу никакого престижа нет. Поэтому по справедливости Вам следовало бы лишиться гражданства себя самого.

Я Вашего указа не признаю и считаю его не более чем филькиной грамотой. Юридически он противозаконен, а фактически я как был русским писателем

и гражданином, так им и останусь до самой смерти и даже после нее.

Будучи умеренным оптимистом, я не сомневаюсь, что в недалгом времени все Ваши указы, лишаящие нашу бедную родину ее культурного достояния, будут отменены. Моего оптимизма, однако, недостаточно для веры в столь же скорую ликвидацию бумажного дефицита. И моим читателям придется сдавать в макулатуру по двадцать килограммов Ваших сочинений, чтобы получить талон на одну книгу о солдате Чонкине.

Владимир ВОЙНОВИЧ
17 июля 1981 года, Мюнхен

КПГБ и Верховный Пятиугольник невысоко оценили заслуги покойного. Его лишали гражданства, высылали из страны, отравили в номере «Метрополя», а в последнее время — и на том спасибо, слава отцу Звездонию — попросту не замечали. С 85-летием из официальных лиц Войновича поздравила только супруга премьер-министра. Что тут сказать? А нечего тут говорить. ✕

Леонид Флорентьев



Ответы на вопросы.

1.

С ноября 1939 года я работаю выпускающим в редакции районной газеты «Сталинский шлях» (ст. Доброполье, Сталинской области). На работу в газету пришла впервые. За эти два месяца мне пришлось натерпеться многих неприятностей и особенно за допущение грамматических ошибок в газете. Я думаю, что за грамматические ошибки должна отвечать не я, а корректор, а за содержание материала — редактор и сотрудник, подготовлявший материал к печати. Работа выпускающего заключается в оформлении газеты. Прошу дать мне разъяснение по этому вопросу.

К. Рябенко.

Редакция «Большевистской печати» получила ряд писем, аналогичных запросу тов. Рябенко. Редакторы некоторых районных газет считают выпускающих ответствен-

ными за литературную грамотность газеты.

Разумеется, любой работник редакции, независимо от того, какую должность он занимает, должен чувствовать ответственность за качество своей газеты. В частности, если выпускающий заметил в тексте газеты ошибку, то он обязан принять все меры для ее исправления.

Однако это не значит, что на выпускающего может быть возложена формальная ответственность за ошибки литературного характера, допущенные другими работниками. Редакция обязана сдать в набор вполне подготовленный к печати материал, корректура обязана следить за тем, чтобы оригиналы были правильно и точно воспроизведены в печати. Выпускающий же отвечает за оформление газеты — правильное, в соответствии с указаниями редакции, размещение материала, набор заголовков и т. п. Нет никаких оснований возлагать именно на выпускающего ответственность за ошибки грамматического и стилистического порядка, допущенные редакцией, тем более, что перед подписанием полос к печати руководящий работник редакции (редактор

или его заместитель) обязан внимательно прочитать полосы и исправить оставшиеся ошибки. Передавать эту свою обязанность выпускающему редактору не имеет права.

2.

Прошу разъяснить, кто должен составлять макет номера в редакции районной газеты: ответственный редактор, его заместитель, ответственный секретарь или литературные сотрудники?

А. Нефедов.

Шацк, Рязанской области.

Обычно макет, служащий руководством для верстки номера, составляется ответственным секретарем редакции — работником, который ведает обработкой и сдачей материала в набор и держит связь с типографией.

Ответственный редактор дает указания о размещении важнейших материалов номера и утверждает макет. Он же или его заместитель принимает участие в непосредственной работе над макетом.

Если в редакции есть выпускающий, то он помогает секретарю редакции в составлении макета.

И СЛОВАРИ НЕ ПОМОГАЮТ.

(«Комсомольская правда», Москва).

Плохо, когда при чтении рядовой газетной заметки приходится пользоваться словарями. Однако что ж поделать, если до сих пор сохранились чеховские телеграфисты, которые «хочут свою образованность показать и всегда говорят о непонятном»? Заметка, которую мы имеем в виду, озаглавлена «Шумит базар...»; напечатана она в «Комсомольской правде» от 20 января. И есть в этой заметке такой абзац:

«Возле забора расположились два эфемерных гражданина в синих очках. Перед ними разложены толстые книги с выпуклыми буквами. Они водят по буквам пальцами и «предсказывают будущее».

Сознаемся в своем невежестве: мы не поняли, что это за «эфемерные граждане», и никогда о таких не слышали. Пришлось толкнуться в «Словарь иностран-

ных слов». Но там сказано: «эфемерный — 1) однодневный; 2) в широком смысле — мимолетный, скоропреходящий». Выходит, что на базаре сидели два однодневных гражданина, или два мимолетных гражданина, или два скоропреходящих... Час от часу не легче!

Читаем заметку дальше, в надежде натолкнуться на объяснение. Но «эфемерные граждане» уже сошли со сцены, и появившийся вместо них «дьяконообразный (!) старик назойливо предлагает елейный товар. На ковре разложены «Евангелие», «Жития святых», ветхие книжонки».

Елейный товар? Это еще что за невидаль? — как говаривал покойный Рудый Панько. Опять кинулись мы к словарю. Но старик Даль высказался на сей счет весьма туманно (елейный — относящийся к елею), а сведущие люди объяснили нам, что никаких елейных товаров не существует и что в переносном смысле слово «елейный» им известно только в выражении «елейный тон»...

Нет, и словари не помогают при чтении некоторых заметок в иных газетах.

КЛУБЖУРНАЛИСТА



ЧЛЕНСТВО В КЛУБЕ —

ЕЩЕ БОЛЬШЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ



КАК ВСТУПИТЬ?

Это можно сделать на сайте jrnlst.ru
Просто выберите пакет

КЛУБЖУРНАЛИСТА — ЭТО:

БЕСПЛАТНЫЙ ДОСТУП

- К ПОЛЕЗНЫМ СТАТЬЯМ И АНАЛИТИКЕ
- К УСПЕШНЫМ БИЗНЕС-КЕЙСАМ
- К ЗАПИСЯМ ВЕБИНАРОВ, СЕМИНАРОВ, ПРЕЗЕНТАЦИЯМ СПИКЕРОВ
- К ПЕРЕВОДНЫМ МАТЕРИАЛАМ
- К ЦИФРОВОЙ ВЕРСИИ ЖУРНАЛА

ВОЗМОЖНОСТЬ

- ПОЛУЧАТЬ ЮРИДИЧЕСКИЕ КОНСУЛЬТАЦИИ ОТ ЦЕНТРА ЗАЩИТЫ ПРАВ СМИ
- УЧАСТВОВАТЬ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТАХ
- ВЕСТИ БЛОГ
- УЧАСТВОВАТЬ В ДИСКУССИИ



ОСТАЛИСЬ ВОПРОСЫ?

ПИШИТЕ: [INFO@JRNLIST.RU](mailto:info@jrnlst.ru)
ЗВОНИТЕ: (499) 152-19-07

ПОДПИСКА НА «ЖУРНАЛИСТ»

БОЛЬШЕ

ЧЕМ

ПОДПИСКА



НАШИ ИНДЕКСЫ В КАТАЛОГАХ:

ПРЕССА РОССИИ: **41249;**

РОССИЙСКАЯ ПРЕССА
(МАП): **79737;**

ПОДПИСНЫЕ ИЗДАНИЯ
(ПОЧТА РОССИИ): **П1152;**

РЕДАКЦИОННАЯ
ПОДПИСКА: **JRNLIST.RU**



**ЛЬГОТНАЯ ПОДПИСКА
ДЛЯ УЧАСТНИКОВ
ПРОЕКТА «ЗОЛОТОЙ
ФОНД ПРЕССЫ-2018»
И СТУДЕНТОВ**

