ЖУРНАЛИСТ

16+

ИЗДАЕТСЯ С 1914 ГОДА | НОЯБРЬ 2018 | JRNLST.RU

4 602555 000090

ВСЕОБЩЕЕ ОБЛУЧЕНИЕ

ЗОЛОТОЙ ФОНД ПРЕССЫ

IX МЕДИАСЕЗОН

- ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС НА СОИСКАНИЕ ЗНАКА ОТЛИЧИЯ «ЗОЛОТОЙ ФОНД ПРЕССЫ-2019»
- ЭКСПЕРТИЗА КОНТЕНТА, ДИЗАЙНА, САЙТА
- ДЕЛОВОЙ ФОРУМ СМИ
- КОНКУРСЫ

ЗОЛОТОЙ ФОНД ПРЕССЫ 2019

ЦЕЛИ ПРОЕКТА

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

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

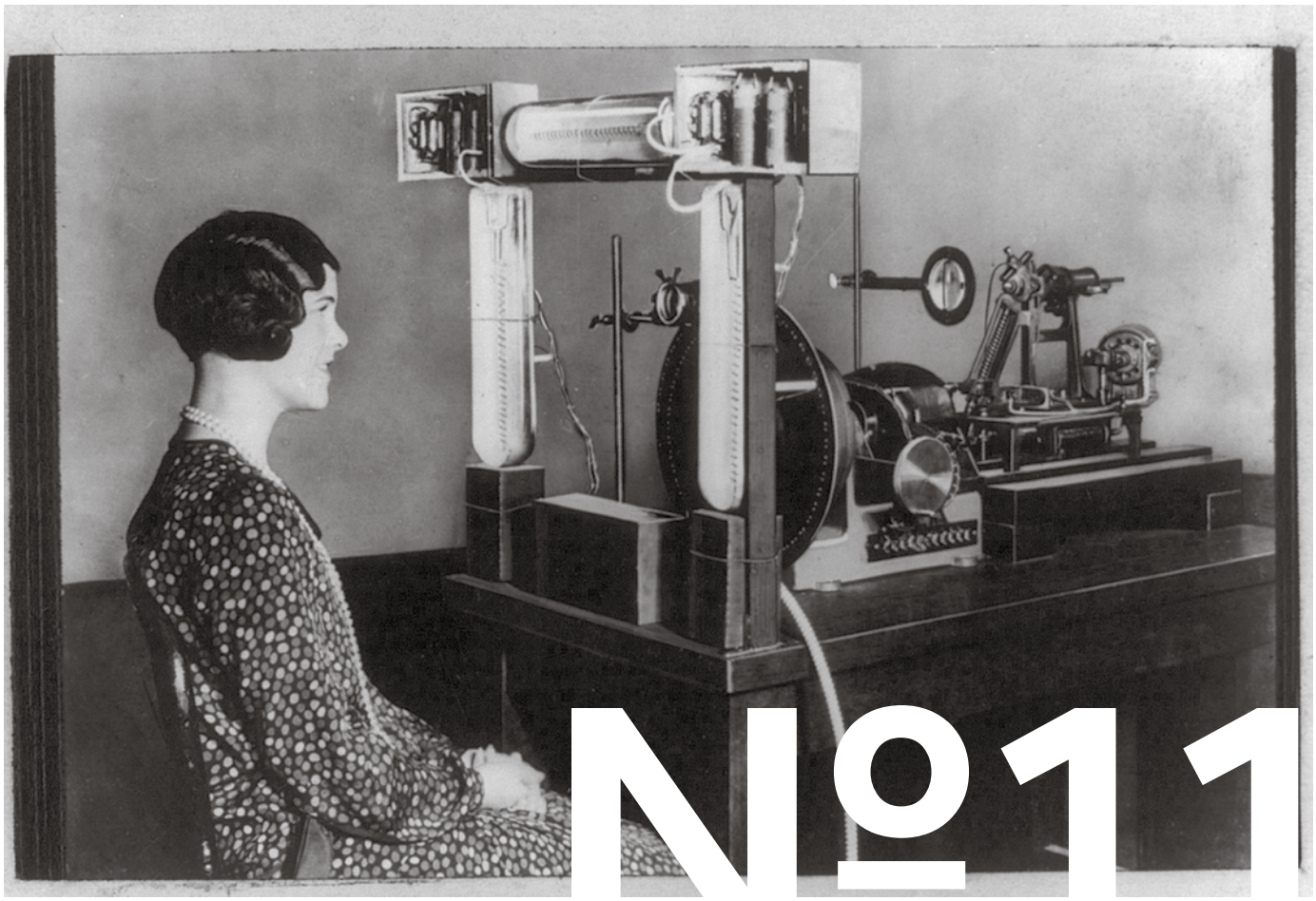
ПРИНИМАЮТСЯ ЗАЯВКИ НА УЧАСТИЕ

ПОДРОБНОСТИ:

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

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

НОЯБРЬ 2018



№11

Телевизионный передатчик. Фотография Keystone View Company. США, *1930*

ЖУРНАЛИСТ

ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ ЖУРНАЛ
ОСНОВАН ВЛАДИМИРОМ ФРИЧЕ
В ЯНВАРЕ 1914 ГОДА
JRNLST.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**
ЦВЕТОКОРРЕКЦИЯ: **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 рукописи и иллюстрации. Мнения редакции и авторов могут не совпадать. За содержание своей публикации отвечает 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) ПИ № ФС77-68014 от 6 декабря 2016 года

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

В НАБОРЕ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ШРИФТЫ БИБЛИОТЕКИ Adobe Typekit

ПОДПИСАНО В ПЕЧАТЬ 30.10.2018
ВЫХОД В СВЕТ 05.11.2018
ОТПЕЧАТАНО В ОАО «ПОДОЛЬСКАЯ ФАБРИКА ОФСЕТНОЙ ПЕЧАТИ».
М.О., г. Подольск, Революционный проспект, 80/42.
ТИРАЖ 1100 ЭК3. ЗАКАЗ № 04496-18
ЦЕНА СВОБОДНАЯ
ИНДЕКСЫ: «ПРЕССА РОССИИ» 41249, 42455 ; «МАП» 79737
IT-ПОДДЕРЖКА/САЙТ JRNLST.RU: Desites

НА ОБЛОЖКЕ: ИЛЛЮСТРАЦИЯ SHUTTERSTOCK.COM

ФОТО: АРХИВ БИБЛИОТЕКИ КОНГРЕССА США

СОДЕРЖАНИЕ

СОБЫТИЯ

4
Письма от наших читателей

6
Дайджест
Коротко о важном

8
Мониторинг
Что произошло за истекший месяц

14
РОМАН КУСТОВ
Знал бы тизер, был бы в Сочи
В Сочи обменивались мнениями, укрепляли и тут же губили здоровье более 1500 журналистов

МЕДИА

16
АЛЕКСАНДР НИКИТУШИН
Новостная отбивная
Интервью с директором калининградского портала Клопс.Ru

20
ДМИТРИЙ ПОЛЯНИН
Три человека на место
Как организована работа самой тиражной региональной газеты

22
НАТАЛЬЯ НАЛИТОВА
Соловьев-разбойник пересвистел богатыря Познера
Как россияне относятся к журналистам

24
Медиарецепты
О вкусной и здоровой прессе

26
СИМОНА ФЛЮКИГЕР
Газета в твердых щупальцах
Может ли машина заменить интуицию журналиста?

28
БРАЙАН ВЕЗЕЛИНГ
Глянцевый онлайн
Ведущий норвежский женский журнал KK в следующем году отметит 145-летие

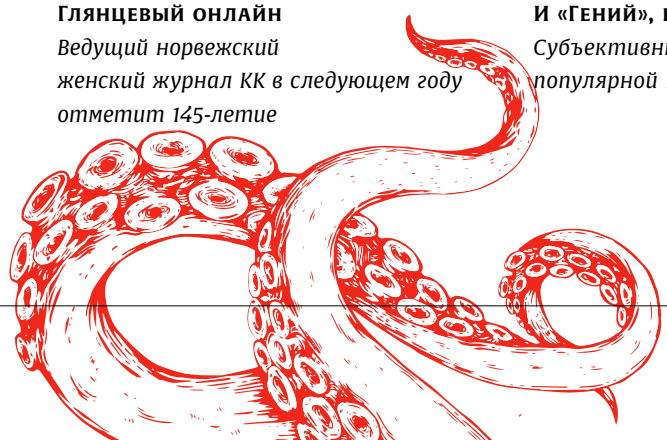
ГЛАВНОЕ

32
ГАЛИНА ЩЕПИЛОВА
В здоровом теле — здоровый дух
21 ноября — Всемирный день телевидения

34
АЛЕНА БОЛДЫРЕВА
«Нежный редактор» «вДудя» Татьяна Мингалимова:
«Когда блогеров приглашают на телевидение, они прыгают туда, как кенгуру»

39
КАМИЛЛА НИГМАТУЛЛИНА
Синюшный огонек
Змея, обвившись вокруг его руки, так крепко сжала его кисть, что в это поверили 39% телезрителей

41
СЕРГЕЙ ИЛЬЧЕНКО
И «Гений», паразитов друг
Субъективные заметки участника популярной телеигры



92
ШКОЛА ФЕЛЬЕТОНА
Когда крокодилы летали низенько
В России так: нет колбасы — есть сатира. И наоборот

АРХИВ

Москва, Суворовский бульвар, 8-а...

96 АРХИВ: № 5 / 1955
ЮБИЛЕЙ ДОМЖУРА

44
АНАСТАСИЯ ГЕНЕЛЬТ
Протоколы сиамских близнецов
Какие журналистские каналы на YouTube ведут артисты

46
СЕРГЕЙ ИЛЬЧЕНКО
Сериалы второй свежести
О парадоксах отечественного «мыловарения»

48
АЛЕКСАНДР ШИРОКИХ
Проклятие 21-й кнопки
Почему независимые региональные телеканалы могут исчезнуть

50
АНДРЕЙ НИКИТИН
Сами мы местные
Как в Татарстане спасают региональное ТВ

54
ЕГОР КОРОЛЁВ
На Неве другое НТВ
Если верить нашему корреспонденту, известная телекомпания повернулась к Питеру передом, а к Москве — задом

56
СЕРГЕЙ КУЗНЕЦОВ
Тонкая прямая линия
Уникальный опыт видеотрансляций газеты «Тюменская область сегодня»

58
АЛЕКСАНДРА ЛИТВИНОВА
Трубу прорвало в телевизор
И терпентин на что-нибудь полезен, утверждал Козьма Прутков. Наш автор считает, что телевизор не хуже терпентина

60
ЕЛЕНА УПОРОВА
Почему я не работаю на телевидении
«Сама-то я вынесла телевизор в подъезд еще три года назад...»

63
ИННА ТИМЧЕНКО
Лихо одноглазое
Что нужно знать, чтобы смотреть телевизор осознанно, не давая себя «зомбировать»?

66
НАДЕЖДА АЖГИХИНА
Зашейте карманы, откройте рот
О легендарной программе «Взгляд» рассказывает один из ее создателей

ПРОФЕССИЯ

72
ЛЮБОВЬ ПЕТРОВА
Владимир Соловьев:
«Нет института, где учили бы на председателя Союза журналистов»

78
Отпечатки и опечатки свободы
100 лет Союзу журналистов России

80
ФОТОШКОЛА
Принеси мне то не знаю что
И куда фоторедактору податься?

84
КЛУБ МОЛОДОГО ЖУРНАЛИСТА
Трудно даже описать, что мы делаем

86
КЛУБ ПРОДВИНУТОГО ЖУРНАЛИСТА
Фарс с малодраматическим концом

88
СЕРГЕЙ МЕШАВКИН
От брифов до шестиногих поросят
Исходить слюной газетчикам, глядя на телевизор, бессмысленно

От наших читателей

RE: «Продавцы счастья»,
Андрей Мирошниченко, сайт, 21 сентября 2018

Меня очень взволновал этот материал. Проблема, которую затрагивает автор, неоднозначна. С одной стороны, развивается рынок для рекламщиков и рост их продаж. С другой стороны, вымирает журналистика, так как освещение в СМИ социального контента становится не выгодно. Этот текст, обнажая современную реальность, ставит перед нами задачу: самостоятельно фильтровать информацию. Кроме того, материал Андрея Мирошниченко предупреждает читателя, что тексты, воспитывающие нравственность, сопереживание, культурные нормы, могут исчезнуть вовсе. И это страшно. Разговор об этом очень актуальный.

АННА КУЛИШ, *студентка 3-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*

★

RE: «Как студенту начать работать в «Новой газете»», *Светлана Распопова, сайт, 25 сентября 2018*

Данное интервью мне было интересно читать по следующим обстоятельствам: во-первых, оно дает представление о реальной практике, а это «практические ценности»; во-вторых, оно развенчивает устоявшиеся стереотипы о работе молодых журналистов в серьезной газете, тем самым вызывает интерес к общественно-политической прессе. Поставленные автором вопросы работают как «крючки», цепляют и заинтересовывают. Материал поменял мое отношение к «Новой газете».

А. САВЕЛЬЕВ, *студент 3-го курса факультета журналистики*

Хороший материал, интересный парень.
Успехов вашему клубу!

ГАЛИНА ЛАЗУТИНА, *старший научный сотрудник кафедры периодической печати факультета журналистики*

★

RE: «Что будет, если отключить Facebook», *Андрей Мирошниченко, сайт, 24 сентября 2018*

Вынесенный в заголовок вопрос звучит очень актуально, так как фейсбук — самая популярная социальная сеть в мире. Однако тезис, который выдвигает автор, — спорный: «Воспрянут все «прочие источники информации»; «Прочий интернет зацветет пышным цветом». Я, скорее, склонна не согласиться с автором материала, так как обращение к другим интернет-ресурсам рядовой пользователь будет воспринимать как вынужденную меру, а значит, не будет вполне этим удовлетворен. Кроме того, автор не отвечает на вопрос о том, что в случае закрытия такой социальной сети может появиться большое число некачественных аналогов знаменитой сети. В публикации приводится ценная статистика трафика во время отключения фейсбука. В этом очевидная ценность материала.

ЮЛИЯ КУБИНКОВА, *студентка 3-го курса факультета журналистки*

★

Это хорошо, что вы вспомнили о некогда популярном, а нынче полузабытом жанре — о фельетоне. Заступитесь уж заодно и за карикатуру как самостоятельный газетно-журнальный жанр. Каждая карикатура того же Меринова в «МК» стоит любой колонки! Но это — скорее исключение, а ведь раньше ни одна уважающая себя газета не выходила в свет без карикатур.

ВИКТОР ГУБА, *карикатурист-любитель, г. Ногинск Московской обл.*

★

По личному опыту догадываюсь, что в России достаточно много безработных журналистов и других работников СМИ. А с другой стороны, наверняка какие-то издания испытывают острый дефицит в сотрудниках. Почему бы **ЖУРНАЛИСТУ** не открыть на своем сайте своего рода биржу труда для работников нашего цеха? Да, люди у нас тяжелы на подъем и не любят менять место жительства, но ведь сегодня можно работать удаленно.

АНАСТАСИЯ С-КАЯ, *безработный дизайнер, Ставропольский край*

★

К сожалению, в последние годы ширится практика применения в СМИ цензуры, которая в России запрещена законом. В ст. 29 Конституции РФ прямо сказано: «Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается». Всем известно, что есть «стоп-листы» на ТВ и радио, «нежелательные персоны», имена которых «не рекомендуется» упоминать в печати. Это в Москве. А в провинции функции цензоров часто берут на себя губернаторы, мэры и их подручные. Мое предложение: публикуйте у себя в журнале и/или на сайте материалы, незаконно и необоснованно снятые со страниц газет.

РЭМ ГРИГОРЬЕВ, *журналист с 25-летним стажем, Воркута*

★

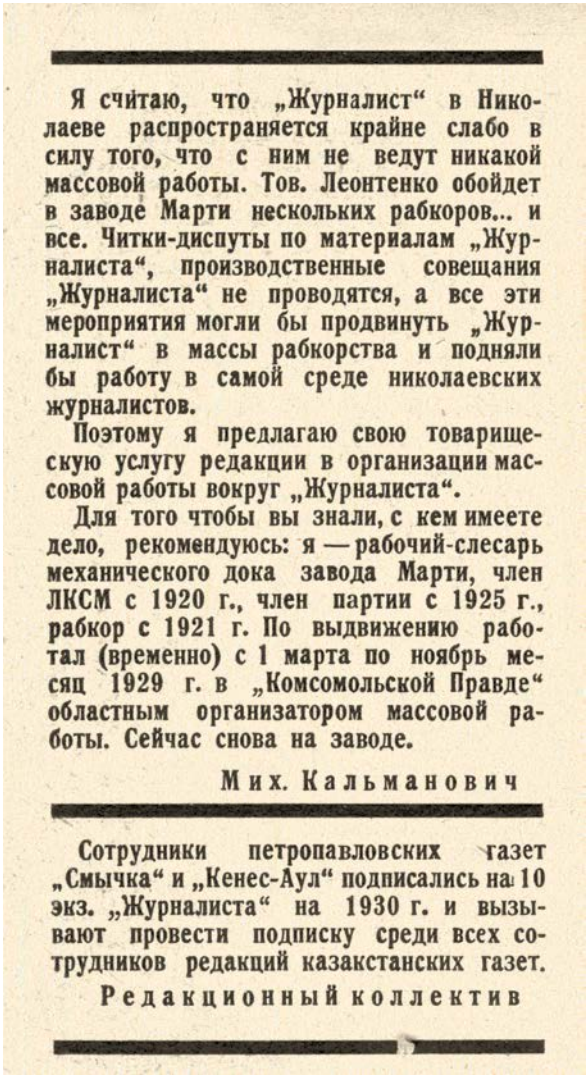
Мой любимый российский журналист — Иван Ургант. Если можно, возьмите у него интервью и пришлите мне журнал с автографом.

Н. К. МИШИНА, *бывший вахтер издательства «Правда»*

★

Складывается впечатление, что самая важная теперь в России профессия (не считая, конечно, охранников) — пресс-секретарь. Наши политики и чиновники такое иногда забубенят, что бедолага потом целый день объясняет, что его шеф имел в виду совсем другое, а если кто сомневается — это провокация.

NN, *копирайтер*



Я считаю, что „Журналист“ в Николаеве распространяется крайне слабо в силу того, что с ним не ведут никакой массовой работы. Тов. Леонтенко обойдет в заводе Марти нескольких рабкоров... и все. Читки-диспуты по материалам „Журналиста“, производственные совещания „Журналиста“ не проводятся, а все эти мероприятия могли бы продвинуть „Журналист“ в массы рабкорства и подняли бы работу в самой среде николаевских журналистов.

Поэтому я предлагаю свою товарищескую услугу редакции в организации массовой работы вокруг „Журналиста“.

Для того чтобы вы знали, с кем имеете дело, рекомендуюсь: я — рабочий-слесарь механического дока завода Марти, член ЛКСМ с 1920 г., член партии с 1925 г., рабкор с 1921 г. По выдвижению работал (временно) с 1 марта по ноябрь месяц 1929 г. в „Комсомольской Правде“ областным организатором массовой работы. Сейчас снова на заводе.

Мих. Кальманович

Сотрудники петропавловских газет „Смычка“ и „Кенес-Аул“ подписались на 10 экз. „Журналиста“ на 1930 г. и вызывают провести подписку среди всех сотрудников редакций казакстанских газет.

Редакционный коллектив

ФОТО: ИЗ АРХИВА ЖУРНАЛИСТА

Фельдфебеля в Платоны дам

КОДЕКС, КОТОРЫЙ ОБЪЯСНИТ, ЧТО ТАКОЕ ХОРОШО И ЧТО ТАКОЕ ПЛОХО, намерены разработать МИД России и Общественная палата. По словам первого замглавы Комиссии Общественной палаты России по развитию информационного сообщества, СМИ и массовых коммуникаций Александра Малькевича, ситуация в новых медиа ежедневно накаляется и пресекать вседозволенность в социальных сетях нужно немедленно.

Чтобы новые правила соблюдали все участники сообществ, этический кодекс предложат подписать и зарубежным партнерам, заметил Александр Малькевич.

★

Перспективно, но невыгодно

ТЕЛЕКАНАЛЫ СТС И ТНТ ХОТЯТ ВКЛЮЧИТЬ РЕЖИМ ИНТЕРАКТИВНОГО ТВ на основе технологии HbbTV. Они уже ведут переговоры с «Российской телевизионной и радиовещательной сетью». С помощью технологии HbbTV зрители получают интерактивные сервисы на Smart TV. Первый канал опробовал сервис в апреле этого года в последних выпусках программы «Голос. Дети». Зрители с помощью красной кнопки на экране могли проголосовать за наставников шоу. А «Матч ТВ» благодаря функции HbbTV дал зрителям возможность прогнозировать исход матчей ЧМ-2018.

Рекламодатели считают, что технология перспективна, но использовать ее не прибыльно, потому что телевизоров с HbbTV пока мало.

★

Кто душит творчество? Американосы!

РОССИЙСКАЯ ВЕРСИЯ ОДНОГО ИЗ ГЛАВНЫХ МИРОВЫХ ИЗДАНИЙ О КИНО THE HOLLYWOOD REPORTER ПРЕКРАТИТ СВОЕ СУЩЕСТВОВАНИЕ. Редакция объясняет отказ от лицензии творческими ограничениями со стороны американского офиса и экономическими причинами: журнал практически не мог ставить на обложку фото российских кинозвезд и проводить собственные мероприятия во время крупнейших зарубежных кинособытий.

Но команда, выпускавшая журнал, не собирается бросать свою аудиторию. Она запустит новое издание об отечественной киноиндустрии «Кинорепортер» уже в ноябре. Журнал будет освещать кинематограф России и стран евразийского пространства. Его главный редактор Мария Лемешева рассказала, что издание будет писать о телевидении, театре и музыке:

«Мы амбициозны в профессии и будем создавать новый сильный национальный бренд, вкладываясь в настоящее и будущее нашего российского кинематографа, объединяя магией кино страны и людей».

★

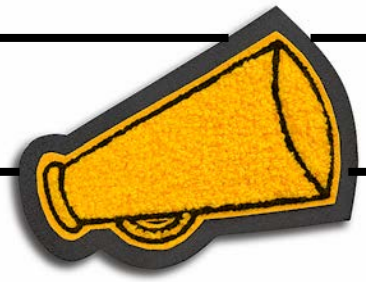
Нет слову из четырех букв!

БРИТАНСКОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО ОТКАЗАЛОСЬ ОТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕРМИНА FAKE NEWS. По мнению парламента, это выражение трактуется по-разному. «Фейковыми новостями» называют как неточности или ошибки в тексте, так и «вмешательство иностранного государства в демократические процессы». «Фейковые новости» предложили заменить на «дезинформацию» в значении «преднамеренное создание и распространение ложной или манипулируемой информации с целью обмануть или ввести в заблуждение аудиторию, а также для получения политической, финансовой или личной выгоды».

Улыбочку!

«ЯНДЕКС» НАЧАЛ ТЕСТИРОВАТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ СТАВИТЬ ОЦЕНКИ-ЭМОЦИИ в агрегаторе «Яндекс.Новости». Пользователь может выбрать одну из семи реакций. Они доступны на странице с новостным сюжетом — подборкой сообщений, посвященных одному информационному поводу.

Новая функция доступна только некоторым пользователям. Стоит ли включать смайлики для всех, «Яндекс» решит по итогу эксперимента.



ПОДГОТОВИЛА
НАТАЛЬЯ НАЛИТОВА

Реформы в «Снобе»

У САЙТА «СНОБА» СМЕНИЛСЯ ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР. Станислав Кучер, который возглавлял его с 8 ноября прошлого года, покинул свой пост. Причина ухода — разногласия с собственником проекта Мариной Геворкян по вопросам его дальнейшего развития. Новым главредом назначена Ксения Чудинова. Она была медиаменеджером и директором контент-бюро проекта «Сноб», а с октября 2017-го по апрель 2018-го — пресс-секретарем избирательного штаба Ксении Собчак на выборах президента России. Марина Геворкян рассказала, что новый главред будет расширять тематику проекта «Сноб», улучшать дистрибуцию контента и осваивать новые цифровые каналы.

★

Укус агрегатора

ДЕПУТАТЫ ЛДПР И «ЕДИНОЙ РОССИИ» ПРЕДЛОЖИЛИ ЗАПРЕТИТЬ ИНОСТРАНЦАМ владеть долей более 20% в новостных агрегаторах. По мнению законодателей, такое нововведение поможет «предотвратить угрозу общественному порядку в России».

Идея об ограничении иностранного участия в новостных агрегаторах обсуждалась давно, но катализатором, по словам источника, близкого к администрации президента, стала трагедия в Керчи.

Законопроект может распространиться на четыре сервиса — «Яндекс.Новости», «Mail Новости», «Рамблер/новости» и СМИ2. Если закон примут, у них будет полгода, чтобы изменить структуру владения, или они будут заблокированы.

★

Спорт наш!

МЕДИАХОЛДИНГ «ГАЗПРОМ-МЕДИА» ЗАПУСТИТ НОВЫЙ СПОРТИВНЫЙ ТЕЛЕКАНАЛ «МАТЧ СТРАНА», который начнет вещание 1 марта 2019 года. Он будет показывать только спортивные новости и события России, а еще продвигать детский, юношеский спорт и здоровый образ жизни.

Председатель правления «Газпром-медиа» Дмитрий Чернышенко рассказал, что технический охват нового телеканала составит более 100 млн человек.

Republic размножается

ИНТЕРНЕТ-ИЗДАНИЕ REPUBLIC ЗАПУСТИТ ОКОЛО ВОСЬМИ ЖУРНАЛОВ, преобразовав портал в сообщество редакционных коллективов.

Так, журнал «Будущее» будет писать о науке и технологиях, «Деньги» — об экономике и бизнесе, а «Мнения» будут работать с российскими публицистами, экономистами и политологами. Всего таких тематических журналов планируется семь-восемь, включая один о политике и обществе.

У журналов будут общие фотослужба, корректоры, бухгалтерия и SMM-продвижение. Первые четыре месяца новые журналы будут получать бюджет для выпуска 15-20 материалов в месяц. Деньги от подписчиков будут распределены между редакторами и авторами журналов в зависимости от популярности материалов.

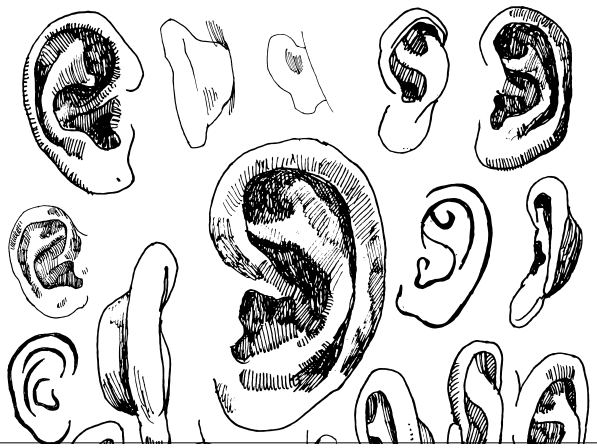
★

Слушай ухом

РИА «НОВОСТИ» ЗАПУСТИЛО ЛИНЕЙКИ ПОДКАСТОВ. Они затронут разные направления: социальные темы, культуру, спорт, науку и другие.

В подкастах уже рассказали, сколько можно сидеть на шее у родителей, как конкурировать с молодыми специалистами на рынке труда и что делать, если ваш ребенок стал жертвой травли.

НАТАЛЬЯ ЛОСЕВА, *заместитель главного редактора МИА «Россия сегодня»:* «Подкасты — это один из главных трендов в медиа, ведь время, которое пользователь готов потратить на чтение или смотрение видео, не бесконечно. А аудио — это пассивное восприятие, второй слой. Вы можете бегать, готовить, убирать квартиру или ехать в метро — и слушать подкасты. Их потребление будет расти».



ИЛЛЮСТРАЦИИ: TSAPLIA; RON AND JOE / SHUTTERSTOCK.COM

Хроника беззакония

Это случилось в России в октябре 2018 года

НАПАДЕНИЯ НА РЕДАКЦИИ, ТЕЛЕЦЕНТРЫ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО НОВОСТЕЙ, *Санкт-Петербург*

1

УГОЛОВНОЕ ПРЕСЛЕДОВАНИЕ ЖУРНАЛИСТОВ, СМИ И БЛОГЕРОВ

ЮЛИЯ ШЕВЧУК, *редактор газеты «Новая Кондопога», Карелия;*
КОНСТАНТИН ИШУТОВ, *блогер, Чебоксары*

2

НАПАДЕНИЯ НА РЕДАКЦИИ, ТЕЛЕЦЕНТРЫ

*** САНКТ-ПЕТЕРБУРГ.** В окно редакции Федерального агентства новостей (ФАН), которое связывают с бизнесменом *Евгением Пригожиным*, кинули бутылку с зажигательной смесью, в результате чего произошел пожар. Об этом говорится в сообщении ФАН. «Нападавшие сначала разбили окно на первом этаже бизнес-центра, бросив в него камнем, затем залили в образовавшуюся дыру в стекле воспламеняющуюся жидкость и подожгли ее. Пластиковую бутылку, в которой, судя по всему, был бензин, чуть позже нашли на месте преступления». В момент поджога в редакции работала журналистка, которая обратилась к охране бизнес-центра «Ильич», где расположена редакция, и пожару не дали распространиться. В сообщении отмечается, что никто не пострадал.

УГОЛОВНОЕ ПРЕСЛЕДОВАНИЕ ЖУРНАЛИСТОВ, СМИ И БЛОГЕРОВ

*** РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ.** Глава администрации Кондопожского района *В. Садовников* обратился в следственный отдел по борьбе с экономическими преступлениями МВД Карелии, указав в заявлении, что редактор муниципальной газеты «Новая Кондопога» *Юлия Шевчук* неправомерно начисляет ежемесячные и квартальные премии и иные выплаты сотрудникам редакции. На основании этого заявления сотрудники ОБЭП МВД произвели выемку финансово-хозяйственной документации МУП «Редакция газеты «Новая Кондопога», возбудив уголовное дело по статье 160 УК РФ («Присвоение или растрата»). В момент, когда в редакции появились сотрудники ОБЭП, они не показали своих служебных удостоверений, лишь сообщив, что являются таковыми. Отказались они предоставить и заявление В. Садовникова. Обо всем этом Юлия Шевчук сообщила в своем обращении в прокуратуру Кондопожского района. В ходе проверки выяснится, что районная газета все последние годы работает с прибылью, в первом квартале 2018 года заработав на публикации рекламных объявлений 66 тысяч рублей. Если иметь в виду, что большинство муниципальных газет в Карелии являются дотационными, то редакцию «Новой Кондопоги» как раз следует отметить в качестве примера экономической эффективности. И чтобы в том удостовериться, главе администрации достаточно было поручить контрольно-счетному органу мэрии проверить финансово-хозяйственную деятельность МУП «Редакция газеты «Новая Кондопога». Проверка ОБЭП закончилась тем, что ни одно обвинение главы районной администрации не было подтверждено, и на этом основании уголовное дело в отношении редактора Ю. Шевчук было прекращено.

*** ЧУВАШСКАЯ РЕСПУБЛИКА.** В Чебоксарах против блогера *Константина Ишутова* возбудили уголовное дело за опубликованное в Facebook фото листовки Третьего рейха. Мужчину задержали, после чего у него дома провели обыск и изъяли компьютер.

СЛУЧАИ ЗАДЕРЖАНИЯ ПОЛИЦИЕЙ, ФСБ И Т.П.

5

АЛЕКСЕЙ ШВАРЦ, *журналист сетевого издания «Молния», Курганская область;*
КОНСТАНТИН ИШУТОВ, *блогер, Чебоксары;*
СЕРГЕЙ ЗОЛОТАРЕВ, *корреспондент Sota Vision, Москва;*
СВЕТЛАНА АНОХИНА, *независимый журналист, и Шамиль Гаджидадаев, фотограф, оба — в Махачкале;* **АНДРЕЙ СУРОВЦЕВ** *и* **ВЕРА ОЛЕЙНИКОВА,** *оба — сотрудники пресс-службы движения «За права человека», в Санкт-Петербурге*

СЛУЧАИ ЗАДЕРЖАНИЯ ПОЛИЦИЕЙ, ФСБ И Т. П.

*** МАХАЧКАЛА.** Полицейские задержали художницу *Катрин Ненашеву*, журналистку *Светлану Анохину* и фотографа *Шамиля Гаджидадаева*. Об этом сама Ненашева написала в Facebook. Художница приехала в Махачкалу с акцией «Груз 300», посвященной пыткам. По ее словам, через пять минут после начала ее вместе с Анохиной и Гаджидадаевым задержали. «А в Дагестан между тем сегодня приехали представители всего силового блока России — глава Росгвардии, глава МВД России, глава ФСБ. Все совпадения случайны», — отметила Ненашева. Во время аналогичной акции в Москве на Новом Арбате Ненашеву также задерживали полицейские. После этого Государственная галерея на Солянке отменила выставку художницы «Груз 300».

*** КУРГАНСКАЯ ОБЛАСТЬ.** В Шадринске задержали координатора местного отделения организации «Весна» *Сергея Каргапольцева* и журналиста сетевого издания «Молния» *Алексея Шварца*. Об этом сам Каргапольцев сообщил «ОВД-Инфо». По его словам, он планировал провести одиночный пикет с требованием установить

ФОТО: NORTH CAUCASUS SERVICE (RFE/RL)

ХУДОЖНИЦА КАТРИН НЕНАШЕВА ПРОВОДИТ АКЦИЮ ПРОТИВ ПЫТОК В ТЮРЬМАХ ПОД НАЗВАНИЕМ «ГРУЗ 300». МАХАЧКАЛА, *9 октября 2018 года*

очистительный фильтр на заводе «Технокерамика», и Шварц шел с ним. Координатор местной «Весны» говорит, что по дороге они подобрали некие листовки и газеты, которые потом собирались выбросить. Затем к ним подошел полицейский: он сказал, что получил сообщение от местного жителя — якобы двое мужчин раздают листовки экстремистского характера. После их привезли в межмуниципальный отдел полиции «Шадринский», где у активиста «Весны» пытались взять отпечатки пальцев.

УГРОЗЫ В АДРЕС ЖУРНАЛИСТОВ, БЛОГЕРОВ И СМИ

ДМИТРИЙ МУРАТОВ, *издатель «Новой газеты», Москва;* **ДЕНИС КОРОТКОВ,** *корреспондент «Новой газеты», Москва*

2

ИЗЪЯТИЕ (СКУПКА, АРЕСТ) ТИРАЖА

газета **«ГОРОД 24»,** *Крым;* *газета* **«НАШ СОСНОГОРСК»,** *Республика Коми, 3 раза*

4

УГРОЗЫ В АДРЕС ЖУРНАЛИСТОВ, БЛОГЕРОВ И СМИ

*** МОСКВА.** К зданию, где расположена редакция «Новой газеты», подбросили корзину с отрезанной головой барана. Днем ранее к редакции принесли похоронный венок. На венке была надпись «*Денис Коротков* — предатель Родины»; в корзине с головой барана лежала записка: «Главному редактору «Новой газеты» с приветом Вам и Короткову». Издатель «Новой газеты» *Дмитрий Муратов* рассказал спецкору «Медузы» *Илье Жегулеву* об угрозах в адрес журналистов: «Началось все несколько дней назад. Было какое-то заявление уфимского ФСБ, что они задержали террористов, которые охотились на российских летчиков в Сирии. К этому заявлению начали прицеплять информацию, что якобы эти террористы данные о российских пилотах взяли из «Новой газеты». Тогда как никаких персональных данных мы никогда не публиковали, у нас вообще не было подобных материалов в последнее время... Нам прислали отрезанную голову то ли барана, то ли козла черного, всю в крови, с понятным месседжем — мы и вам отрежем голову». «Мы обратились в органы, проводится проверка. По ее итогам будет известно, возбудят дело или нет», — рассказала пресс-секретарь газеты *Надежда Прусенкова*.

ГОЛОВА В КОРЗИНЕ С ЗАПИСКОЙ, ГДЕ СОДЕРЖАТСЯ УГРОЗЫ ЖУРНАЛИСТАМ РЕДАКЦИИ «НОВОЙ ГАЗЕТЫ». *Фото: Анна Артемьева / «Новая газета»*

ИЗЪЯТИЕ, СКУПКА, АРЕСТ ТИРАЖА

*** КРЫМ.** В Феодосии «после звонка из Москвы» изъяли тираж газеты «Город 24», где была опубликована статья о доме гендиректора МИА «Россия сегодня» *Дмитрия Киселева* в Коктебеле. Об этом «Новой газете» рассказал автор изъятого материала *Владимир Мазурин*. Материал был опубликован и на сайте газеты, и в ее печатной версии. На сайте, по словам Мазурина, статью спустя два часа после публикации заменили рекламным блоком. «Что касается бумажного тиража, редактора газеты заставили выкупить его за свой счет», — сказал Мазурин. Он не уточнил, кто инициировал изъятие тиража. Копию статьи Мазурина опубликовали в Telegram «Крымский

ФОТО: NOVAYAGAZETA.RU

ИЗЪЯТИЕ/ПОВРЕЖДЕНИЕ ФОТО-, ВИДЕО- И АУДИОАППАРАТУРЫ И КОМПЬЮТЕРОВ

1

компьютер
КОНСТАНТИНА ИШУТОВА,
блогера, Чебоксары

ОТКАЗ ЖУРНАЛИСТАМ В ДОСТУПЕ К ИНФОРМАЦИИ (ВКЛЮЧАЯ СЪЕМКУ, ЗАПИСЬ, АККРЕДИТАЦИЮ И Т. П.)

15

ДРУГИЕ ВИДЫ ДАВЛЕНИЯ НА ЖУРНАЛИСТОВ И СМИ

33

канал». В публикации говорится, что в 2015-2016 годах Мазурин руководил проектом по реконструкции коттеджа; стоимость проекта составила почти 200 миллионов рублей. Дом был построен на холме, и во время реконструкции выяснилось, что его фундамент залит с нарушениями. По мнению Мазурина, из-за этого коттедж мог обрушиться, уничтожив дома, построенные ниже. Но хозяин коттеджа, по его словам, отказался полноценно укрепить конструкции. Имя владельца дома в статье не названо. Остается добавить, что после публикации статьи о реконструкции дома Дмитрия Киселева главного редактора газеты «Город 24» *Елену Войтову* отстранили от работы, сообщил Мазурин телеканалу «Дождь». А сам Дмитрий Киселев подал заявление в полицию на Владимира Мазурина. Киселев заявил радиостанции «Говорит Москва», что Мазурин — «просто мошенник», который

ФОТО: GOROD24.ONLINE

Владимир Мазурин

«вымогает деньги». По его словам, документы на дом находятся «в образцовом порядке».

КРОМЕ ТОГО

*** МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ.** Сотрудники управления Роскомнадзора составили в отношении ИА «СеверПост» шесть протоколов, по одному уже вынесено судебное решение. Все протоколы составлены в отношении редакции сайта за «нарушение установленного порядка распространения среди детей продукции средств массовой информации». До этого Роскомнадзор выслал в адрес издания сразу несколько запросов, все они касались публикаций на тему пропавших детей. Все эти заметки о розыске пропавших детей выходили по просьбе волонтеров поисковых отрядов «Мурманспас» и «Лиза Алерт». На фотографиях были лица пропавших и их фамилии и имена, а как иначе можно найти этих мальчиков и девочек? После череды протоколов представители надзорного ведомства попытались найти нарушения в регистрации СМИ.

*** ВЛАДИМИРСКАЯ ОБЛАСТЬ.** Еще одно СМИ перешло на уровень перепечатки пресс-релизов. На днях интернет-издание «ТВ-МИГ» уволило последних штатных журналистов и отказалось от аренды помещения. По словам руководства ресурса, все это связано с желанием снизить издержки, повысить эффективность сайта и привлечь к работе профессионалов, готовых работать дистанционно исключительно за гонорары. Это официальная версия. А неофициально, по словам информированных источников, увольнение сотрудников велось для последующего полного закрытия интернет-ресурса. Якобы генеральный директор компании *Светлана Васкес Кремадес* (в региональных медиа более известна как *Светлана Киреева*) наконец-то получила испанское гражданство и более не заинтересована в жизни в России.

*** ЕКАТЕРИНБУРГ.** Редакция информагентства URA.RU одержала победу в тяжбе с создателем строительной корпорации «Маяк», экс-депутатом *Владимиром Коньковым*. Еще в ноябре 2016 года в рубрике «Слухи» информагентство опубликовало материал о том, что Коньков возобновил финансирование регионального отделения КПРФ, а также лоббировал финансирование из бюджета собственных коммерческих проектов на одном из заседаний фракции в региональном Законодательном собрании. Со значительной задержкой Владимир Коньков посчитал, что информация порочит его деловую репутацию, и в феврале

2018 года подал иск в Ленинский районный суд Екатеринбурга. Однако там ему отказали в удовлетворении исковых требований, не смог бизнесмен склонить на свою сторону и областной суд в апелляционной инстанции. После того как Коньков потерпел очередную неудачу, редакция URA.RU подала на него заявление в тот же Ленинский суд о распределении судебных расходов. И вот суд взыскал с предпринимателя 100 тысяч рублей на оплату услуг представителя СМИ в двух инстанциях.

*** МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ.** В Сергиевом Посаде неизвестные в ночь на 13 октября подожгли машину депутата и журналиста *Андрея Мардасова*, выступающего против открытия крупнейшего в Подмосковье мусорного полигона. Об этом сообщает местное издание AltGazeta. Мардасова после тушения пожара госпитализировали. Главный редактор AltGazeta *Андрей Трофимов* предполагает, что поджог является «актом устрашения» из-за публикаций Мардасова, связанных с попыткой губернатора Подмосковья *Андрея Воробьева* открыть мусорную свалку в деревне Сахарово Сергиево-Посадского района. В феврале Трофимову, выступающему против полигона, тоже подожгли автомобиль. Крупнейший в Подмосковье полигон твердых бытовых отходов будет принимать мусор из 12 районов Подмосковья и Северо-Восточного административного округа.

*** ЕКАТЕРИНБУРГ.** Директору Сети городских порталов Hearst Shkulev Digital *Ринату Низамову* пришло официальное письмо от ГУ МВД по Свердловской области. Как сообщил местный портал E1, в письме говорится, что в полиции провели проверку по поводу задержаний журналистов 9 сентября на несанкционированном митинге против повышения пенсионного возраста

ФОТО: «АЛЬТЕРНАТИВНАЯ ГАЗЕТА» АНДРЕЙ ТРОФИМОВ

Сгоревшая машина депутата и журналиста Андрея Мардасова, выступающего против открытия крупнейшего в Подмосковье мусорного полигона

в Екатеринбурге. «В целях исключения воспрепятствования профессиональной деятельности журналистов с сотрудниками УМВД России по Екатеринбургу были проведены занятия в системе служебной подготовки», — заверили в свердловском ГУ МВД. Напомним, что во время акции, организованной 9 сентября сторонниками Алексея Навального в Екатеринбурге, по данным «ОВД-Инфо», было задержано 183 человека, в том числе журналист портала 66.ru *Дмитрий Антоненков* и корреспонденты E1 *Сергей Панин* и *Дмитрий Емельянов*. Позже протоколы в отношении журналистов были аннулированы, и перед ними во время личной встречи извинился глава свердловского ГУ МВД *Михаил Бородин*.

*** НИЖНИЙ НОВГОРОД.** Коллектив издания moloko+ подал заявление в Следственный комитет после срыва полицейскими презентации альманаха в Нижнем Новгороде, сообщается в Telegram-канале издания со ссылкой на адвоката *Алексея Матасова*. В своем заявлении Матасов сообщил, что полицейские 16 сентября задержали авторов moloko+ *Павла Никулина*, *Софико Арифджанову* и *Михаила Шубина* и нескольких посетителей во время

презентации третьего номера альманаха. Кроме того, силовики изъяли весь тираж moloko+ и отправили журналы на экспертизу на признаки экстремизма, а авторов альманаха увезли в отдел. В результате на Никулина без адвоката составили протокол по статье 19.3 КоАП («Неповиновение полицейским»), а суд назначил ему двое суток ареста и освободил после заседания, так как журналист отбыл это время в изоляторе временного содержания. Презентации moloko+ срывали три раза за два месяца.

*** САНКТ-ПЕТЕРБУРГ.** Городской суд Санкт-Петербурга отменил решение о пяти миллионах рублей компенсации, которую должны были выплатить издание «Деловой Петербург» и его журналисты. Такую сумму ранее присудили ректору Санкт-Петербургского горного университета *Владимиру Литвиненко* по иску о защите чести и достоинства. Суд также снизил с пяти до одного миллиона рублей сумму, которую должен будет выплатить центр антикоррупционных расследований «Трансперенси Интернешнл Россия». В ноябре 2016 года издание «Деловой Петербург» опубликовало статью «Схемы горного короля». В ней говорилось о том, как территории и здания стоимостью около 7 миллиардов рублей переходили от Санкт-Петербургского горного университета в собственность людей, близких ректору Владимиру Литвиненко. Позднее организация «Трансперенси Интернешнл Россия» сообщила, что на землях, выделенных для университета, якобы построили элитное жилье. Изначально Литвиненко оценил причиненный ему ущерб в 50 миллионов рублей. Литвиненко был сопредседателем избирательного штаба президента России Владимира Путина в Петербурге. В университете, который возглавляет Литвиненко, Путин в 1997 году защищал свою кандидатскую диссертацию. Дочь Литвиненко Ольга в интервью «Радио Свобода» заявила, что Путин писал свою диссертацию не сам. Она также обвиняет своего отца в связях с криминалом. Владимир Литвиненко занимает 122-ю строчку рейтинга богатейших бизнесменов России по версии Forbes. Утверждается, что он владеет состоянием примерно в 850 миллионов долларов. В 2017 году Литвиненко заработал более 195 миллионов рублей. Это самый высокий доход среди ректоров российских вузов.

ФОТО: WHOISWHO.DP.RU

Ректор Санкт-Петербургского горного университета Владимир Литвиненко

*** СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ / САРАТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ.** Удивительная история произошла в «Областной газете», официальном издании правительства Свердловской области. Регулярно на ее страницах публикуются юмористические подборки из популярного местного журнала «Красная бурда», и вдруг недавно выяснилось, что одна из заметок, появившаяся в «Областной» еще 9 ноября 2017 года, заблокирована решением Вольского районного суда аж из Саратовской области. Вышеупомянутый суд вынес решение о блокировке заметки юмористов из «Красной бурды» под названием «Как брать и давать взятки, чтобы за это потом не взяли» еще в декабре 2017 года, однако исполнять его начали только сейчас. Об этом говорится в сообщении «Красной бурды» в Facebook. Сейчас публикация уже удалена с сайта «Областной газеты». На странице «Облгазеты» в социальной сети Facebook указано, что иск с требованием заблокировать заметку уральских юмористов подал Роскомнадзор.. Главный редактор «Областной газеты» *Дмитрий Полянин* полагает, что история с блокировкой данной заметки достойна отдельного фельетона «Красной бурды».

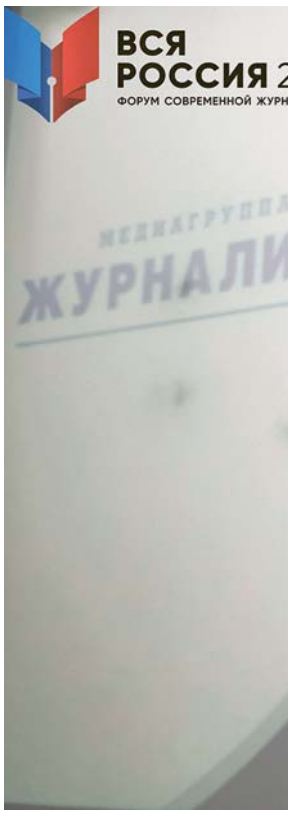
Использованы материалы корреспондентов ФЗГ, российских и иностранных СМИ

Знал бы тизер, был бы в Сочи

ЖУРНАЛИСТ на форуме СЖР «Вся Россия-2018»

С 7 по 12 октября в Сочи обменивались мнениями, укрепляли и тут же губили здоровье более 1500 журналистов со всей России. В рамках Инфорума, еще накануне официального открытия мероприятия, перед региональными журналистами выступили редакторы **ЖУРНАЛИСТА** *Камилла Нигматуллина и Всеволод Пуля. Несмотря на хорошую погоду и теплое море в двух шагах*

Текст: **Роман Кустов**



КАМИЛЛА НИГМАТУЛЛИНА рассказала об особенностях подготовки текстов для интернет-изданий. По ее версии, есть четыре слагаемых успеха:

- Узнаваемый стиль, язык, формат, присущий только конкретному СМИ или журналисту.
- Добавленная ценность к любому сообщению даже общего характера.
- Оригинальные заголовки, соответствующие тексту и содержащие определенность.
- Забота о читателе (проверенные факты, незатянутое начало, отсутствие ненужных деталей, полезный компонент, визуальная культура, лаконичный тизер, цель сообщения).

Типичные ошибки, которые чаще всего встречаются на сайтах региональных изданий:

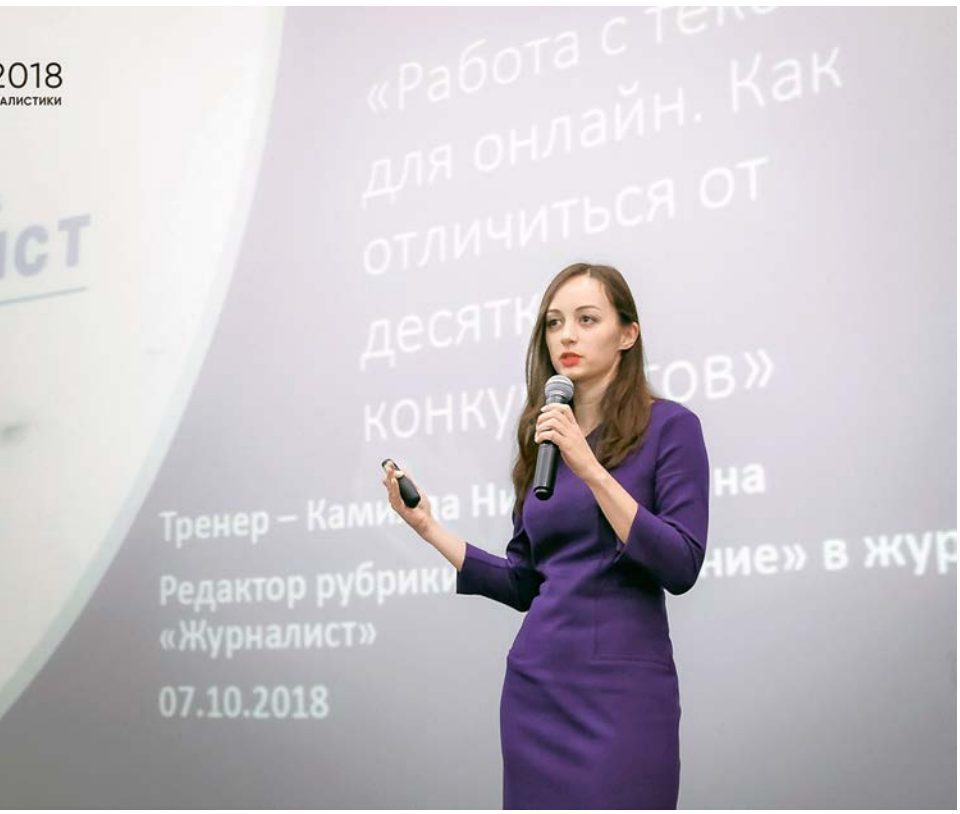
- Неумение выделить главное.
- Отсутствие цели и пользы.
- Долгий заход и повторения.
- Язык и стилистика.
- Заголовок не соответствует тексту.
- Рерайт превращается в копипаст.

ВСЕВОЛОД ПУЛЯ решил посоревноваться с Тони Роббинсом и зарядил главных редакторов позитивными установками по поводу организации процессов в редакции:

- Большинство редакций неуспешны, неприбыльны и просто унылы, потому что не учитывают контекст в работе. Мы не понимаем, что люди не делают особых различий между чтением состава освежителя воздуха в туалете, ленты Facebook с котиками и нашего сайта.
- Задача состоит не только в том, чтобы перевести аудиторию с печатных изданий на цифровые, но и в том, чтобы заинтересовать молодежь.
- Мы тратим слишком много времени на тексты, которые никто не читает. Написать длинный текст могут все. А упаковать важную информацию в короткий текст — это особое умение, которое очень сильно ценится.
- Очень высокий информационный шум, контента слишком много, редакция должна успокаивать аудиторию в этом смысле, снимать головную боль.

Журналисты и представители медиаиндустрии не только учились, но и дискутировали, презентовали свои проекты на выставке (иногда даже с песнями и национальными блюдами), а также получали награды. Всего на церемонии закрытия форума наградили 100 редакций.

ФОТО: СОЮЗ ЖУРНАЛИСТОВ РОССИИ



ДМИТРИЙ ПОДГОРЧУК: «Региональные медиа откровенно проспали социальные сети: я еще два года назад слышал от них, что аудитория из ВК — «мусорная». А мы так никогда не считали, и читатели ответили взаимностью»

Новостная отбивная

Кенигсбергские клопсы — это такое мясное блюдо прусской кухни. Говорят, очень вкусное. Рецепт легко гуглится. Нам же интересен рецепт другого блюда, о котором мы поспешили расспросить **Дмитрия Подгорчука**, директора калининградского портала Клопс.Ru. Ибо когда аудитория регионального медиаресурса превышает население этого региона, одного «Guten Appetit!» маловато

Беседовал: **Александр Никитушин**

— Как проект Клопс.Ru менялся в течение 11 лет?

— За эти годы он прошел путь от классического городского портала до сугубо информационного сайта. Сначала, как и большинство региональных ресурсов, мы были обвешаны десятками неработающих или плохо работающих разделов, сервисов и функций: форумы, блоги, объявления и прочий мусор. Лет семь назад был сделан акцент на информационное вещание, все остальное «убили». Так и живем до сих пор.

— В чем отличие контента, публикуемого на вашем сайте, от размещаемого в социальных сетях?

— В каждую соцсеть контент подбирается согласно привычкам и чаяниям аудитории этой сети. Где-то это полностью лента с сайта без купюр, где-то выборочные материалы, где-то больше картинок, где-то меньше. Но в целом мы стараемся максимально отразить картину дня с сайта в социальных сетях.

— На какие соцсети делаете основную ставку?

— «ВКонтакте» и Instagram. Они сейчас наиболее перспективные.

— О них и поговорим. Тем более мимо количественного показателя вашей аудитории во «ВКонтакте» невозможно пройти. У вас там 250 тысяч подписчиков. (голосом Соломина-Ватсона) Как?

— Элементарно! На самом деле мы, во-первых, рано начали — когда еще никто не воспринимал соцсети как источник трафика. В итоге многие региональные медиа откровенно проспали социальные сети: я еще два года назад слышал от них, что аудитория из ВК — «мусорная». А мы так никогда не считали, и читатели ответили взаимностью. Во-вторых, мы с ними постоянно работаем — новые форматы, модерирование, интерактив, много новостей.

— В интервью Adconsult (май 2016 года) вы сказали: «Мы там (в Instagram) присутствуем, но для нас это не совсем удобная площадка. Сложно работать с точки зрения контента. У нас новости. И не всегда пушистые. А Instagram требует условно «девчачьего» подхода — преимущественно развлекательные фото и очень короткие комментарии. Причем желательно позитивные». Однако за два с половиной года вы выросли там с 23 тысяч до 100 тысяч. У меня тот же вопрос: как? Выходит, ваше отношение к этой платформе изменилось?

СПРАВКА

НОВОСТНОЙ ПОРТАЛ Калининградской области **КЛОПС.RU** начал свою работу в 2007 году. Сегодня среднемесячная посещаемость ресурса составляет около 1,18 млн посетителей. Учредитель: «Медиагруппа «Западная пресса».

ГЛАВНЫЕ КРИТЕРИИ, ПО КОТОРЫМ МЫ ПОДБИРАЕМ ЖУРНАЛИСТОВ, — ЭТО УМЕНИЕ ПИСАТЬ МАТЕРИАЛЫ, РАЗБИРАТЬСЯ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОВЕСТКЕ И ОГРОМНОЕ ЖЕЛАНИЕ РАБОТАТЬ

— По сути, рецепт тот же, что и в случае с «ВКонтакте». Мы не тормозили и пробовали разные варианты. В конечном итоге остановились на том, что стали делать больше новостей и меньше — условно «девчачьих» материалов. Площадка, конечно, растет, но я не смогу назвать Instagram удобным для изданий, пока там не появятся ссылки, аналитика и все остальное, что есть во «ВКонтакте» и в Facebook.

— Вы много внимания уделяете работе с мессенджерами, не так ли?

— Честно говоря, не особо уже и уделяем. Волна с Telegram прошла, и выяснилось, что конверсия от него (подписчики/переходы на сайт) ниже, чем во «ВКонтакте», и даже чем в Facebook (а в Калининграде Facebook традиционно плохо читают). Еще мы работаем с Viber, там история чуть лучше, но тоже ниже среднего. Мессенджеры по умолчанию меньше приспособлены для работы с изданиями, и даже лучший из них в этом отношении — Telegram — менее удобен для нас как для площадки, чем тот же Instagram. В общем, на мой взгляд, никакого перетекания аудитории и СМИ из «классических» соцсетей в мессенджеры не произошло. Расходимся.

— Кто у вас занимается соцсетями?

— У нас есть SMM-редактор. В его ведении семь соцсетей и мессенджеров, KPI и четкие обязанности.

ФОТО: АЛЕКСАНДР ПОДГОРЧУК

— Сколько всего человек работает в вашей редакции?

— В редакции работают 20 человек. Помимо упомянутого SMM-редактора пять корреспондентов, пять редакторов плюс корректоры, фотографы, администраторы сайта и дежурные редакторы. Производство материалов разделено на элементы, за каждый из которых отвечает отдельный сотрудник: от поиска инфоповодов до публикации материала.

— Трудятся ли штатные сотрудники в удаленном формате и много ли у вас внештатников?

— Нет, все работают в офисе, внештатников нет.

— Полагаю, тех, кто совмещает работу в Клопс.Ru с другой работой, тоже нет?

— Да. О другой работе сотрудников я не слышал, но сомневаюсь, что это физически возможно при их нагрузке.

— Насколько остро для вас стоит кадровая проблема?

— Конечно, новые кадры — это проблема, но я бы не сказал, что она остро стоит перед нами. Штат укомплектован, и мы нечасто ищем кому-то замену. Если кого-то и ищем, то чаще всего это журналисты из других СМИ.

— А студенты из вузов?

— Главные критерии, по которым мы подбираем журналистов, — это умение писать материалы, разбираться в информационной повестке и огромное желание работать. Студенты, к сожалению, чаще всего этим критериям не отвечают, поэтому с вузами мы не сотрудничаем.

— С помощью каких сервисов и метрик вы анализируете эффективность работы ваших сотрудников в онлайне и сайта в целом?

— С помощью «Яндекс.Метрики», Google Analytics и Onthe.io.

— Какими инструментами и приложениями для редакционного планирования, работы с текстами и коммуникации пользуются сотрудники редакции?

— Планирование и организация работы — Trello. Интуитивно понятно, быстро и бесплатно. Написание, редактура и корректура текстов, архив текстов — Google Drive. Безопасно, совместная работа онлайн, сохранение версий, правки. Внутриредакционные коммуникации — Telegram. Быстро, есть у всех, бесплатно.

— Каковы источники доходов Клопс.Ru сегодня?

— Главным источником доходов, как и на протяжении всех 11 лет, для нас является реклама.

— Растет ли она на сайте, в ваших пабликах в соцсетях и в мессенджерах?

— Я бы не назвал это взрывным ростом, но все же рост есть. Социальные сети — самое существенное увеличение за последние год-два. Мессенджеры вообще не продаются.

В РЕДАКЦИИ РАБОТАЮТ 20 **ЧЕЛОВЕК: ПЯТЬ КОРРЕСПОНДЕНТОВ, ПЯТЬ РЕДАКТОРОВ, SMM-РЕДАКТОР, А ТАКЖЕ КОРРЕКТОРЫ, ФОТОГРАФЫ, АДМИНИСТРАТОРЫ САЙТА И ДЕЖУРНЫЕ РЕДАКТОРЫ**

— Какие СМИ вы считаете вашими прямыми конкурентами?

— Местные интернет-СМИ. Но мы уже давно лидеры в своем регионе, и гораздо больше меня беспокоят федеральные сервисы и структуры. Те же социальные сети и агрегаторы. Да, они сейчас генерируют нам трафик, но, как показал опыт Facebook, в любой момент это может прекратиться, и выяснится, что ты отдал свою аудиторию соцсети и ничего не получил взамен.

АУДИТОРИЯ КЛОПС.RU В СОЦСЕТЯХ И МЕССЕНДЖЕРАХ

251 000 — «ВКонтакте»

104 000 — Instagram

19 000 — Viber

15 500 — «Одноклассники»

12 500 — Facebook

5 000 — Telegram

4 500 — Twitter

Три человека на место

Как организована работа редакции самой тиражной региональной газеты страны. Коротко о главном

Текст: **Дмитрий Полянин,**
главный редактор «Областной газеты» (Свердловская область)

Редакционная планерка — неотъемлемая часть работы над ежедневной газетой

«Областная газета» — консервативное издание для массовой аудитории. Никаких специальных «стопов» в нашей работе нет, но есть чувство такта по отношению к нашим героям и уважение к нашим читателям

О структуре редакции

В редакции «Областной газеты» трудятся 80 сотрудников, половина которых непосредственно связана с производством контента. Остальные заняты в управлении, информтехнологиях, обеспечении и коммерции.

Любой сотрудник редакции при необходимости может работать в удаленном режиме. Для этого используются облачные технологии.

Что до внештатных сотрудников, то специальная работа с ними не проводится, однако количество авторских договоров измеряется десятками. Есть постоянные авторы, есть те, с которыми отношения возникли по случаю одной публикации.

Вообще кадровой проблемы у нас нет. В «Областной газете» работают лучшие журналисты региона. Из каждых десяти человек, проходящих испытательный срок в редакции, только трое получают предложение о продолжении сотрудничества.

О повышении квалификации

Мое мнение: учиться надо было в школе и вузе, а у нас надо работать. Тем не менее любые хотелки сотрудников на тему повышения квалификации принимаются к рассмотрению. Поддерживаются почти все заявки на конкурсы, семинары, премии, фестивали. Приветствуются «мозговые штурмы» и обмен новыми знаниями.

О работе над номером

Процесс планирования, подготовки и сдачи номера «Областной газеты» не останавливается ни днем, ни ночью. Совсем упрощенно это выглядит так: журналист делает заявку на материал в планировщике, редактор отдела одобряет или отклоняет ее и формирует

свои полосы, дежурный редактор ведет весь номер и забирает лучшие заявки для представления на первой полосе. По мере готовности материалов они сразу отправляются на сайт. Служба информации страхует по оперативным новостям, любая из которых может быть развернута в полноценный материал.

О РЕДАКЦИОННЫХ СТАНДАРТАХ

Стандарт «Областной газеты» — консервативная газета для массовой аудитории. Никаких специальных «стопов» в нашей работе нет, но есть чувство такта по отношению к нашим героям и уважение к нашим читателям.

ОБ ИНСТРУМЕНТАХ И МЕТРИКАХ

Мы предпочитаем собственное программное обеспечение. Половина ПО — собственные разработки отдела ИТ и информационной безопасности. Сайты, система опубликования нормативно-правовых актов, документооборот, визуализация и планирование номеров, фотобанк — все это создано нашими программистами.

Из стандартных программ — Adobe InDesign и «1С-предприятие». Творческий блок работает на Linux, административный предпочитает Microsoft. Все творческие работники пользуются сервисами социальных сетей и распространенными мессенджерами.

Что касается анализа нашей работы в интернете, то кроме стандартных статистических игрушек поисковых систем мы разработали собственный счетчик чтения в онлайне. Оценка работы сотрудников проводится также по уровню их доходов, выполнению норм, количеству бонусов.

О ПРОБЛЕМАХ

Сегодня у печати две беды: качество доставки и дистрибуция. И два пути их решения: признание доминирующего положения «Почты России» в сфере подписки (и тогда ей придется защищать свой тариф доставки) и нормативное регулирование количества точек продаж прессы в расчете на количество населения и на торговые площади в ТЦ. Если решим эти проблемы, то устраним тромбы на пути прессы к читателям. Остальное сделает рынок.

СПРАВКА

«ОБЛАСТНАЯ ГАЗЕТА» (первое название — «За власть Советов») — общественно-политическая газета, издаваемая в Екатеринбурге с 8 марта 1990 года. С 2004 года и по сегодняшний день является самой тиражной региональной газетой России. Выходит пять раз в неделю (со вторника по субботу). Средний тираж одного номера в 2018 году — 82 000 экземпляров. Объем — 4–16 полос формата А2. Территория распространения — Свердловская область.

УЧРЕДИТЕЛИ: губернатор Свердловской области, законодательное собрание Свердловской области. **СЕТЕВЫЕ ИЗДАНИЯ:** oblgazeta.ru; pravo.gov66.ru.

ОБЛАСТНАЯ ГАЗЕТА
Среда, 15 августа 2018 года
МКС на связи с «ОГ». Нам позвонил космонавт
«Единая Россия» поддержит НКО

ФОТО: ИЗ АРХИВА «ОБЛАСТНОЙ ГАЗЕТЫ»

Соловьев-разбойник пересвистел богатыря Познера

Как россияне относятся к журналистам

Текст: **Наталья Налитова**

Соловьев, Малахов и Познер — самые авторитетные журналисты России, а телевизор остается главным источником информации. Но обо всем по порядку.

Исследовательская группа ЦИРКОН и фонд «Медиастандарт» опросили более полутора тысяч россиян, чтобы выяснить, как они относятся к профессии журналиста.

И опасна, и трудна. Две трети наших соотечественников полагают, что журналистика — уважаемая и престижная профессия. Еще больше граждан считают необходимой для работы журналиста специальную квалификацию и рассматривают эту деятельность как трудную и небезопасную (**84%** и **81%** соответственно).

При этом, несмотря на высокую оценку профессии, только половина респондентов думают, что она высокооплачиваема. А безоговорочно доверяют журналистам и того меньше — всего **17%**.

Знать, уметь, входить. Красиво и грамотно писать, следовать этике, уметь работать с разными типами информации и создавать мультимедийные форматы — основные требования, которые выдвигают к журналистам россияне и они сами. А вот образование по специальности «журналист» считают обязательным **79%** участников массового опроса и только **13%** профессиональных журналистов.

Членство в профессиональных сообществах также стало важным элементом статуса журналиста с точки зрения населения (**46%**) и совсем несущественным для журналистов, **81%** которых считают это излишеством.

Честные и наглые. Образ российского журналиста в массовой аудитории выглядит очень даже симпатично. В глазах большей части публики им свойственны смелость, чувство юмора, упорство, самоотверженность и даже честность. Эти качества отметили более **50%** респондентов. Единственное отрицательное качество, которое приписывает журналистам большая часть опрошенных, — наглость и назойливость.

Алчность, продажность, цинизм и беспринципность отметили как несвойственные для представителей профессии более **35%** населения. Но независимостью и альтруизмом журналисты, по их мнению, не отличаются.

Шоу не должно продолжаться. Россияне ставят на первое место принципы традиционной журналистики, а не «новых медиа». Авторы опроса предложили им выбрать одно из двух альтернативных мнений в трех парах суждений. Большинство предпочло правдивость и полноту освещения информации ее оперативности и увлекательности. Выбор между авторской позицией и объективностью оказался не столь однозначен — респонденты разделились на два почти равных лагеря.

Информатор и комментатор — важные, но не единственные роли журналистов, по мнению россиян. Работники СМИ должны также критиковать власти, распространять различные мнения о проблемах, помогать людям и просвещать их.

Пропаганда и развлечение оказались внизу списка — эти функции отметили менее **10%** населения.

Птица-тройка. Тем любопытнее выглядят результаты следующей части опроса. С большим отрывом самыми авторитетными журналистами оказались ведущие двух федеральных каналов Первый и «Россия 1» — Владимир Соловьев (**11,1%**), Андрей Малахов

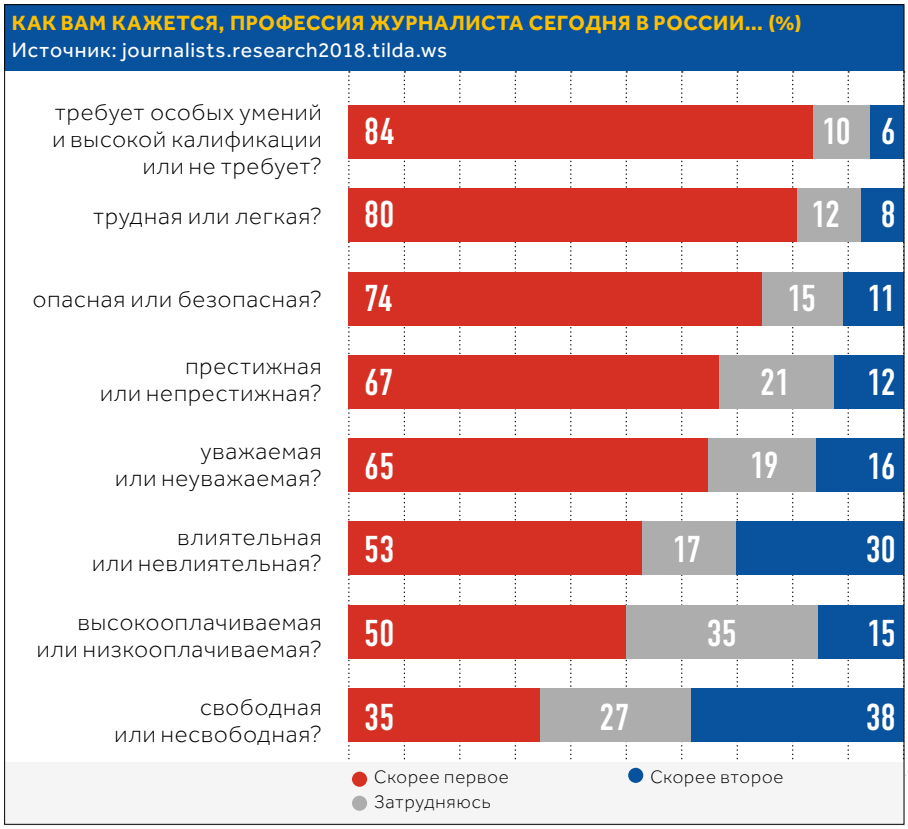
(8,2 %) и Владимир Познер (7,2 %). При этом половина участников вовсе не смогли никого назвать.

Другие отрасли оказались гораздо менее персонифицированными: среди интернет-журналистов самым авторитетным стал Юрий Дудь (0,7 %), о радийщиках вспомнили опять в лице Владимира Соловьева, а из представителей печатных СМИ респонденты отметили Дмитрия Быкова (0,2 %).

Доверчивые глаза народа. Самому персонифицированному виду СМИ население доверяет больше, чем остальным. Лидер доверия среди каналов информации о событиях в стране и мире — передачи российского государственного телевидения (63 %). Государственным прессе и радио доверяют всего 16 % и 10 % опрошенных, а интернет в качестве источника общественно-политической информации чуть опередил печатные СМИ (18 %). Хотя еще несколько лет назад он уступал прессе по уровню доверия среди россиян.

Сиди и смотри. Наиболее распространенным информационным каналом ежедневного использования для россиян также осталось телевидение: ежедневно телепередачи смотрят 69 % респондентов. Причем потребляют в основном новости (58 %), фильмы (56 %) и познавательные передачи (30 %). На последнем месте в рейтинге — реалити-шоу (6 %), мультфильмы (8 %) и телеигры (3 %).

Интернет почти догнал телевизор — им ежедневно пользуются 60 % опрошенных. Пресса и радио сильно отстают. Радио в ежедневном режиме слушает всего треть населения, большинство из них — водители и офисные работники. А прессу читает лишь каждый десятый россиянин, еще 9 % читают ее в электронном виде.



Виляют, но влияют. Еще одна тема опроса — влияние журналистов на жизнь страны. 41 % опрошенных считают, что оно положительное, 30 % утверждают, что его вовсе нет, а еще 12 % считают, что журналисты негативно влияют на общество.

Оптимистов оказалось больше среди тех, кто знает журналистов лично и доверяет как СМИ в целом, так и государственным медиа в частности.

Несем не чушь, а ответственность. Перед кем в первую очередь должны нести ответственность журналисты? Представления населения и журналистов по данному вопросу кардинально разнятся. Респонденты не считают, что журналист должен отвечать перед самим собой, в то время как сами журналисты считают такую ответственность не менее важной, чем перед всем обществом. 71 % журналистов считают, что должны отвечать перед своей аудиторией, и только 35 % россиян считают так же.

В отношении власти мнения населения и журналистов тоже разошлись — лишь 3 % журналистов считают, что должны нести перед ней ответственность, в то время как такого мнения придерживается каждый пятый респондент.

Однако и россияне, и профессиональное сообщество сходятся в том, что журналисты должны нести ответственность прежде всего перед обществом (82 % и 79 % соответственно).

Встречи выпускников — золотое дно

ПОЧТИ ВСЯ РЕДАКЦИЯ НЕБОЛЬШОГО МЕСТНОГО ИЗДАНИЯ RICHLAND SOURCE В ГОРОДКЕ РИЧЛЕНД, ШТАТ ОГАЙО, РАЗЪЕЗЖАЕТСЯ В ОДНУ СЕНТЯБРЬСКУЮ СУББОТУ ПО МЕСТНЫМ ШКОЛАМ. Там проходят встречи выпускников. Журналисты делают как можно больше снимков, потом создают на своем сайте фотогалерею с вечеринки для каждой школы. Рекламная служба продает спонсорство в фотогалерее местным компаниям за 3000 долларов. Галереи организованы как слайдшоу на несколько десятков фотографий. Спонсорские слайды вставляются где-нибудь между фотографиями: это одновременно и заметно, и не так уж навязчиво, можно пролистнуть.

Любопытно, что спонсорство в фотогалереях выпускников раскупается заранее. Это неудивительно. Раздел фотографий со встреч выпускников в первые два дня сгенерировал 401 просмотр, что превышает средний показатель для этого сайта в 10 раз.

Точно таким же образом редакция работает на выпускных балах в окрестных школах. Формат неожиданно стал популярным. Выпускники, их друзья и родственники не только заходят сами, чтобы скопировать профессионально сделанные в жанре «светской хроники» фотографии, но и делятся ими в социальных сетях.

И еще мы немножко шьем

СМИ ПРОДОЛЖАЮТ ИСКАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДА. Эти поиски уводят их порой очень далеко от медиабизнеса. Например, BuzzFeed открывает на Манхэттене магазин игрушек, но не простой, а с таинственной задней комнатой. Эта комната будет специально декорирована для того, чтобы… посетители могли делать в ней селфи для Instagram.

Декорации в комнате будут меняться несколько раз в год, в зависимости от сезона. Например, несколько недель зал будет декорирован под джунгли — с чучелами животных, которые, кстати, будут тут же и продаваться. В другой раз это может быть морское побережье с соответствующими атрибутами или декорации стадиона.

По сообщениям источников, для проекта BuzzFeed нанял нью-йоркского гуру магазинного брендинга Рэчел Шехтман, которая уже открыла похожий магазин, ориентированный на тинейджеров и миллениалов, — с ротацией ассортимента и стиля в зависимости от сезона.

Детали нового магазинного бизнеса BuzzFeed пока неизвестны. Обращает на себя внимание сам нестандартный подход. Неизвестно, сколько денег будет приносить продажа игрушек, но магазин явно задуман как модное место, точно ориентированное на аудиторию BuzzFeed — цифровую молодежь.

Если идея сработает и магазин с игрушками и декорациями для Instagram-селфи станет популярным, изданию удастся реализовать другую важную задачу: развиртуализировать свой бренд, заякорить свою онлайн-публику в офлайне. Это поможет привязать читателя какими-то материальными ощущениями, что для цифрового, то есть эфемерного, бренда очень важно.

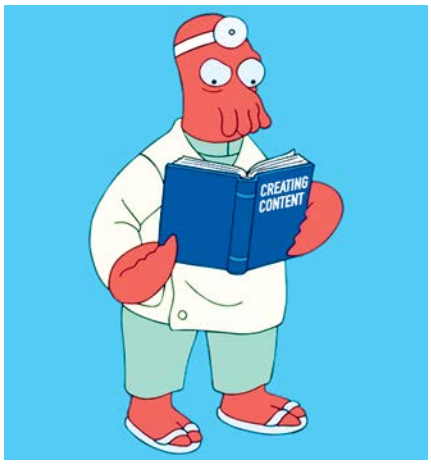
СКРИНШОТ: RICHLANDSOURCE.COM

Любой контент за ваши деньги

НЫНЕ КОМПАНИИ САМИ ПРЕВРАЩАЮТСЯ В МЕДИА. А значит, им нужен контент. Например, для сайта или корпоративного блога. Причем этот контент не должен быть лобовой рекламой. Он должен продвигать ценности и продукты исподволь, на фоне реально интересных для потребителей тем.

На этом запросе рынка основывается нативная реклама в СМИ. Редакции умеют производить интересный контент и продают этот свой навык сторонним компаниям. Контентные студии и бюро организованы во многих СМИ. Они чаще всего работают на рекламодателей-партнеров — сочиняют им материалы, которые потом размещаются в этом же СМИ.

Но Digiday отмечает новую тенденцию. Спрос на бренд-контент настолько велик, что контентные студии СМИ все больше начинают работать «на сторону», как агентства. Имея долгие и доверительные отношения



с рекламодателями, они получают заказы на производство контента, который рекламодатели потом публикуют где-то еще.

Эта тенденция несет как выгоды, так и риски. С одной стороны, дополнительные заказы — это дополнительные деньги. С другой, бизнес этот низкомаржинальный и к тому же подрывает собственный рекламный статус издания, так как силы «задешево» отвлекаются на производство материалов, которые не будут опубликованы в собственном СМИ и не принесут рекламных поступлений, более высокомаржинальных. С третьей стороны, если отказываться от таких заказов, то и этих денег не будет.

В России бизнес по производству контента для брендов тоже бурно развивается, но, в отличие от западных рынков, на нашем бал правят частники-надомники. В Европе и США бренды предпочитают обращаться к профессиональным структурам с соответствующими гарантиями качества и дисциплины. У нас в этой нише работают в основном фрилансеры. Однако, учитывая рост рынка и необозримые перспективы этого роста, профессиональные контент-бюро, созданные на базе редакций, тоже могут претендовать на его часть.

Вместо подписки — целый кабан

THE NEW YORK MAGAZINE, введший клубную подписку в 2016 году, создает на ее базе дисконтную систему с упором на гастрономические и питейные события.

Клубная система предполагает не столько продажу контента как товара за деньги, сколько добровольную финансовую поддержку читателями своего издания. Редакция в ответ предлагает различные «клубные» услуги — от доступа к закрытым разделам, к самим журналистам и планеркам до специально организованных клубных мероприятий — семинаров, форумов, концертов звезд, просто вечеринок. Члены клуба могут получать билеты на такие мероприятия бесплатно либо со скидкой.

К этому традиционному набору The New York Magazine, как и многие другие СМИ, прибавил дисконтную программу. Имея широкий круг рекламодателей, можно договориться с ними о скидках и распродажах для членов читательского клуба. Компании в любом случае проводят акции и распродажи, чтобы привлечь клиентов. Члены клуба могут узнавать первыми о таких акциях или получать специальные скидки. Всем выгодно. Вместо подписки читатели получают программу мероприятий, дисконтную карту и чувство причастности к социальному проекту — поддержке своего СМИ.

Теперь The New York Magazine сообщил, что сосредоточится на эксклюзивных гастрономических и питейных вечеринках. Для членов клуба будут организованы специальные мероприятия в сотрудничестве с ресторанами и алкогольными брендами. Одно из таких мероприятий прогремело буквально на весь мир. Для читателей организовали вечеринку в итальянском ресторане Maialino, для которой местный шеф зажарил целого кабана.

ИЛЛЮСТРАЦИЯ: DIGIDAY.COM

Приложение 12-app, в котором применяется алгоритм для автоматизации процесса курирования контента Octopus, дает пользователям доступ к двенадцати главным материалам дня

Газета в твердых щупальцах

Может ли машина заменить интуицию журналиста? Швейцарская медиакомпания Tamedia создала «бесчеловечный» алгоритм для одного из новостных приложений

Текст: **Симона Флюкигер,** *WAN-IFRA*

С помощью алгоритма, который назвали Octopus, Tamedia попыталась определить, способна ли машина принимать решения за редакторов и журналистов, когда речь идет о курировании контента для разных платформ.

Испытательной площадкой для этого технологического эксперимента послужило приложение медиакомпании 12-app, которое дает пользователям доступ к двенадцати главным материалам дня в одном выпуске. Приложение было создано три года назад, и с тех пор его (бесплатно) скачали около 300 тысяч раз, а доступ к нему ежемесячно осуществляют почти сто тысяч уникальных пользователей, утверждает Михаэль Марти, руководитель отдела цифрового редакционного развития Tamedia.

12-app призвано способствовать превращению новых пользователей приложения в подписчиков за 9 швейцарских франков (8 евро) в месяц. Причем за первые «пробные» две недели оплата не взимается, далее бесплатно пользователи получают доступ только к одной статье в месяц. По словам Марти, у приложения несколько тысяч платных подписчиков.

АВТОМАТИЗАЦИЯ, ПРИДИ!

Контент для каждого ежедневного выпуска 12-app берется из общего портфолио медиакомпании, которое включает флагманскую ежедневную газету Tages-Anzeiger, около 20 региональных газет и женские журналы.

Как правило, с 7.00 до 8.30 утра сотрудники 12-app просматривают сайты, газеты и журналы Tamedia, чтобы скомпоновать дневной выпуск, после чего на редакционной планерке окончательно утверждается отобранное.

«Это вполне традиционный, но при этом сложный и долгий способ отбирать статьи, — говорит Марти. — Поэтому мы вскоре начали задумываться о разработке системы для поддержки или даже полной автоматизации процесса отбора».

Сотрудники обратились к специалистам Tamedia по работе с данными, которые предложили построить алгоритм для автоматизации процесса курирования контента, с чего и начался проект Octopus.

ОПЕРАЦИЯ OCTOPUS

«Мы хотели, чтобы алгоритм отбирал типичные для 12-app статьи, то есть статьи, похожие на те, которые публиковались в предыдущих выпусках, — говорит Марти. — Поэтому нам надо было научить нейронную сеть отличать суть материалов для 12-app от всех остальных статей».

Они построили базу данных из 3000 материалов, которые были отобраны редакторами в прошлом, чтобы научить алгоритм распознавать характеристики статей для 12-app.

Суть или статистические свойства статьи для 12-app затем преобразуются в машинно-читаемый формат путем автоматического анализа текста и обработки естественного языка, которые формируют основу для обучения сети искусственного интеллекта распознавать различия между теми статьями, которые считаются подходящими для 12-app, и всеми остальными.

Материалам присваиваются баллы, которые указывают на степень их сходства с ранее публиковавшимися статьями (в компании это называют «12-аппность»). На основе этих баллов, а также нескольких встроенных фильтров алгоритм к утру генерирует список из десяти самых подходящих материалов, отобранных

МИХАЭЛЬ МАРТИ:
«В ИДЕАЛЕ ПОДОБНУЮ СИСТЕМУ НУЖНО ИСПОЛЬЗОВАТЬ КАК ВСПОМОГАТЕЛЬНУЮ, ПОЭТОМУ МЫ ОСТАНОВИЛИСЬ НА КОМБИНАЦИИ ЧЕЛОВЕКА И МАШИНЫ»

из массива, включающего свыше 400 статей. Затем список публикуется на канале в Slack, где его может открыть и проверить редактор.

Алгоритм имеет также функционал обратной связи с редакторами, давая им возможность сообщить, понравилось им предложенное или нет, что способствует дальнейшему совершенствованию алгоритма.

ВКАЛЫВАЮТ ВСЕ

Что касается результатов, Марти заявил, что алгоритм извлекает контент из гораздо большего числа источников, чем смог бы человек, и при этом около 50% предложенного им редакторы считают подходящим и используют при составлении выпусков. Кроме того, он вдвое сокращает время на отбор статей (примерно до 45 минут), не влияя при этом на общее качество выпуска.

«Необходимо признать, что полностью автоматизированное курирование нереально в таких основанных на качественных характеристиках продуктах, как приложение из серии «лучшее из...», — резюмирует Марти. — В идеале подобную систему нужно использовать как вспомогательную для процесса принятия решений, поэтому мы остановились на комбинации человека и машины».

Алгоритму труднее всего определять злободневность материала, поскольку он опирается исключительно на текст, без учета метаданных и контекста в целом.

«Еще ему трудно приходится со статьями на тему культуры, где мы публикуем много рецензий, поскольку он ошибочно принимает их за очерки или репортажи, — сетует Марти, но с оптимизмом продолжает: — Работа над проектом не останавливается, так что мы непрерывно совершенствуем обучающий алгоритм».

Материал подготовлен WAN-IFRA и СППИ (ГИПП)

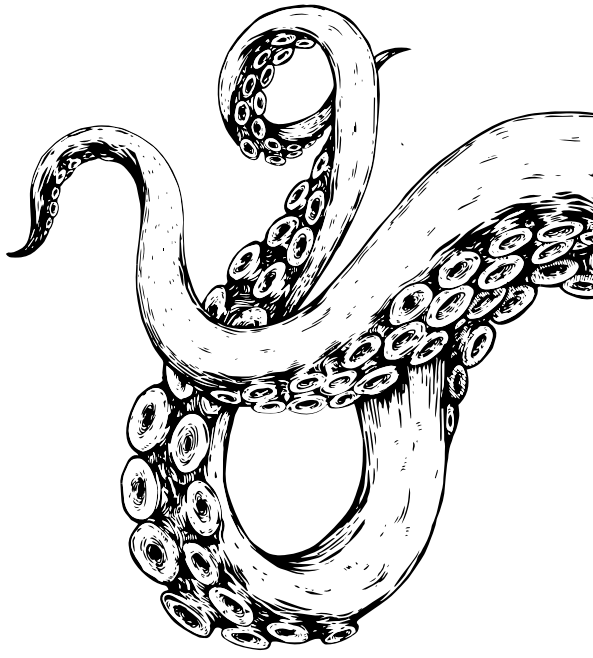
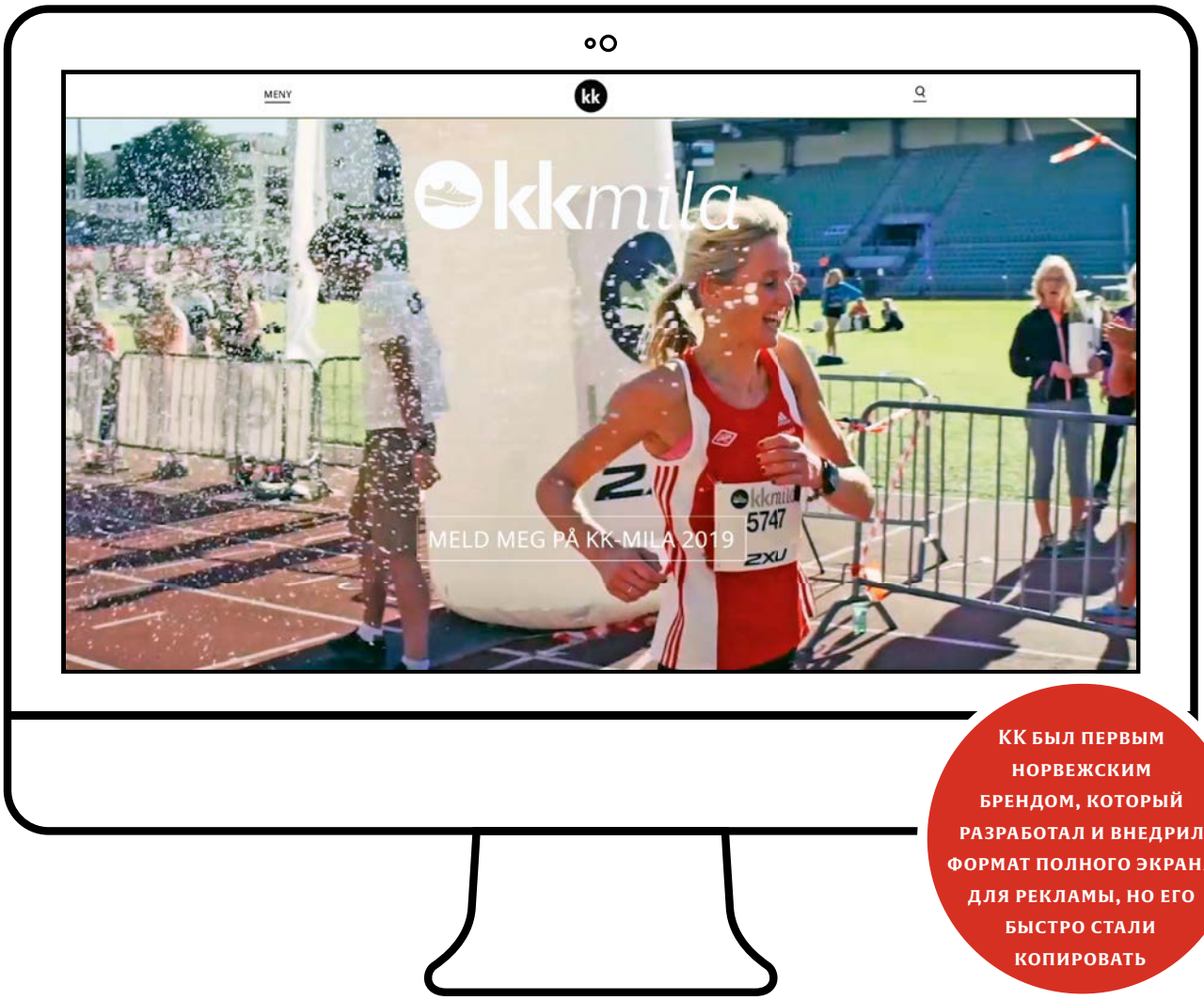


ФОТО: 12APP.CH; TWITTER.COM/MICHAELMARTI; SHUTTERSTOCK.COM



КК был первым норвежским брендом, который разработал и внедрил формат полного экрана для рекламы, но его быстро стали копировать

Глянцевый онлайн

Ведущий норвежский женский журнал KK в следующем году отметит 145-летие. И хотя у KK есть богатая история и свои традиции, его владелец, главный редактор и сотрудники демонстрируют, что их журнал совсем не консервативен

Текст: **Брайан Везелинг,** *WAN-IFRA*

Констатация факта: стратегия digital first и элегантный дизайн издания, эффективно использующий «воздух», помогли выдвинуть его в число десяти самых популярных веб-сайтов Норвегии.

«Мы запустили первую бета-версию KK-онлайн около 14 лет назад. Но печать по-прежнему оставалась нашим главным источником дохода, поскольку у бумажной версии было больше читателей, — вспоминает Ингеборг Хельдаль, главный редактор KK. — Пять лет тому назад мы внедрили совершенно новую рабочую платформу, чтобы сделать наш веб-сайт более современным, актуальным и «цифровым», потому что изначально он был очень статичным — на тот момент нам нужно было разместить KK в интернете, чтобы просто застолбить себе место».

СТРАТЕГИЯ ПРИЗНАНИЯ

Сегодня KK строго следует стратегии digital first. «Мы не придерживаем никаких материалов или иллюстраций исключительно для печатной версии. Мы размещаем в онлайне все, а потом решаем, что выпускать на бумаге. Такой подход оказался вполне эффективным, и теперь у нас есть команда разработчиков, которые постоянно занимаются только KK», — говорит Хельдаль.

Именно благодаря работе этой команды KK считается одним из лучших брендов в портфолио его владельца, компании Aller Media. «Это потому, что он служит своеобразным испытательным стендом для разнообразных решений, — объясняет Хельдаль. — И еще потому, что наша команда придумала, как показывать полноформатную рекламу, которая дает читателю то же ощущение глянца, что и печатная версия, только онлайн».

По словам главного редактора журнала, KK был первым норвежским брендом, который разработал и внедрил формат полного экрана для рекламы, но его быстро стали копировать как братья по издательству, так и конкуренты. «Это очень красиво смотрится и всегда полностью продается. Хорошо бы еще увеличить количество просмотров на нашем веб-сайте, чтобы удовлетворить запросы рекламодателей, но в целом разработка и использование такого формата стали для нас очень удачным начинанием».

В октябре прошлого года сайт KK.no получил от WAN-IFRA награду World Digital Media Awards за лучшую цифровую рекламную кампанию, включая брендированный контент. А в начале 2017 года издание победило на Европейском конкурсе цифровых медиа в той же номинации. «Это признание того, что мы на верном пути, — говорит Хельдаль. — Я очень-очень горжусь, что мы получили призы за новаторские решения в области цифровой рекламы, и особенно рада за команду наших разработчиков, придумавших такой красивый рекламный формат, который теперь копируют и хотят использовать наши коллеги и конкуренты. Признание — это всегда очень важно. А когда твою работу отмечают профессионалы своего дела, появляются все основания высоко держать голову и гордиться своим продуктом».

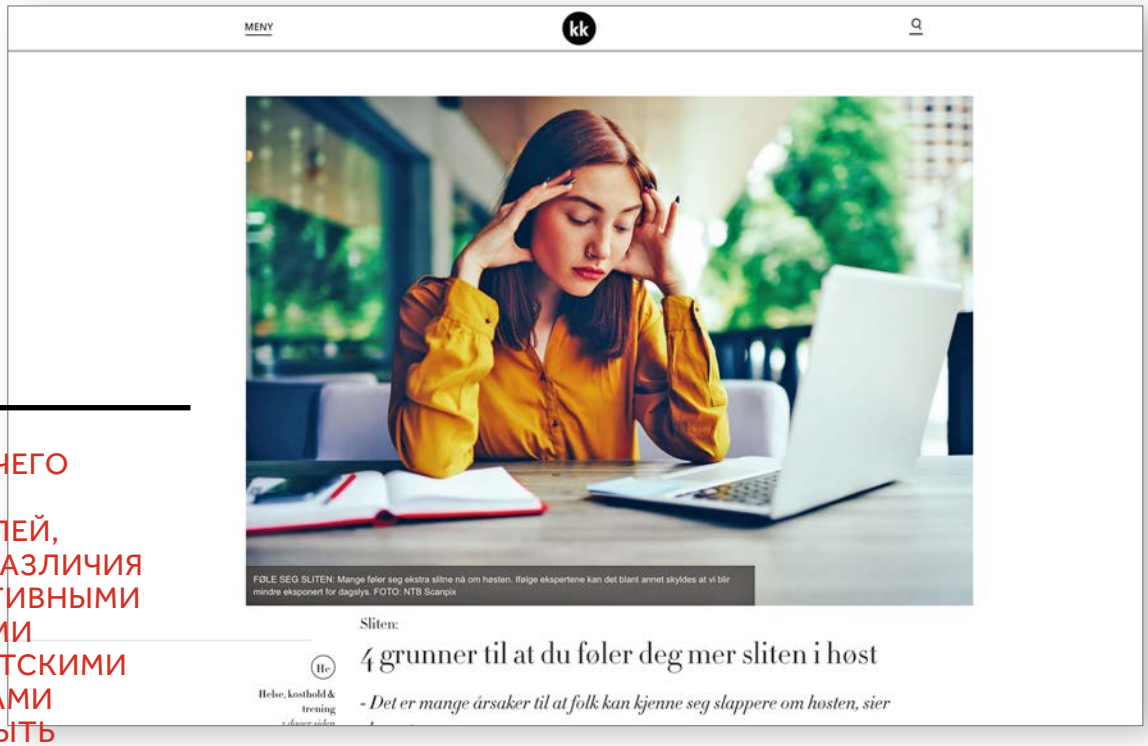
ИНГЕБОРГ ХЕЛЬДАЛЬ: «МЫ НЕ ПРИДЕРЖИВАЕМ НИКАКИХ МАТЕРИАЛОВ ИЛИ ИЛЛЮСТРАЦИЙ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ДЛЯ ПЕЧАТНОЙ ВЕРСИИ. МЫ РАЗМЕЩАЕМ В ОНЛАЙНЕ ВСЕ, А ПОТОМ РЕШАЕМ, ЧТО ВЫПУСКАТЬ НА БУМАГЕ»

СПРАВКА

KK — старейший и крупнейший норвежский журнал для женщин, который издается с 1874 года. Изначально журнал назывался Nordisk Mønster-Tidende и был посвящен рукоделию. В 1940-м он сменил профиль и название на Kvinner og Klær, а в 1970 году — на KK. Сегодня журнал выходит 2 раза в месяц.

Издатель: Aller Media.
Сайт: www.kk.no.

СКРИНШОТ: KK.NO : ФОТО: MELKOGHONNING.NO



НЕЛЬЗЯ НИЧЕГО СКРЫВАТЬ ОТ ЧИТАТЕЛЕЙ, ПОЭТОМУ РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ НАТИВНЫМИ И ОБЫЧНЫМИ ЖУРНАЛИСТСКИМИ МАТЕРИАЛАМИ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ЗАМЕТНЫ

ЦИФРОВОЕ, ПЕЧАТНОЕ, НАТИВНОЕ

На норвежском рынке женских журналов очень высокая конкуренция. Каких-то пять лет назад выходило 17 женских изданий, но и теперь их остается целых семь — внушительно для страны с населением всего 5,3 млн человек.

«Несомненно, мы являемся первопроходцами, если говорить о цифровом бизнесе. Это то, что отличает нас от остальных журналов. Наши решения и для читателей, и для рекламодателей намного лучше. Нам повезло с тем, что мы входим в издательство, устремленное в будущее, и оно было заинтересовано в том, чтобы включить стратегию digital first в повестку дня. Я думаю, это наше самое главное преимущество», — рассуждает Хельдаль.

Она отмечает также, что бумажный журнал KK вполне успешен и приносит солидный доход, позволяющий сохранять позиции на рынке: «Рекламодатели все еще находят его очень привлекательным. Как говорят в Норвегии, «он добавляет нам ног, на которых можно стоять». Если у вас есть и бумага, и цифра — это более устойчивая бизнес-модель».

В редакции KK всего десять штатных сотрудников, которые работают и над бумажным, и над онлайновым журналом, хотя, как и многие издания, KK имеет также сеть фрилансеров. Продажами рекламы занимается объединенная рекламная служба Aller Media.

Хельдаль подчеркивает, что KK активно занимается нативной рекламой: «Она всегда вся распродана — мы ее используем постоянно. В дополнение к KK у нас еще есть коммерческий сайт под названием KK-shopping, который наполнен только нативной рекламой, и он весьма успешен».

«Я думаю, что мы будем делать все больше таких материалов, потому что и рекламодатели, и мы сами видим, что это очень эффективный формат. Но при этом мы обязательно будем маркировать нативные рекламные материалы, — говорит Хельдаль. — Нельзя ничего скрывать от читателей, поэтому различия между нативными и обычными журналистскими материалами должны быть заметными. Более того, практика KK показывает, что наши читатели хорошо реагируют на нативную рекламу, когда они ее могут идентифицировать».

По мнению Хельдаль, в целом дела у KK идут отлично: «2017 год оказался для нас замечательным. Мы превысили бюджет продаж по каждому номеру. Мне трудно сказать, что будет в предстоящие годы, но текущий бюджетный год должен завершиться очень хорошо».

KK — это аббревиатура, которая расшифровывается как Kvinner og Klær («Женщины и одежда»)

БУДУЩЕЕ ЗА ВИДЕО

«Мы уже понимаем, что работает, что нет, и начинаем заниматься тонкой настройкой — убирать то, что не работает, и развивать то, что работает. Мы начали плотно работать над редакционным имиджем. Для кого именно будет выходить KK и о чем будет писать? С какой интонацией? Нам необходимо поддерживать имидж, который позволяет читателям узнавать наш бренд независимо от того, купили они журнал в киоске или зашли на веб-сайт».

«Кроме того, KK собирается активно заняться видео, — добавляет Хельдаль. — У нас есть новая видеостратегия, и мы начали ее воплощать с собственным отделом видеопроизводства из четырех человек, который обслуживает все наши бренды и делает видеотрансляции для наших сайтов. Мы оборудовали новую видеостудию и планируем пробовать различные форматы».

Пока речь идет о коротких видеорепортажах с фотосессией для обложек журнала, прямых трансляциях с мероприятий или даже о таких простых лайфхаках, как способ быстрой очистки вареного яйца от скорлупы.

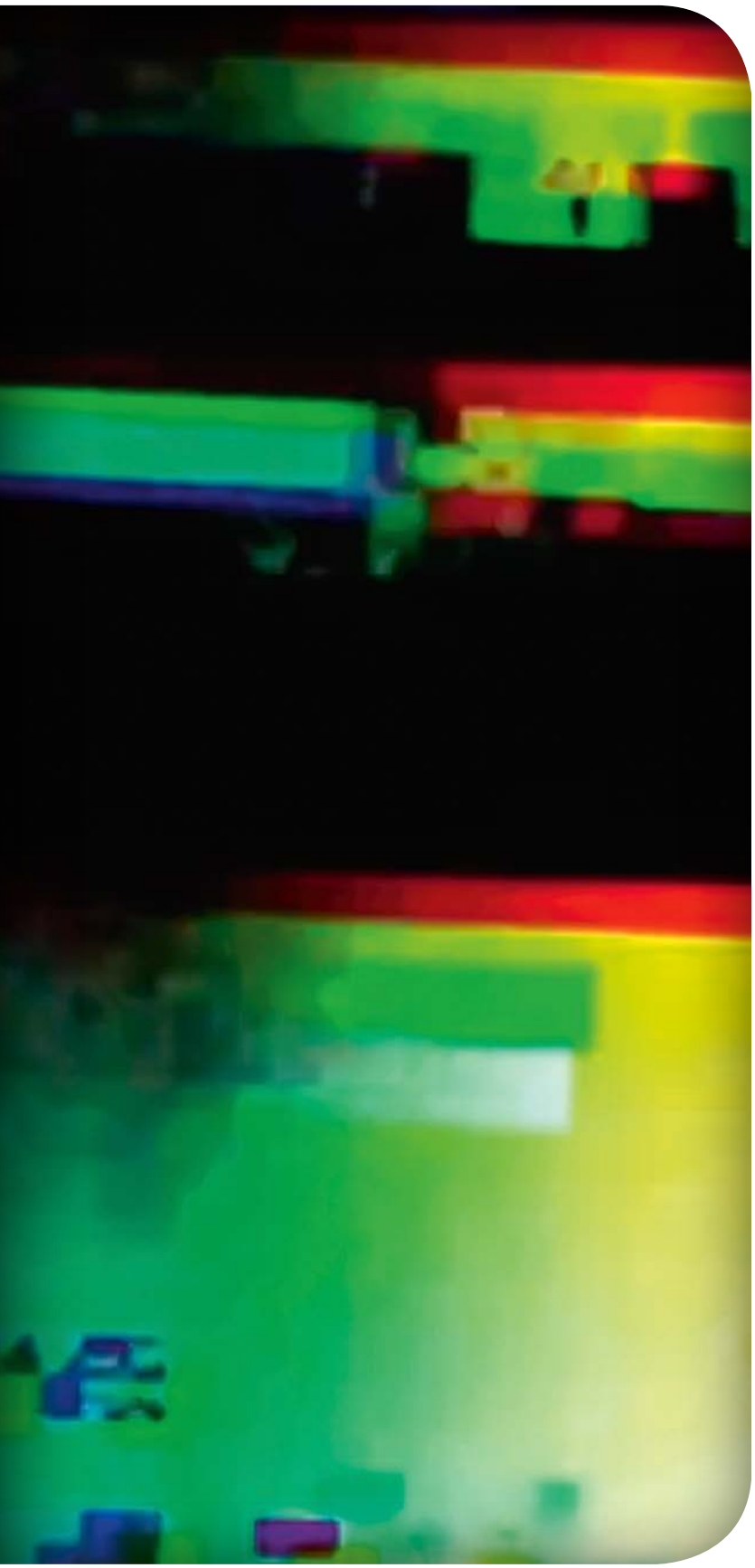
Материал подготовлен WAN-IFRA и СППИ (ГИПП)

ФОТО: EFVAATTLING.SE

В ЗДОРОВОМ ТЕЛЕ — ЗДОРОВЫЙ ДУХ

21 ноября — Всемирный день телевидения. Этот ежегодный праздник был учрежден в 1996 году Генеральной Ассамблеей ООН. Событие пока не закреплено на официальном уровне в перечне памятных дат РФ.

Оно не является общегосударственным выходным, поэтому снимаем и смотрим в рабочем порядке



Телевидение в России смотрят. И смотрят много. По статистике Mediascope, в среднем — 245 минут в сутки. В старшей возрастной группе эта цифра и того больше — 402 минуты. Говорят, что молодежь совсем не смотрит телевизор. Это не так. Смотрит, но меньше. Например, для тех, кому от 18 до 24 лет, время просмотра составляет целых 113 минут, но если сравнивать с прошлым, то динамика снижающегося внимания совершенно очевидна. Молодые люди уходят в интернет, где смотрят тот же телевизор — вернее, онлайн-видео.

Сегодня в любое время в любом месте можно включить компьютер, планшет, смартфон и смотреть, смотреть, смотреть... Однако эту возможность имеют только 70% населения нашей большой страны. Остальные 30% интернетом не пользуются. Совсем. Причем из тех, кто им пользуется, онлайн-видеопросмотры практикуют тоже далеко не все. По предварительным данным исследования, которое проводит сейчас кафедра телевидения и радиовещания МГУ имени М.В. Ломоносова, порядка 20% не включают в свое жизненное меню просмотры в интернете, объясняя это тем, что в классическом телеприемнике, который стоит у них дома, вполне достаточно программ. Другое дело, что есть претензии к этим программам. Но при достаточном, как говорят сами респонденты, выборе можно все же найти то, что нравится, и проигнорировать то, что не нравится. Поэтому высказываемые в такой ситуации претензии представляются иногда надуманными.

Но есть ненадуманная проблема — переход от аналогового к цифровому вещанию, губительный для региональных и локальных телекомпаний, предоставляющих аудитории местные новости. Регионалы не входят в два созданных мультиплекса. Про третий уже никто не вспоминает. Поэтому региональные вещатели пострадают. А вместе с ними пострадают и все те, кто привык узнавать местные новости из домашнего телеприемника.

Галина Щепилова

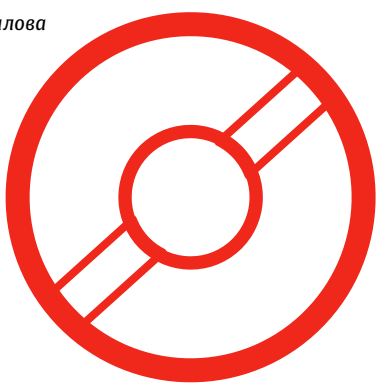


ИЛЛЮСТРАЦИЯ: SHUTTERSTOCK.COM

«Нежный редактор» «вДудя» Татьяна Мингалимова:

«Когда блогеров приглашают на телевидение, они прыгают туда, как кенгуру»

Беседовала: **Алена Болдырева**

Татьяна Мингалимова узнала все о создании популярного видеоблога благодаря работе с Юрием Дудем. Теперь она запустила и свой проект, который уже набирает миллионы просмотров. Она рассказала **ЖУРНАЛИСТУ** *о работе с Дудем, о том, сколько времени уходит на переговоры со звездными гостями, об отличиях YouTube от телевидения, а также о том, почему реклама у видеоблогеров — это выгодно*

— Таня, на днях твоему каналу «Нежный редактор» исполнился год. Как все начиналось?

— Мне всегда очень нравилось интервью как жанр. В школе я фанатела от Познера и «Собчак живьем». В университете делала интервью с Леной Летучей, Михалковым, Андреем Малаховым и многими другими.

В какой-то момент, когда я уже работала над «вДудем», мне пришла мысль: сейчас ведь так много персонажей, с которыми мне интересно было бы поговорить. Мне захотелось показать, какие крутые у нас в России есть девушки, каких успехов они добиваются. Причем не те, что просто хайпуют, а действительно что-то делают.

Бывало, мне предлагали популярных личностей для интервью. Я отказывалась, потому что они ничего толком не сделали, а известны лишь за счет количества подписчиков или потому, что являются «девушкой знаменитого человека». К тому же я не могу делать интервью с героем, в разговоре с которым не заинтересована, то есть ради просмотров. Мне не лень вести переговоры по полгода и больше, чтобы добиться интервью с нужным человеком.

— «Нежный редактор» — это женская версия «вДудя» или нет?

— Нет, потому что Юра никакого отношения к проекту не имеет. Многие путают и считают, что это он придумал, что там будут только мальчики, а тут — только девочки. Это не так.

Что я взяла из проекта «вДудь» — так это свое прозвище «нежный редактор», которое и стало названием программы.

— То есть идея была исключительно твоя?

— Да.

— А почему все же «нежный редактор»? Почему редактор — понятно, но почему нежный?

— Мы не любим примитивные названия. Мы не пишем, например, «Фараон — рэпер». Поэтому когда в выпуске [«вДудя»] с Noize MC решили показать мою фотку, назвать меня просто редактором Татьяной было бы странно, так что Юра придумал «нежного» редактора.

— Что ты делаешь на канале «вДудь» в качестве редактора?

— Прежде всего это просмотр отснятого материала, помощь в вопросах и частичная — в выборе гостя. Также проверка на предмет ошибок, вычитка титров, предложения, куда что можно вставить, а что вырезать, финальный отсмотр ролика.

Плюс я выставляю тайм-коды и ищу какие-то дополнительные материалы вроде фотографий и картинок для вставки в ролик.

— Как я понимаю, ты сейчас продолжаешь работать и над проектом «вДудь», и над «Нежным редактором»?

— Да.

— Хватает времени на все?

— Конечно, хватает. Это не фул-тайм работа *(не на полный рабочий день. —* **ЖУРНАЛИСТ**). Тем более «вДудь» у меня в приоритете, а на канале «Нежный редактор» не так часто выходят видео.

— Ты обмолвилась, что тебе предлагали героев. Как ты вообще их находишь и, самое интересное, — договариваешься с ними?

— В 99% случаев я сама ищу героев, их контакты и сама же им пишу или названиваю.

— Часто ли они игнорируют или отказываются от интервью?

— Часто они не могут дать определенного ответа, и это одна из причин, почему на канале так редко выходят видео *(примерно раз в 3–4 недели. —* **ЖУРНАЛИСТ**). Я со многими гостями уже почти год на связи, и каждый раз они мне говорят «ой, ну давай зимой», «ой, ну давай следующим летом».

А чаще всего это бывает «напишите мне через неделю», ты им пишешь через неделю, а они снова говорят «напишите еще через неделю», и так по кругу. Я этого подхода не понимаю. Можно просто ведь написать, что тебе это неинтересно.

— Ты готовишь список вопросов заранее или импровизируешь?

— Обязательно готовлю. Я ресёрчу *(исследую — искажен. англ.,* **ЖУРНАЛИСТ**) абсолютно все, начиная от интервью,

ФОТО: МАРИЯ ДЁМИНА

статей и социальных сетей, заканчивая последними добавленными аудиозаписями и фотографиями у сестер/братьев/родителей.

Когда ко мне приходила [актриса] Саша Бортич, я два дня безвылазно сидела дома и смотрела ее фильмы, на что Бортич мне потом сказала: «Бедная!!!»

— Иногда (например, в интервью с певицей Гречкой) ты сидишь в кадре с телефоном. Как я понимаю, там вопросы. Чаще ты вообще без него. От чего это зависит? От твоей заинтересованности, уровня подготовки?

— Во всех интервью я отлично помню вопросы, потому что список готовлю полностью сама и знаю, о чем мне важно поговорить с героем, внимательно слушаю, но телефон у меня всегда лежит рядом.

В выпуске с Гречкой мне как раз в ресёрче помог мой друг, ее фанат. Я очень боялась что-то упустить, и для подстраховки телефон был у меня в руках, плюс там было много цитат, которые надо было зачитать быстро.

— Ты каждый раз арендуешь новую студию?

— Да, в Москве их много, выбираю под героя.

— У программы есть на это бюджет?

— Бюджета никакого нет, я все оплачиваю сама.

— Сколько уходит времени на подготовку одного ролика? Скажем, от съемок до выхода его на YouTube.

— Примерно 2 недели.

— То есть это монтаж, цветокоррекция?

— Да, это съемка, три этапа монтажа, цветокоррекция, графические вставки и подготовка материалов для социальных сетей. Плюс я сейчас делаю к своим роликам тизеры с представлением гостя без слов.

— А людей сколько сейчас в твоей команде работает?

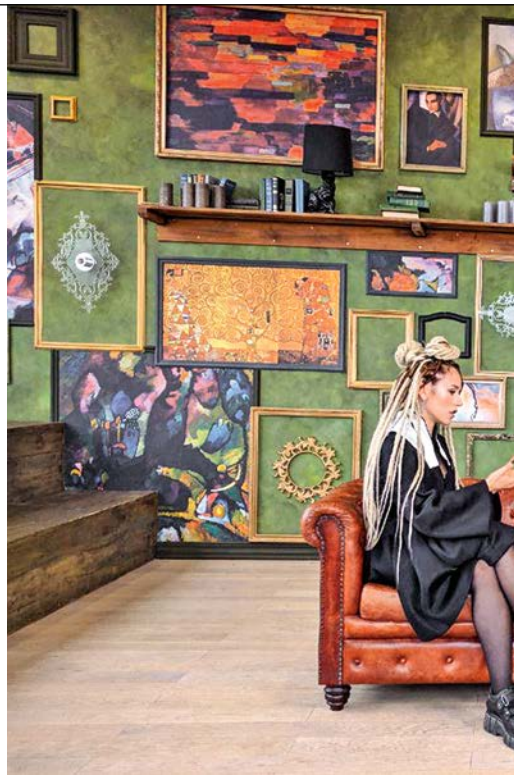
— По сути, я одна.

— Ого!

— Есть, конечно, еще оператор и монтажер. Оператор — мой друг из универа, а монтажера долго искала, в итоге нашла в Калининграде.

Я очень придирчива, меня все монтажеры ненавидели, но мне очень надо, чтобы меня понимали и не бесились от большого количества правок.

Монтажеру я скидываю огромные списки того, куда что вставить, что вырезать. Пока терпит.



Беседа с певицей IOWA (на фото) собрала *382 тысячи* **просмотров. Самым популярным видео в истории «Нежного редактора» пока остается разговор с Олимпией Ивлевой, бывшей певицей из группы Little Big —** *3,1 млн* **просмотров**

— Как ты относишься к тому, что обычно творится у тебя в комментариях под видео на YouTube? Я бы даже не назвала это критикой — скорее неаргументированные оскорбления.

— Люди, которые пишут постоянно гадости в комментах, — это какая-то вообще отдельная каста, и явно не с прогрессивными взглядами. Вот ты хоть раз оставляла комменты?

— Честно? Вообще не комментирую публикации незнакомых людей.

— Вот! Я задавала этот вопрос всем своим друзьям и знакомым, ответ был «нет».

Я не понимаю, откуда у людей такое представление о правильности интервью: журналист не может иметь своего мнения, не может громко смеяться… Или вот Саша Бортич матерится — какой кошмар, как разговор на кухне.

А в этом ведь и есть смысл моего интервью — показать человека настоящим. Мне, наоборот, было бы некомфортно, если бы Бортич сидела у меня на интервью и говорила возвышенными фразами. Я бы заглянула на кухню к Бейонсе. Какая она на сцене, фотосессиях, клипах и ковровых дорожках — все видели. А вот в быту — обычная?

YOUTUBE VS. ТЕЛЕВИДЕНИЕ

— Ты окончила телерадиожурфак МИТРО *(Московский институт телевидения и радиовещания Останкино. —* **ЖУРНАЛИСТ)?**

— Да, все правильно.

— Где ты работала до проекта «вДудь»?

— Сначала практиковалась во время обучения на разных телеканалах, а потом уже официально работала на «Матч ТВ». Там я, собственно, с Юрой и познакомилась.

— Навыки, которые ты получила во время учебы и работы в телевизионной сфере, схожи с тем, что тебе приходится сейчас делать на YouTube? Или пришлось заново чему-то учиться?

— На «Матч ТВ» мы делали программу «Культ Тура». Она сильно отличалась от всего, что было тогда на телеканале: ведущие выглядят иначе, задают вопросы про бабки и так далее. Условно говоря, мы уже тогда делали телевизионные программы, приближенные по формату к интернету.

Плюс во время обучения в университете я создала свой телеканал, для которого снимала много репортажей, вела новости, делала интервью. Так что да, навыки абсолютно точно помогли.

— Чем, на твой взгляд, отличается культура телевидения от культуры YouTube?

— Главное отличие YouTube — это приближенность к зрителю, которой нет у телевидения. Почему, например, многие профессионально сделанные передачи не заходят на YouTube? Потому что там нет личности.

Меня постоянно критикуют, что звук не тот, фокус пропадает, я могу рассказать о себе, позволяю себе громко ржать или жестикулировать. Но я считаю, чем больше раскрыта личность, тем лучше.

На телевидении же больше нейтралитета, там такое не пройдет. Многие удивляются: как же так, мы сделали такую классную программу, качественно смонтировали, а люди продолжают смотреть на девочку, которая ходит с камерой и рассказывает про косметику. Такие девочки тем и интересны, что ты будто наблюдаешь за реальной жизнью человека, а не смотришь искусственно сделанную программу с хорошей картинкой.

— Есть мнение, что YouTube — это новое телевидение. Что ты думаешь по этому поводу?

— Я не думаю, что YouTube станет заменой телевидению. Сейчас они успешно коллаборируют *(взаимодействуют. — **ЖУРНАЛИСТ**)* между собой: на YouTube приходят телевизионщики, а телевидение пытается перенять блогерскую манеру поведения и переманить самих блогеров.

— Ты сама смотришь телевизор?

— Нет, вообще не смотрю. Банально нет хороших программ. Мне гораздо интереснее включить шоу [ирландского комика и телеведущего] Грэма Нортона в YouTube.

— Почему же тогда люди до сих пор смотрят телевидение и, в частности, новостные передачи? Причем наши ровесники, не только старшее поколение.

— Люди любят трэш. Вот на свадьбе кто-то начал драться — людям интересно остановиться и поглазеть, на дороге труп котенка — людям нужно поглазеть. То же самое и с новостями, сериалами и передачами про преступления. Людям нужны эмоции.

ДЕНЬГИ

— Реклама на телевидении и YouTube — где она дороже?

— Я точно не знаю, но могу предположить, что на телевидении. У большинства такое мнение, что телевидение смотрит больше людей и вообще это статуснее. Даже у блогеров такое мнение. Когда их приглашают на телевидение, они начинают прыгать, как кенгуру, и очень быстро запрыгивают туда.

— Но вовлеченность зрителя и конверсия, если говорить о той же рекламе, на YouTube наверняка все же больше?

— Да, и это снова вопрос приближенности блогера к аудитории. Например, если мне моя подруга-блогер в своем видео посоветует купить какой-то крем, я его скорее всего куплю. А из телевизора мне какая-то незнакомая тетя говорит, что вот этот порошок лучше всего. Вряд ли я ей поверю.

ФОТО: АРТЁМ НЕЧАЕВ

— Сколько ты примерно зарабатываешь на своем канале?

— У меня нет даже примерной цифры, потому что реклама появляется далеко не в каждом выпуске. В последних двух ее вообще нет, то есть я получила 0 рублей и при этом еще потратила свои деньги.

— Рекламодатели часто выходят на тебя и предлагают купить рекламу?

— Да, довольно часто. Но я много отказов даю, потому что товар может быть некачественным, и я попросту не берусь за такую рекламу.

— Ты помнишь, от кого было твое первое рекламное предложение и сколько тебе предложили?

— Вообще не помню, правда.

— Хорошо, сколько тебе в среднем платят за рекламу? Ты можешь назвать хотя бы приблизительную цифру?

— Очень сложно, не знаю. Я все не ради денег делаю! *(Смеется.)* Я могу только тебе точно сказать, что мой доход на YouTube выше, чем на телике.

> МОЯ МИССИЯ — РАССКАЗЫВАТЬ О ЖЕНЩИНАХ, КОТОРЫЕ ЧТО-ТО СДЕЛАЛИ. И ЖЕЛАТЕЛЬНО, ЧТОБЫ ЭТИ ЖЕНЩИНЫ ОТЛИЧАЛИСЬ, БЫЛИ С ИЗЮМИНКОЙ, НЕОБЫЧНЫМ МИРОВОЗЗРЕНИЕМ

ОБО ВСЕМ

— Какие чувства ты испытала, увидев свой первый миллион просмотров?

— Первым делом я написала герою, у которого брала интервью. Это была [российская видеоблогерша] Катя Клэп. Просмотры — это не моя заслуга, а гостей, которые ко мне приходят.

— Какие каналы на YouTube ты смотришь?

— На первом месте — шоу Грэма Нортона, которое у нас переводят.

Я много смотрю форматов Vogue, там отлично и про макияж, и про «что в сумке».

Смотрю все американские вечерние шоу: Джимми Киммела, Джимми Феллона, Конана О'Брайена, Джеймса Кордена, Эллен Дедженерс.

Из наших блогеров — Клик Клак пару форматов, [Катю] Клэп не пропускаю, [комика Данилу] Поперечного, [Руслана] Усачева, формат «Пора валить».

Ну и Тёму, конечно, смотрю — канал «Нечай» *(Артем Нечаев — муж Татьяны Мингалимовой. —* **ЖУРНАЛИСТ**).

Жалко, что формат «Собчак живьем» помер, это было невероятно зрелищно, и Минаев Live было каким-то космическим шоу.

— И сколько времени ты тратишь на просмотр YouTube?

— Это можно посмотреть прямо внутри платформы. Сейчас посмотрю… Мое среднее ежедневное время — 1 час 49 мин.

— Если тебе надо узнать главные новости сегодняшнего дня, куда ты пойдешь?

— Наверно, открою канал Mash. Хотя нет, вру! Я зайду на «Медузу».

— Ты считаешь себя журналистом?

— Да, ведь сейчас все жанры намешаны: и в музыке, и в кино, и журналистика исключением не стала. Я умею писать тексты, анализировать информацию, снимать репортажи. Если мне сейчас скажут «выезжай, снимай репортаж», я это без проблем сделаю.

— Сама журналистика сильно изменилась за последние годы. О чем она сейчас, на твой взгляд?

— Журналистика сама по себе не изменилась. Изменилась форма подачи. Пару лет назад это было что-то вроде [паблика в VK] «Лентача» с мемчиками, опросами и картинками. Сейчас к этому добавляется анализ от блогера или журналиста. Например, на Sports.ru: они дают новость, потом какую-нибудь карикатуру, затем опрос, и в конце добавляется описание ситуации от журналиста/комментатора/блогера. Плюс даже обычные новости сопровождают гифки и юмор.

— Ты можешь обозначить свою миссию сейчас? В том числе и в проекте «Нежный редактор».

— У меня четкая миссия — рассказывать о женщинах, которые что-то сделали. И желательно, чтобы эти женщины отличались, были с изюминкой, необычным мировоззрением. Я хочу дать людям новое знание о красоте, как мы сделали это с [певицей] Сюзанной.

Хочу показать, что не за каждым успешным человеком обязательно стоит продюсер, который его продвигает. Человек может многого добиться своими силами. Особенно сейчас — в эпоху интернета.

ИЛЛЮСТРАЦИИ: SHUTTERSTOCK.COM

Синюшный огонек

Количество научных исследований о телевидении за последние годы ощутимо уменьшилось: слабеет интерес ученых. **ЖУРНАЛИСТ** *погрузился в публикации 2018 года в базе Российского индекса научного цитирования, чтобы обнаружить свежие результаты отечественных исследований. Но главная находка заключается в том, что ученым с трудом удается оставить свои телевизионные предпочтения в стороне — вкусовщина так и смотрит на нас из каждой строчки*

Текст: **Камилла Нигматуллина**

НЕТ ДОВЕРИЯ — НЕТ ТЕЛЕВИДЕНИЯ В РЕГИОНАХ

Проблема доверия — одна из популярных тем в научных статьях на протяжении последних 25 лет. Вот и А.А. Ефанов проверил, доверяют ли телевидению оренбуржцы, на примере освещения регионального скандала, когда министра физической культуры, спорта и туризма Оренбургской области обвиняли в неуплате налогов на крупную сумму. Местное телевидение в данном вопросе разделилось на три лагеря:

- **1)** детальное освещение истории коммерческими каналами (ТРК «ТК-Регион», «ОренТВ»);
- **2)** выборочное освещение отдельных «оправдательных» сторон государственными каналами (ГТРК «Оренбург»);
- **3)** полное отсутствие информации в медиаповестке также на государственном канале («ОРТ Планета»).

А что же думает местная аудитория? 39% опрошенных доверяют новостям оренбургского телевидения, но при этом 37% скорее не верят в независимость регионального телевидения. Однако, парадокс.

Исследователь полагает, что если независимые коммерческие каналы не смогут вещать через бесплатный цифровой мультиплекс, то ситуация будет ухудшаться. Люди перестанут доверять государственному региональному телевидению, а стало быть, и смотреть его.

Впрочем, есть и неплохие телепередачи на региональном ТВ вне зависимости от его независимости. Например, Н.А. Катайцева с душой описывает «Портрет дня» на «Новом телевидении Кургана». Это не далекие звезды с центральных телеканалов, а знакомые курганцам герои и, более того, личные знакомые автора телепередачи. Опять же в противовес центральным каналам на курганском телевидении нет провокационных вопросов и накала страстей, только добрая и непринужденная беседа. «Так, руководитель танцевального коллектива «Улыбка» В. Баев рассказывает, как принял абитуриентку за преподавателя хореографии, которая набирает курс; художник Пичугин — о том, как ему поставили оценку «хорошо» по черчению за задание, которое он выполнял для своей дочери; художник Травников — о том, что,

служа в танковых войсках, ни разу не сидел в танке и т.д.». Близость к телезрителю и героям — очевидный козырь местных журналистов.

БЛЕСК И НИЩЕТА РЕГИОНАЛЬНОГО ТВ

Опять же спасибо исследователям за подробные описания региональных каналов, поскольку пересмотреть их не хватит и целой жизни. А последние четыре года ученые активно анализируют примкнувший рынок СМИ Крыма. Масштабное исследование до сих пор продолжается на журфаке МГУ, но и таврические ученые сами публикуют свежие данные. Н.А. Носкова сравнила «Крым 24» и «Кубань 24»: насколько они соответствуют современным профессиональным стандартам? Новостные сюжеты на крымском канале чаще посвящены обычным людям (37%), а не чиновникам (30%). Культурные новости доминируют над криминальными, чего не скажешь о повестке в Краснодарском крае. Удивительно, но новости о сельском хозяйстве находятся на нижней строчке интереса кубанских тележурналистов. Вывод № 1 в статье нам кажется наиболее интересным: «На телеканале «Крым 24» соблюдается строгий дресс-код, ведущие всегда в одежде официально-делового стиля, речь официально-деловая. Ведущие «Кубань 24» чаще всего одеты в нарядные платья, обращаются друг к другу на «ты».

ПУСТУЮ НИШУ КУЛЬТУРНЫХ ТЕЛЕПЕРЕДАЧ НАЧАЛИ ЗАНИМАТЬ ПРОЕКТЫ СЕТЕВОГО ВИДЕО, ОЧЕВИДНО, НЕ ЛУЧШЕГО КАЧЕСТВА. ЗАТО РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ПЕРЕДАЧ СТАНОВИТСЯ ВСЕ БОЛЬШЕ

А.М. Шестерина подтверждает, что региональное телевидение основано главным образом на информационном вещании, следом по популярности идут студийные передачи монологического формата или студийные беседы из-за дешевизны их производства. Исследовательницу заинтересовали данные, согласно которым воронежцы отрицательно оценивают культурно-просветительскую составляющую регионального телевидения. Пустую нишу культурных телепередач начали занимать проекты сетевого видео, очевидно, не лучшего качества. «Этот последний аспект не может не вызывать тревоги, поскольку видеоблоги культурно-просветительской направленности нередко можно охарактеризовать как псевдодокументальные, созданные в жанрах докьюментари или мокьюментари и не столько приобщающие людей к культурным ценностям, сколько отталкивающие аудиторию от высоких образцов искусства». Зато развлекательных передач становится все больше и больше, и исследователи с удовольствием переключаются на их изучение.

БОРЩ ПРОТИВ СЕТЧАТОГО ПИТОНА

Если бы не научные статьи, не знать бы нам о том разнообразии телепередач, которые транслируют в телевизоре. Благодаря А.Р. Яшиной мы узнали о противостоянии фуд-блогов и кулинарных телепередач. Она сравнила популярный YouTube-канал о еде «Борщ» Анатолия Бордиана с мордовской телепередачей «Кулинарные рецепты для мужчин с Евгением Рябовым». Шеф-повар, который готовит на «Народном телевидении Мордовии», исследовательнице не нравится, потому что не смотрит в камеру и вообще мало работает на публику, да и передача выходит в 8.20 утра по субботам. Зато у Бордиана масса преимуществ: он и курицу готовит в стиральной машине, и на понятном языке разговаривает («укропченский», «готовченко»), и вообще под его руководством получается готовить (очевидно, автор говорит о себе).

Исследователю В.И. Съедину, в свою очередь, нравятся телешоу о выживании, экстремальном спорте и диких животных (по-научному — «программы экстремальной трэвел-журналистики»). Впечатлительный ученый подробно приводит рецепт использования мобильного телефона для разведения костра от Беара Гриллса и описывает момент укуса сетчатого питона в руку телеведущего Стива Ирвина. Цитируем вместе с опечатками: «Обвившись, вокруг руки Стива Ирвина, змея так сжала его кисть, что кровь перестала поступать, и кожный покров стал синеного оттенка. Войдя в дом, под которым нашел змею, Стив понял, что здесь кто-то живет, и он решил выпустить змею как можно дальше от этого жилища, иначе местный житель увидит змею, убьет и употребит в пищу».

Вот и не знаешь, что хуже: смотреть телевизор или читать о нем в пересказе.

И «Гений», паразитов друг

Субъективные заметки участника популярной телеигры

Текст: **Сергей Ильченко**

Увидев однажды, как на телеканале «Россия К» люди, сидя в студии, отвечали на вопросы ведущего, подумал: «А почему бы и не рискнуть самому? И сыграть в игру «вопрос — ответ». Зашел на сайт программы, оставил свои данные. И — о чудо! — через несколько недель раздался звонок редактора, известившего меня о том, что моя кандидатура отобрана для прохождения по всем последующим инстанциям для возможных съемок в телепроекте «Гений». Правда, для этого надо прямо во время разговора по телефону пройти контрольный тест, ответив на полтора десятков вопросов из разных областей знаний. Этакая телефонная репетиция будущей телеигры.

Деваться было некуда. Согласился. Последовала цепочка вопросов, задававшихся в быстром темпе. Успевай только отвечать. Успел. Хотя даже не сосчитал: сколько было правильных ответов. Ожидание решения о моей судьбе продлилось еще на некоторое время, а затем пришло на электронный адрес письмо, в котором было приглашение на съемки в Москву. Нужно было только приготовить три собственные темы, по которым в первом раунде будут задаваться вопросы.

Мой выбор пал на творчество Олега Янковского, финальный матч по баскетболу на Олимпиаде 1972 года и фильм «Молчание ягнят». Связавшиеся со мной редакторы программы настойчиво попросили указать книги и источники по выбранной теме. Я поинтересовался: «Зачем?» «Затем, чтобы мы могли подготовить вопросы», — услышал я в ответ, не понимая всей хитрости подобного приема, который в конце концов сыграл против автора этих строк свою коварную игру. Однако просьба была выполнена, списки источников составлены и отправлены в Москву.

Впрочем, сложности продолжались. Авторов программы не устроили мои источники о знаменитом баскетбольном матче во время мюнхенской Олимпиады. После некоторой дискуссии пришлось сменить «свою» тему на полуфинал. Был выбран фильм Марка Захарова «Обыкновенное чудо» и отправлен новый список. Компромисс был найден. И вслед за списком в Москву отправился соискатель звания «Гений».

Те, кто видел программу, знают о ее особенностях. Надо быстро (и по возможности правильно) отвечать на пулеметную очередь вопросов. В первом раунде — на «свою» тему. Во втором — на любые вопросы вообще. Естественно, вопросы подбираются группой редакторов заранее. Этот формат авторы российского «Гения» позаимствовали по лицензии из британского проекта Mastermind. В нашем варианте соревновались 11 квартетов заранее отобранных игроков из разных регионов страны. Всего, таким образом, были приглашены 44 участника. В первом туре (четвертьфинал) далее проходит тот, кто за два раунда очной ставки наберет наибольшее количество очков. К одиннадцати победителям добавляют пять лучших игроков, занявших вторые места. В полуфинале схема повторяется: сражаются по четыре человека. В финал после этих интеллектуальных баттлов проходят только победители полуфиналов.

И вот она — желанная цель! Я в одном из павильонов киностудии «Мосфильм», где производящая проект компания

> В ЦЕЛЯХ ЭКОНОМИИ БЮДЖЕТА НА СЪЕМКИ К СОСТАВЛЕНИЮ СПИСКА ВОПРОСОВ ПРИГЛАШАЮТ СТУДЕНТОВ МГУ. ВОТ И ВЫДАЮТ ДЕТИ ИНТЕРНЕТА ВОПРОСЫ, ОТВЕТОВ НА КОТОРЫЕ НЕ ЗНАЮТ САМИ

снимает порциями по четыре выпуска «гениальных игр». Съемки идут тягуче медленно. Тридцатиминутную передачу снимают в среднем по 2,5-3 часа. Мне своего выхода пришлось ждать аж пять часов. А в общем хронология моих контактов с прекрасным миром телевизионных игр такова: прибыл на «Мосфильм» в 15.20, убыл в 23.00.

Зато времени хватило на то, чтобы оглядеться, присмотреться к своим конкурентам. И выяснились любопытные вещи. Например, некоторые молодые люди вместе с девушками приходят на съемки целыми стайками. И, пытаясь схитрить, заранее называют редакторам программы одну книжку, которую при этом учат наизусть. А в ожидании съемки, чтобы подавить психологически конкурентов, разыгрывают сценки типа «я все на свете знаю». Меня же интересовал принцип отбора участников. И выяснилась любопытная деталь: очень тяжело было отобрать для участия прекрасных дам. Для них специально занижали проходной балл при предварительных телефонных опросах. А позже выяснилось, что в полуфинал в буквальном смысле в нарушение показанных результатов (она заняла третье место в четвертьфинале) протащили одну из участниц.

Обратила на себя внимание и география 44 участников четвертьфинала. Многие — из Москвы и ближнего Подмосковья. В конце концов выяснилось и еще одно странное обстоятельство: главный редактор проекта явно болела за одного из участников, о чем не преминула высказаться вслух при всей редакции.

И все же самое странное для меня заключалось в том, как организаторы съемки пытались заранее повлиять на результат и протащить далее тех, кто, с их точки зрения, мог бы привлечь дополнительные зрительские группы к проекту. Вот почему среди 44 участников практически не было людей пенсионного возраста. А заодно и представителей иных национальных областей и республик России. Зато успешно продвигались по турнирной сетке представители Беларуси. Понятно, что «ненужных» участников вряд ли можно глубоко «закопать» на ими выбранных темах (хотя и здесь пришлось столкнуться с иезуитской хитростью). Зато в произвольной части игры можно, во-первых, усложнить вопросы. И, во-вторых, так придумать вопрос, что его хронометраж растянется на полминуты. А в-третьих, жестко соблюдать правило ответа: даже если в начале вопроса ты уже знаешь ответ, то обязан дослушать вопрос до конца. И только потом на него отвечать. В данном случае вопрос выступает этаким хронографом, «сжирая» на глазах у изумленной публики время, отпущенное участнику. Не говоря уже о том, что некоторые вопросы просто некорректно сформулированы и содержат неправильные и неточные ответы. Спорить с редакторами можно, если ты точно знаешь правильный ответ. Что автор этих строк и попробовал во время записи обеих выпусков программы, в которых он участвовал.

По давней преподавательской привычке поинтересовался тем, кто же придумывает такие разные и несуразные вопросы, и получил ответ, от которого волосы если не встали дыбом, то уж точно зашевелились. Оказывается, что в целях экономии бюджета на съемки к составлению списка вопросов приглашают... студентов МГУ. Вот и выдают дети интернета на-гора вопросы, ответов на которые не знают сами. Теперь вы поняли, зачем нужны горе-консультантам печатные источники по выбранным темам. Все-таки всяким википедиям не стоит доверять на сто процентов. Как, впрочем, и самим использованным источникам.

Перед началом записи я переговорил с одним из редакторов и поинтересовался, как быть, если в твоем источнике об одном факте говорится совершенно по-разному. Редактор только пожала плечами и ответила в том смысле, что у них все под контролем и двусмысленных или спорных ответов не было и быть не может.

ОЧЕНЬ ТЯЖЕЛО БЫЛО ОТОБРАТЬ ДЛЯ УЧАСТИЯ В ТЕЛЕИГРЕ ПРЕКРАСНЫХ ДАМ. ДЛЯ НИХ СПЕЦИАЛЬНО ЗАНИЖАЛИ ПРОХОДНОЙ БАЛЛ ПРИ ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫХ ТЕЛЕФОННЫХ ОПРОСАХ

Однако реальность подтвердила мои опасения. В первом раунде мне был задан вопрос о том, сколько лет проработал Олег Янковский в саратовском театре после окончания театрального училища. Я выдал точный ответ, который ведущий Алексей Бегак не засчитал. Но я не знал о том, что оспаривать точность ответа можно было прямо сидя в кресле участника. Заработав свои 13 баллов при 15 вопросах, отправился в кресло ожидания. Но при первой же паузе все же открыл дискуссию о правильности ответа. Наступила пауза. Видимо, организаторы не ожидали подобного сопротивления от участника. Прошло около 10 минут, и справедливость восторжествовала. Мне засчитали правильный 14-й ответ. Во втором раунде результат был явно похуже (10 баллов). Набранные в сумме 24 балла вывели меня на 2-е место, и, по намекам всех тех же редакторов, у меня были неплохие шансы отобраться в полуфинал. Если бы я только знал, на какие хитрости пойдут организаторы проекта, чтобы не пустить автора этих строк в финал.

ФОТО: TVKULTURA.RU

Например, за неделю до выезда в Москву на съемки полуфинала я получаю электронное письмо, уведомляющее меня о том, что тема на полуфинал для меня опять изменена. Предложено было играть тему все того же финального баскетбольного матча между СССР и США в 1972 году. Пришлось доставать книгу Сергея Белова «Движение вверх», где все было в мельчайших подробностях описано. Я понял ловушку уже на съемках в Москве, но было поздно. Секрет прост. Вопросы задавались не по содержанию самого матча и его подробностям, а по тексту книги. О чем я и пытался спросить главного редактора проекта, на что получил невнятные объяснения вроде того, что таковы правила игры, придуманные ее авторами почти полвека тому назад. В который раз я понял бессмысленность спора и отправился на расправу в павильон.

И был за свою строптивость самым наглым образом наказан. Прежде всего, посыпались на меня вопросы, к матчу никакого отношения не имеющие. Например, кто был центровым сборной СССР по баскетболу на чемпионате мира в середине 1960-х годов. Или: какими предметами дралась сборная Кубы (?!) с американцами на чемпионате мира по баскетболу. Я уже не говорю о том, что в одном из вопросов надо было назвать те американские города, в которых сборная США играла товарищеские матчи перед мюнхенской Олимпиадой. Понятно. что вопросы были очень длинные. Результат первого раунда — 12 вопросов и 6 правильных ответов.

На мои возражения о некорректности вопросов и предложение переиграть всего лишь один вопрос (про драку кубинцев) последовало «да». Да и то с согласия моих же конкурентов. Меня это не устроило. Я отказался и сказал, что хотел бы покинуть съемочную площадку. На что мне внятно разъяснили о срыве последующих съемок и о том, что я же подписывал перед началом соответствующее соглашение, по которому обязан соблюдать правила «игры» и не покидать площадку. Иначе... Даже страшно было подумать о возможных штрафных санкциях. И особенно о размерах их денежной составляющей.

Я вынужден был остаться и доиграть съемки. Во втором раунде я набрал ровно такую же сумму баллов, как и в четвертьфинале (10), что, в общем-то, при более объективном отношении ко мне редакторов в первом раунде давало шансы на победу в полуфинале. Так как победитель опередил меня на 6 баллов. Четвертое место в полуфинале было мне утешением. Хотя так я до конца и не понял, чем телевизионщикам не угодила моя скромная персона. Видимо, у них были иные представления о возможном новом «гении». И автор этих строк в эти представления никак не вписывался.

P. S. Справедливости ради замечу, что дорогу в Москву мне оба раза оплатили. А в ожидании съемок угощали чаем, фруктами и печеньками.

Протоколы сиамских близнецов

Какие журналистские каналы на YouTube ведут артисты

Текст: **Анастасия Генельт**

После успеха «вДудя» длинные интервью на русскоязычном YouTube стали размножаться почкованием. И некоторые их ведущие не оканчивали журфак. Кто и как работает с журналистскими форматами из актеров и музыкантов? Насколько схоже это действо с самым популярным шоу-интервью? И какие пробелы в медиа восполняют программы артистов? Ответы — в обзоре **ЖУРНАЛИСТА**

«ОМ». ВЕДУЩИЙ — ОЛЕГ МЕНЬШИКОВ

Первый выпуск: 18 апреля 2018

• **ЧТО ЭТО:** творческие встречи актера Олега Меньшикова с коллегами по цеху. Сразу первое отличие от «вДудя» — шоу без политики и чернухи. Это интеллигентный разговор о сцене, профессиональные байки и «правила жизни».

• **ЗАЧЕМ:** Границы медиа уже давно размылись до такой степени, что дать определение одной лишь «журналистике» невозможно. Зато можно охарактеризовать ее состояние:

— Зачастую журналистам не хватает ни времени, ни формата для того, чтобы «раскрутить» героя, — да и, в общем, журналистика находится в плачевном состоянии, — сказал Олег Меньшиков в интервью Hello.

В пилотном выпуске о прессе косвенно высказывается и гость — Данила Козловский: «Ты даешь в принципе вполне безобидное интервью о фильме, что с тобой происходит. Высказываешь свою точку зрения. Ведь невозможно же в интервью быть пресным. Все время думаешь: так, это я не скажу, это я обойду, и это невозможно читать. Немножко такое… интервью газеты «Правда», условно говоря, сороковых-тридцатых. Хочется вести живой диалог».

То есть главная брешь, которую в «ОМ» хотят закрыть, — отсутствие душевных бесед, «не для галочки». Поэтому шоу и ведет известный артист с отличным от журналистского кредитом доверия.

КАК: Меньшиков показывает: они с героем — приятели; у него есть какая-то инсайдерская информация. Он часто повторяет Козловскому: «Ну, я тебе говорил». Ведущий, безусловно, не просто задает вопросы: он сам — полноценный герой своего интервью. Студентам журфака с первого курса напоминают, что журналист не должен выпячивать себя в беседе; но актер может себе это позволить. Особенно когда нужны беседы не для галочки.

Вместо рубрики «Oxxxymiron» — черно-белые вставки разговора интервьюера с героем (это уже напоминает «Школу злословия»). Перед началом выпуска артисты эффектно выходят на сцену, вместе с финальными титрами — продолжают треп в череде бесконечных селфи с поклонниками. Это еще одна фишка «ОМ» — диалог проводится на сцене Театра имени Ермоловой, а в зале сидят купившие билет зрители. Второе отличие от «вДудя» — техническое: наличие тех самых зрителей.

Во втором интервью (пока их всего два) также появилась реклама. Промоушену жилого комплекса в выпуске с Пугачевой Дудь может только позавидовать — Меньшиков просто в силу возраста и статуса выглядит эффектнее на корточках и в шапке на затылке.

GAZLIVE. ВЕДУЩИЕ — БАСТА И KYIVSTONER

Первый выпуск: 12 апреля 2018

• **ЧТО ЭТО:** шоу-интервью, в котором медийные персоны отвечают на вопросы подписчиков Басты на YouTube, а не интервьюера, — это же и есть главное отличие от «вДудя».

• **ЗАЧЕМ:** Внести интерактив. И добавить на YouTube хохмы, конечно. Журналисту как-то неприлично спрашивать, почему Киркоров красит глаза, а артисту под прикрытием «зрители хотят знать» — вполне можно. Развлекательный контент — основной на YouTube, но Gazlive заполняет нишу именно журналистских развлекаловок, программ о массовой культуре, скандальных трендах. Персонажи соответствующие: Ольга Бузова, [Bad Comedian], Виталий Милонов.

• **КАК:** За некоторое время до выхода программы на канале появляется видеоанонс, в комментариях под которым подписчики задают вопросы будущему гостю. Ведущие выбирают «самые сложные и неудобные». Иногда повторяют рубрику из журнала Wired, в которой гости отвечают на пять первых запросов о себе в Google (например, «Почему Филипп Киркоров не признается, что он армянин»). В некоторых выпусках есть музыкальные номера (например, Сергей Безруков читает русский рэп как стихи) и мини-перформансы: игра в баскетбол с Иваном Ургантом или готовка шашлыков с Гариком Мартиросяном. В конце каждого выпуска вопросы задает, запинаясь, соведущий Басты Kyivstoner, бывший участник группы «Грибы».

Как и в «ОМ», в зале сидят зрители. Юрий Дудь в первом выпуске Gazlive подшучивает над Бастой, что смеются и аплодируют они по сценарию.

Что касается рекламы, Баста точно соревнуется с телевидением: четыре вставки за выпуск автоматически вызывают желание переключить канал, пока шоу не продолжилось.

«СЪЕДОБНОЕ-НЕСЪЕДОБНОЕ». ВЕДУЩИЙ — МИХАИЛ ШИРВИНДТ

Первый выпуск: 18 декабря 2017

• **ЧТО ЭТО:** трэвел-шоу о кухне народов мира. Нечестно будет не отнести Ширвиндта-младшего к профессиональным телеведущим. Он, в отличие от Меньшикова и Басты, уже выпускал программу похожего формата на ТВ — «Хочу знать».

• **ЗАЧЕМ:** В первом выпуске Ширвиндт называет себя блогером и дает понять, что его проект — оппозиция телевидению. «Бывший актер», как о нем пишут, негативно высказывается о «ящике» давно. Еще после закрытия «Хочу знать» Ширвиндт заявил, что «познавательное телевидение в нашей стране не приветствуется», а в декабре 2017-го в эфире «Эха Москвы» сказал, что «всё [по телевизору] вытеснили крики». Так что, выходит, новый проект артиста восполняет недостаток интеллектуальных познавательных программ.

• **КАК:** «Съедобное-Несъедобное» выглядит добротно, ради такого шоу, выходи оно в эфире, потянешься за пультом. Снято по телевизионным канонам: смена планов, синхроны, лайфы, стендапы… Точнее, вся программа — практически один сплошной стендап, к закадровому тексту команда канала не прибегает. Видимо, поэтому ведущий и называет себя блогером, хотя правильнее тогда зваться «влогером». Ширвиндт в кадре пьет итальянский кофе, ест грузинские хачапури, заходит во все достопримечательности и общается с местными жителями. Реклама на канале пока отсутствует.

Кстати, даже хронометраж меньше, чем у остальных блогов, — около получаса, будто вписывается в программу передач федерального канала между новостями. На картинке нет ни одного логотипа, в кадре не светится мерч. Главный символ программы — сам Ширвиндт, который даже ест обаятельно. На «вДудя», конечно, шоу совсем не похоже.

СКРИНШОТЫ: YOUTUBE.COM

Текст: **Сергей Ильченко,** *кандидат искусствоведения*

Сериалы второй свежести

О парадоксах отечественного «мыловарения»

Когда-то премьера каждого сериала (а тем более отечественного) становилась событием в телевизионной жизни. Нынче экранное телемыло варится такими темпами, что невольно встает вопрос о его качестве. И очень хочется при этом понять: чем один сериальный «шедевр» отличается от другого. А заодно узнать страшную продюсерскую тайну: отчего это вдруг сериалы, снятые три-четыре года назад, показываются только сейчас и выдаются чуть ли не за новое слово в медиабизнесе.

Думаю, что честно и полно ответить на эти наивные вопросы, возникающие в ходе постоянного наблюдения за отечественным эфиром, не могут ни те, кто сериалы снимает, ни те, кто их показывает. Впрочем, один ответ у меня все-таки есть. И связан он с постоянной конкуренцией между отдельными федеральными каналами, которые все время норовят подставить эфирную подножку друг другу. То в виде беззастенчивого контрпрограммирования, то в виде откровенного плагиата. Стоило Первому каналу раскрутить адаптированный сериал «Ищейка», как на «России 1» ответили появлением его абсолютной копии под названием «Московская борзая». Борьба продолжилась и далее, когда стартовали второй и третий сезоны «Ищейки». В ответ начался показ «Московской борзой» под номером два. И как тут не вспомнить борьбу царствующих особ — «Красной королевы» и «Королевы красоты». Не говоря уже о повальном увлечении эпохой «оттепели», где в кучу смешиваются богема, фарцовщики и шушера всех мастей.

Впрочем, и сами сериалы друг на друга иногда очень сильно похожи. И по атмосфере, и по сюжетосложению, не говоря о перманентной миграции одних и тех же исполнителей из фильма в фильм. А убедиться в этом бывает достаточно легко, так как они практически не разведены по программной сетке. Претенциозный «Алхимик» открыл дорогу псевдомистическим «Тайнам города Н», а за ними последовал слегка залежавшийся в кладовых «Инквизитор». И все это — в эфире Первого канала, в течение полутора летних месяцев. И стоит ли упоминать то обстоятельство, что все три «новинки» были сняты несколько лет тому назад?

Однако сериал — не вино, и его не стоит выдерживать в подвале. Он может элементарно прокиснуть. Как едва не случилось с очень ярким по форме и актуальным по смыслу сериалом «Спарта», наглядно показавшим истинное лицо мира виртуальных цифровых забав. К сожалению, сей случай едва ли не единственный в сериальной практике последних лет, когда сериал не только развлекает, но и обозначает серьезные проблемы, как сорняки всходящие вокруг нас на медийных полях. Но есть и явно неудачные примеры того, когда ложно понятая актуальность оборачивается торопливостью и депрофессионализацией интересных режиссеров. Печально, но такое произошло с Юрием

Быковым, который явно поспешил снять политизированный сериал «Спящие». Стоит признать: дыхание у наших сериалов короткое. Они в лучшем случае могут претендовать на звание спринтера, но никак не стайера эфира.

Пролонгация приключений понравившихся массовому зрителю сериальных героев чревата явными драматургическими провалами и абсолютным отсутствием полноценного сюжета, что и доказала премьера очередного сериала про майора Черкасова, на сей раз участвовавшего в экранной истории «Операция «Сатана». А посему я с тревогой ожидаю появление «Мажора» номер три, так как уже успел полюбить его героев за два предыдущих сезона. Чего не скажешь о бесконечных похождениях того самого майора Черкасова. Здесь нашим мастерам впору учиться у зарубежных мастеров сериального дела. И в этом смысле признаю удачными адаптации иностранных форматов, ставших на нашей российской почве «Методом» и «Климом». А из недавних примеров хорошо смотрелся «Мост», герои которого из нудной скандинавской детективной тоски переселились на российско-эстонские просторы и стали участниками драматичной истории о жестокой мести.

Заметим и то, с какой последовательностью каналы пытаются воспитывать в публике чувство историзма, превращая биографии известных личностей в какие-то авантюрные приключения. 100-летие Великой русской революции подарило нам байопики про Троцкого и Ленина, потом на арене появился охранник Сталина, а нынче уже его дочь. Но от всех этих «разоблачающих» сериалов веет таким дилетантизмом, что любой учитель истории без труда укажет на дюжину-другую неточностей и ошибок. Хотя, когда в основу сериала кладут какой-то классический текст, то нелепости менее заметны. Однако все-таки заметны, и, как говаривал персонаж любимого мною сериала про советского разведчика в тылу врага, «маленькая ложь рождает большое недоверие». И не стоило Сергею Урсуляку браться за «Тихий Дон» и «Жизнь и судьба», превращая великие романы в жалкие иллюстрации представлений режиссера об этих известных книгах. А заодно и Константину Худякову превращать «Хождение по мукам» в авантюрно-приключенческий сериал.

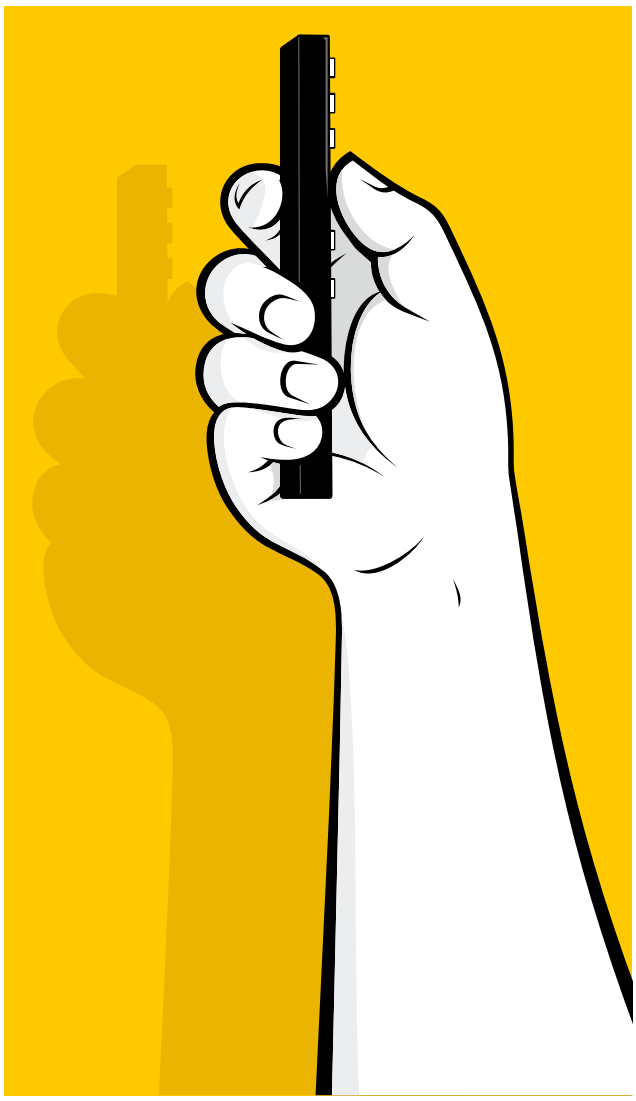
Премьеру нового сериала все-таки по-прежнему ждешь с ожиданием каких-то новых впечатлений и размышлений. Однако телеканалы уже поделили сферы влияния и жанровые сериальные потоки. На Первом показывают что-то пафосное с детективными жанровыми подпорками. На «России 1» в ход идут мелодрамы семейно-криминального плана. НТВ продолжает свои игры в «морских дьяволов» и «ментовские войны». На ТВЦ все отдано на откуп книгам писательницы Устиновой. А «Пятерка» упорно идет по следу. Интуиция подсказывает мне, что в нынешнем сезоне вряд ли что-то кардинально изменится. А посему будем ждать премьер, надеясь на то, что они не окажутся сериалами второй свежести.

ИЛЛЮСТРАЦИЯ: SHUTTERSTOCK.COM

СЕРИАЛЫ ДРУГ НА ДРУГА ИНОГДА ОЧЕНЬ СИЛЬНО ПОХОЖИ. И ПО АТМОСФЕРЕ, И ПО СЮЖЕТОСЛОЖЕНИЮ, НЕ ГОВОРЯ О ПЕРМАНЕНТНОЙ МИГРАЦИИ ОДНИХ И ТЕХ ЖЕ ИСПОЛНИТЕЛЕЙ ИЗ ФИЛЬМА В ФИЛЬМ

Проклятие 21-й кнопки

В начале и середине 1990-х в России появились первые независимые региональные телеканалы. Двадцать лет спустя они могут исчезнуть. Вовсе



Текст: **Александр Широких,** *генеральный директор Национальной ассоциации телерадиовещателей*

ЦИФРОВОЕ ВЕЩАНИЕ

О чем речь? Первая и главная проблема региональных телеканалов — в отсутствии возможности вещать в цифровом формате. Российская телевизионная и радиовещательная сеть (РТРС) скомпоновала два цифровых мультиплекса по 10 телеканалов каждый, и там не нашлось (точнее, сначала нашлось, но потом что-то пошло не так) места даже для одного регионального телеканала. Да, государство не запрещает вещать в аналоге, но это не решит проблему. В январе 2019 года каналы первого мультиплекса отключат свое аналоговое вещание в городах с населением менее 100 тыс. человек. Именно эти каналы формируют ядро аудитории телесмотрения. Ожидается, что за ними в цифру уйдут каналы второго мультиплекса — и тоже со временем отключат аналог. Что произойдет дальше? В аналоге регионалы останутся одни. Представить себе зрителя, который ради любимого регионального канала будет переключаться между источниками сигнала, невозможно. Регионального ТВ нет в цифре. Катастрофа? На самом деле в цифре есть региональное ТВ — это филиалы ВГТРК, региональные ГТРК. Но это лишь местные выпуски «Вестей», врезающиеся в сигналы каналов «Россия 1» и «Россия 24». Достаточно ли этого местному населению? Не факт. Наверняка они хотели бы смотреть и утреннее шоу, и вечернюю итоговую программу, и спортивные трансляции местного клуба-любимца. Ничего этого в цифре от регионов нет.

ИДИТЕ В ДРУГИЕ СРЕДЫ

Так говорит Министерство связи. Идем. Пошли в кабель, добились т. н. 21-й кнопки для 72 телеканалов, они получили статус «обязательный общедоступный телеканал субъекта РФ», и их освободили от платы за кабельное распространение. Им хорошо? Да, но на остальных

взвалили недополучаемые от 21-х кнопок платежи. Каналам стало тяжело выживать. Нужна 22-я кнопка для городских каналов, иначе они не вытянут. Кабель — среда интересная, абонентов, конечно, меньше, чем у эфирного ТВ, зато они более платежеспособны. Они ежемесячно отдают часть своего дохода кабельному оператору. Это более молодая аудитория. Надо ее научиться монетизировать. Тут упираемся в статистику телесмотрения (медиаметрию). Кабельщики ее не имеют или чаще всего не дают. Без цифр продать рекламу невозможно. Точнее, возможно, но бизнес на таких продажах не построишь. Не стоит забывать, что кабель — не панацея для ряда регионов России, в некоторых проникновение в районе 40% в силу рельефа и ландшафта. Там только эфир или спутник.

Спутник? Спутник дороговат. Это могут себе позволить на сегодня лишь два с половиной десятка региональных телеканалов. В «Триколоре» их как раз 26. Остальные операторы менее интересны своей базой.

Интернет и OTT-среда. Идем и туда. Среда развивается очень активно, запускаем вещание региональных каналов в «Яндексе», Peers, SPB TV, Vintera и других сервисах, которые абонент получает через публичный интернет. Удобно. Смотрю где хочу и когда хочу. В метро на планшете, дома на smart-телевизоре, в машине на смартфоне и т. д. Но количество зрителей и просмотров там пока исчисляется тысячами, этого мало, такие цифры не монетизируешь. Развивать надо, за этим будущее. Там ядро аудитории — 25-44, именно они интересны рекламодателю. В крупнейших OTT-сервисах уже около 50 региональных каналов, каждую неделю подключаются новые.

ОБЛАСТНЫЕ КАНАЛЫ

Они, согласно вышесказанному, в самой преферентной позиции (кроме филиалов ВГТРК, разумеется). В феврале 2017 года был разыгран статус обязательных общедоступных телеканалов субъектов РФ. 72 разыграли. 13 осталось, девять из них запланированы на 28 ноября 2018 года. Цифры у них также нет, кабель — бесплатен, поддержка губернатора, как правило, всецела. Тут одна надежда: или цифра, или селлерство 21-х кнопок, превращение их в некий виртуальный региональный канал, ведь аудитория — это абоненты всех (прям всех!) кабельных операторов России. Такая история позволила бы привести большого рекламодателя, если не Procter & Gamble, то хотя бы Adidas. На одних меховых салонах далеко не уедешь...

ГОРОДСКИЕ КАНАЛЫ

Что делать маленьким городским или муниципальным каналам? Биться за 22-ю кнопку. Зрителю нужны местные новости, ему надо знать, что происходит в соседнем районе, квартале, доме. Никто, кроме местного канала, этого не покажет. Совсем маленькие каналы, производившие несколько часов в день, могут становиться сетевыми партнерами обязательного общедоступного телеканала субъекта РФ (т. н. 21-я кнопка). Инициатива поддержана депутатами, ОНФ, но, к сожалению, не нашла поддержки в профильном министерстве.

АЛЕКСАНДР ШИРОКИХ: «ЗРИТЕЛЮ ХОЧЕТСЯ ЗНАТЬ, ЧТО ПРОИСХОДИТ В СОСЕДНЕМ РАЙОНЕ, КВАРТАЛЕ, ДОМЕ. НИКТО, КРОМЕ МЕСТНОГО КАНАЛА, ЭТОГО НЕ ПОКАЖЕТ»

СЕТЕВЫЕ КАНАЛЫ

С 1990-х в России работали тысячи частных каналов по схеме сетевого партнерства, например, транслировали СТС/РЕН/ТНТ (отметить нужное) и вставляли местные новости, программы и продавали местную рекламу. Эта схема работала десятилетиями. Оказалось, что в цифре у этой схемы будущего нет. За счет технологии сплайсинга оператор цифрового ТВ — ФГУП РТРС — самостоятельно может вставлять (врезать) региональную рекламу. Каналам, представленным в мультиплексах, больше незачем делиться с региональными партнерами, телевизионный рекламный пирог не растет, по крайней мере в долларах. Что делать им? Два варианта: искать нового сетевого партнера вне мультиплексовой двадцатки или переходить на самопрограммирование. Второй вариант кажется предпочтительнее, по крайней мере, вы сами будете хозяевами своей сетки вещания. Контент не обязательно производить самому, можно закупать его у контент-агрегаторов.

РЕЗЮМЕ

Что делать? Не сдаваться. Учиться. Работать во всех средах. Бороться за свои права, за права своего зрителя, за рабочие места, за свои коллективы. Идти в ногу со временем. Будет обидно, если от всего регионального телевидения останутся лишь 21-я кнопка и филиалы ВГТРК.

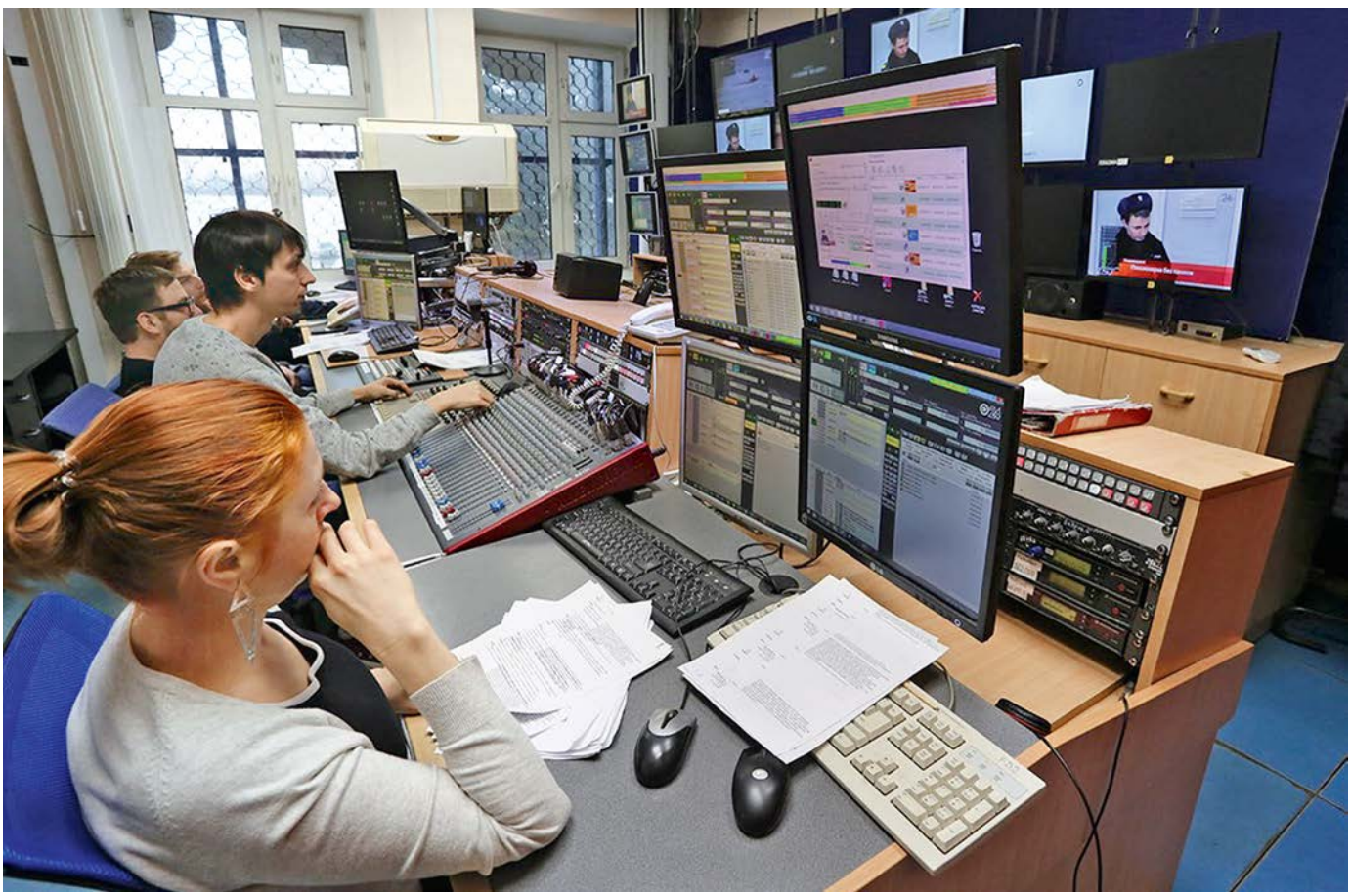
ИЛЛЮСТРАЦИЯ: SHUTTERSTOCK.COM

Сами мы местные

О том, как в Татарстане спасают региональное ТВ

Беседовал: **Андрей Никитин**

30 августа 2016 года, в День Республики Татарстан, начал свою творческую жизнь телеканал «Татарстан-24». Полгода ушло на то, чтобы совместно с кабельными операторами расширить зону охвата в республике, отстроить программную политику с акцентом на новости, провести кадровую адаптацию сотрудников. В феврале 2017 года начался поэтапный перевод телеканалов, сайтов АО «Татмедиа» на платформу «Татарстан-24». Как удалось пройти сложный начальный этап, мы спросили у генерального директора АО «Татмедиа» Андрея Кузьмина



Прямой эфир

Андрей Кузьмин. Интервью без галстука

Андрей Соколов

«В НУЖНОСТИ ПРОЕКТА НЕ СОМНЕВАЮСЬ»

— Оправдала ли себя идея государственно-частного партнерства с группой компаний «Эфир»? Какие проблемы оно помогло решить?

— Соединение государственных компаний с частным бизнесом на условиях партнерства не ново. Особенностью нашей ситуации стало партнерство творческих компаний. Причем каждая была по-своему брендовой, состоявшейся, имеющей своих телезрителей. Стоит заметить, что телеканал «Казань», принадлежавший АО «Татмедиа», и новостной телеканал группы компаний «Эфир», вещающий в кабеле, были конкурентами, работали в одном и том же информационном пространстве Казани и республики. Настоящей подмогой на этапе создания стал опытный и успешный менеджмент коммерческой компании. Ведь не секрет, их степень мотивации зарабатывать, привлекать рекламодателей, спонсоров телепроектов на уровень выше, чем в госкомпаниях со стабильным субсидированием и наличием государственного контракта. Кроме того, рейтинги «эфировцев» и доля аудитории были намного выше. Мы видели воочию, что рекламный рынок падает, шансов найти свое место под солнцем в огромной конкурентной среде становилось все меньше.

Поэтому данный проект, в нужности которого не сомневаюсь, спас нашу компанию от неизбежных убытков, тем самым усилил наших партнеров в общем деле по увеличению охвата телезрителей и оперативной доставке качественной информации до каждого татарстанца. К тому же

«ТАТАРСТАН-24» ВЫШЕЛ НА ПРИБЫЛЬ БЛАГОДАРЯ ЗРИТЕЛЬСКОМУ ИНТЕРЕСУ К САМОМУ КАНАЛУ, НОВОСТЯМ, ПРОГРАММАМ, ТЕЛЕВЕДУЩИМ

«эфировцы» приобрели замечательный опыт работы по информационному сопровождению социально значимых государственных программ, ввели «свежую кровь» творческих и технических сотрудников со своим видением.

— Говорят, создание «Татарстана-24» стало спасением для региональных эфирных телеканалов? Так ли это, на ваш взгляд?

— В декабре 2014 г. телеканал «Звезда» не пролонгировал лицензионный договор с нашей телекомпанией. Они первыми в России отказались от стратегии сетевого партнерства с регионами при переходе на мультиплекс в преддверии цифровизации телевещания России. Это был первый звоночек, обозначивший желание федеральных каналов осуществлять вещание в городах и районах России в чистом виде. В то время наши региональные телеканалы вещали в сетевых окнах СТС, ТНТ, «РЕН ТВ», «Пятницы», «ТВ Центра».

В любом случае для сохранения регионального телевидения мы ставили себе цель заблаговременного перевода наших телестанций на единую платформу сетевого канала. Совету директоров АО «Татмедиа» был предложен проект «Татарстан-24», вскоре проект был одобрен

ФОТО: ИЗ АРХИВА «ТАТМЕДИА»

Григорий Тинский

президентом РТ Рустамом Минниханом. В 2017-2018 гг. мы перевели на платформу ТК «Татарстан-24» наши телеканалы в городах Набережные Челны, Нижнекамск, Альметьевск, Лениногорск, Зеленодольск, Заинск, Нурлат, Буинск, Бавлы, Мамадыш, Пестрецы, Высокая Гора. Безболезненным этот процесс назвать сложно. Привычку зрителей находить свои любимые местные программы в прайм-тайм на известных общефедеральных каналах менять было нелегко. Опасение потерять зрителей, рейтинги, а значит, и рекламные доходы испытывало большинство коллективов наших филиалов. Мы и сегодня продолжаем искать более эффективное взаимодействие со всеми кабельными операторами на территории республики. Не везде нас устраивает качество сигнала. Мы видим острую необходимость в техническом апгрейде наших телеканалов. Оборудование в районах не обновлялось с 2003-2010 гг. К единому HD-формату надо приводить все сетевое вещание.

УМНОЕ СЛОВО — КОНВЕРГЕНТНОСТЬ

— В одном из интервью вы говорили, что главная «фишка» канала — уход от «официальщины» и преобладание сюжетов из всех районов республики. Как удалось синхронизировать усилия коллег из столицы региона и из районов? Ведь наверняка и уровень материально-технической оснащенности, и творческий уровень везде разный…

— Как я уже сказал, технически мы все далеко не самодостаточны. И творческий уровень, вы правы, разный. Как и везде, много проблем с кадрами, особенно в небольших городах. Не могу не сказать о том, что АО «Татмедиа» в последние годы, принимая во внимание нехватку денег, объединило отдельно взятые редакции газет, журналов, радиостанций и телеканалов в единые мультимедийные редакции, решив тем самым, помимо оптимизации, задачи конвергентности журналистов и оперативности доставки информации населению через информационные порталы и социальные сети.

Каждый месяц мы проводим семинары, круглые столы, конференции для наших регионов. В Казань с мастер-классами приезжали известные в России журналисты, телеоператоры, маркетологи, рекламисты, SMMщики. За два с небольшим года уровень подготовки наших региональных коллег заметно повысился.

Есть победы в профессиональных конкурсах республиканского и общероссийского масштаба. А три региональных телеканала в Челнах, Нурлате, Зеленодольске, работающих в сети «Татарстан-24», как и сам сетевой телеканал, за эти годы получили федеральные гранты на создание цикла телепрограмм.

Программа-локомотив «Новости республики» ТК «Татарстан-24» на 80% состоит из видеоматериалов, подготовленных региональными телеканалами и корпунктами. От «официальщины» вряд ли можно совсем уйти. Телевизионщики между собой называют протокольные мероприятия «паркетными». Однако как раз подать такую информацию так, чтобы она принесла пользу, людям, — в этом особая миссия наших журналистов.

Ирина Субеева

Зухра Уразбахтина

— Телеканал «Татарстан-24» уже по итогам 2017 года вышел на прибыль. В чем секрет успеха? И какова ситуация в 2018 году?

— Среди причин могу назвать эффективный менеджмент, зрительский интерес к самому каналу, к новостям, тематическим программам (сейчас их более 40), телеведущим. В 2018 ждем положительной динамики по отношению к 2017 году.

— Какие ноу-хау в деятельности канала могут быть полезны, на ваш взгляд, коллегам из других регионов?

— В первую очередь объединение под конкретную задачу лучших профессионалов региона. Как на уровне принятия решений, так и на уровне их исполнения.

— Какую стратегию используете для решения проблемы конкуренции между телевидением и интернетом?

— Все материалы наших мультимедийных редакций должны выходить под грифом «Сегодня. Здесь и сейчас», независимо от объема недельного вещания по лицензии или от того, на каком «движке» сидит сайт. Сотрудники региональных СМИ должны сами использовать все современные и доступные возможности, продвигая свои программы и проекты в социальных медиа — на своих аккаунтах, на YouTube. Давать перекрестные ссылки, максимально интегрировать видеоконтент и контекстные материалы.

— Как собираетесь продвигать бренд «Татарстан-24»?

— Открыли новый телесезон — как на сетевом канале, так и в эфире наших телестанций. Главная цель — создать активный спрос жителей республики на канал «Татарстан-24» в сетях кабельного вещания.

— Какими достижениями реально гордитесь? Какие перспективы развития видите?

— Главное достижение в том, что нам — учредителям, организаторам и руководителям проекта — удалось сохранить региональное телевидение в республике, муниципалитетах. Не только сохранить, но и увеличить свою аудиторию на территории всего Татарстана. А лучшей перспективой для развития телеканала «Татарстан-24», как и регионального телевещания, несомненно, является модернизация оборудования по производству программ (это выездные съемки и съемки в студии), выпуску программ и каналам доставки. Не буду забегать вперед. Нас услышало руководство республики. Мы сейчас готовим проектную документацию и детальное обоснование проекта.

СПРАВКА

Андрей Кузьмин. Родился в 1969 году в Казани. В профессии с 1995 года. Начинал как корреспондент, редактор, заместитель директора службы новостей телекомпании «Эфир». С декабря 2015 года — генеральный директор АО «Татмедиа», автор и ведущий телепроекта «Интервью без галстука».

На Неве другое НТВ

Текст: **Егор Королёв**

В нашем цеху не принято хвалить коллег. Но бывают такие редкие коллеги, которых хочется поблагодарить за их труд. Тем более есть повод — петербургская редакция НТВ в этом году отмечает свое 20-летие. Их и будем поздравлять и благодарить. Но не по случаю юбилея, а за их ежедневную работу.

Не смотреть телевидение сегодня — не только норма, но и повод для гордости — мол, телевизора нет, на ТВ чернуха и пропаганда, я выше их. Я тоже хожу в гордецах, но при этом смотрю «Сегодня в Санкт-Петербурге» на сайте НТВ. Мне хочется быть в курсе того, что происходит в городе, — и эта программа дает мне полную картину. Но к этому обычному зрительскому мотиву добавляется профессиональный — мне приятно наблюдать, как качественная журналистика живет и здравствует.

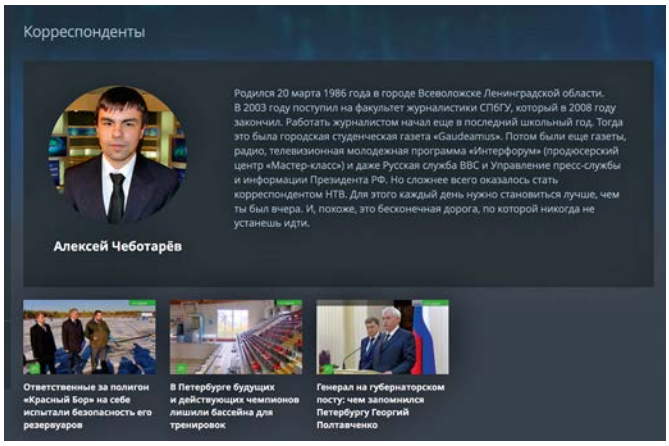
Давайте разбираться, что такое качественные новости на сегодняшнем ТВ.

1 БЕЗ ПРОПАГАНДЫ

Когда в учредителях нет органа власти — журналистам проще. Будь в этих учредителях Смольный или правительство Ленинградской области — не видать бы зрителю ежедневных критических сюжетов о бездействии или равнодушии чиновников. **Парламентские обозрения Алексея Чеботарева** можно собирать в отдельный документальный фильм под названием «Из жизни депутатов». Корреспондент умудряется тонкой игрой слов не сползать из репортажа в фельетон, мастерски остается в новостном формате, но при этом так «подмигивает» зрителю, что тот, если догадливый, крякает от удовольствия. Легче становится обывателю, когда плохого депутата приложат культурно и по делу.

2 ПРО ЛЮДЕЙ

Мы все понимаем, что надо рассказывать про жизнь людей, но при этом чаще всего с экранов на нас смотрят политики и Филипп Киркоров. «Сегодня в Санкт-Петербурге», к счастью, не берет федеральную повестку, политикам воздает по заслугам, Киркоров живет в Москве — потому им остается делать самое, на мой взгляд, нужное для нашей профессии дело — говорить и трубить о проблемах и бедах людей. Тут надо отдать должное продюсерам программы, которые умудряются находить не те проблемы, о которых в этот день говорят на всех экранах страны, а свой эксклюзив. Они не уходят в чернуху, они пытаются разобраться в этих проблемах, выслушать жертв и виновных, свести их мнения в одно русло. Двухминутный сюжет собирается, судя по картинке, долго. По текстам, огромному количеству источников заметно, что журналист снимает сюжет о проблемах дольщиков или затопленных домов не для галочки. Традиционная для петербургской редакции НТВ картинка: корреспондента окружает толпа недовольных жителей, а тот, вместо чиновника, слушает их внимательно, не на бегу. Не звезда эфира приезжает к обиженным людям, не высокая комиссия, а такой же простой житель города или поселка. И все эти сюжеты собираются в общую картину



БУДЬ В УЧРЕДИТЕЛЯХ СМОЛЬНЫЙ ИЛИ ПРАВИТЕЛЬСТВО ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ — НЕ ВИДАТЬ БЫ ЗРИТЕЛЮ КРИТИЧЕСКИХ СЮЖЕТОВ О БЕЗДЕЙСТВИИ ИЛИ РАВНОДУШИИ ЧИНОВНИКОВ

наплевательского отношения чиновника к маленькому человеку, хоть сценарий для кино пиши. Эти сюжеты я называю «митингами». Приезд журналиста в буквальном смысле собирает маленький митинг и, кажется, вполне себе вписывается в формирование так нужного нам активного гражданского общества.

3 РУССКИЙ ЯЗЫК

При этом слово «критический» не очень подходит к стилистике этой программы. Тексты пишут такие высококлассные журналисты, что это скорее сюжеты зубастые, с фигой в кармане, сатирические, с намеком, вторым слоем. Это редкое счастье телезрителя и журналиста — наслаждаться в телевизионной картинке русским языком, слышать игру слов, ценить словарный запас корреспондента, замечать его подсказки и порой ехидные нотки. Казалось бы, в новостях не должно быть этой крамолы — не тот жанр. Но петербургской редакции НТВ тесно в новостном формате, и она перешагивает через него. Потому что там умеют делать и аналитику, и художественную публицистику.

4 СПЕЦИАЛЬНЫЕ РЕПОРТАЖИ

Давно вы встречали этот жанр в новостной повестке? «Сегодня в Санкт-Петербурге» держит марку старого доброго НТВ и порой включает в новости большие спецрепы, которые тянут на отдельные документальные проекты. Видимо, так сложились звезды, что в новостях работают профессионалы, которым узко в событийных информашках, корреспонденты давно выросли из информационных штанов и умеют, а главное, хотят заниматься большими форматами. При этом они остаются в новостях и делают эти новости не похожими на те, которые лепят конкуренты. Юлия Олещенко, к примеру, снимает в Забайкалье **сюжет о петербургских офтальмологах**. И шести минут мало.

На первом курсе Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ студенты по незнанию и недогадливости озираются на Познера и Дудя. Но стоит им показать «Сегодня в Санкт-Петербурге» — они, догадливые люди, приобретают себе других кумиров. Кумиры эти даже не знают, что наши студенты в числе своих любимых журналистов называют Юлию Олещенко, Марию Сапожникову, Катерину Правдину и многих других НТВшников. Теперь знают.

Эта вся ода не означает, что у коллег все круто. И у них бывают скучные сюжеты, и им никуда без криминала и чернухи. Но этой типичной для нашего ТВ картины в «Сегодня в Санкт-Петербурге» мало. Зато так много хорошего, что хочется и дальше оставаться их телезрителем.

ФОТО: NTV.RU

Директор Иркутского филиала МНТК «Микрохирургия глаза» Андрей Щуко стал одним из героев сюжета Юлии Олещенко о петербургских и иркутских офтальмологах, изучающих генетические болезни староверов Забайкалья

Тонкая прямая линия

В сентябре исполнился год со дня открытия студии онлайн-трансляций в редакции газеты «Тюменская область сегодня». Об уникальном для страны опыте рассказывает автор идеи и организатор создания студии — главный редактор Александр Скорбенко

Беседовал: **Сергей Кузнецов**

— Оправдала ли ожидания ваша затея?

— День рождения отметила студия не какого-либо телецентра, а – удивительно! — газеты. Больше года студия вещает в прямом эфире и объединяет людей. К новому направлению работы газеты «Тюменская область сегодня» серьезно относятся не только читатели, но и телезрители. Пользователи интернета могут не только увидеть и услышать интересных собеседников, но и задать свои вопросы — заранее или во время проведения прямого эфира. Для удобства в газете публикуются анонсы прямых линий и информация о возможных темах для обсуждения, в которых могут принять участие читатели.

За год работы студии мы провели более 210 прямых линий и получили возможность создания своего института экспертов в различных сферах и областях знаний. И смогли превратить видеоматериалы в текстовые материалы газетных публикаций, что значительно расширило информационные возможности наших читателей.

— Как возникла идея создания студии?

— Поток информации в современном мире огромен,

АЛЕКСАНДР СКОРБЕНКО: «ПРИ СУЩЕСТВОВАНИИ YOUTUBE ПО БОЛЬШОМУ СЧЕТУ ГАЗЕТА И ТЕЛЕВИДЕНИЕ СТАНОВЯТСЯ РЕАЛЬНЫМИ КОНКУРЕНТАМИ В БОРЬБЕ ЗА СВОЕГО ЗРИТЕЛЯ»

и из этого потока люди выбирают лишь самые важные новости. Сегодня газета, телевидение, радио и интернет конкурируют между собой за внимание читателей. При этом визуальный формат — один из самых приемлемых, интересных и удачных, поэтому мы и приняли решение его использовать. Кстати, на мой взгляд, телевидению еще предстоит пережить довольно сложные моменты, потому что в будущем его может поглотить интернет.

Редакции, которые успели создать свои видеоканалы, наверняка задумываются над тем, как насытить

Студия онлайн-трансляций газеты «Тюменская область сегодня» начала свою работу *19 сентября 2017 года*. **С тех пор журналисты издания провели более** *210 прямых линий* **и более** *50 трансляций* **с мест событий, которые посмотрели десятки тысяч человек**

их рекламой и информацией, делать разносторонними и интересными. 1 мая журналисты нашей газеты впервые провели прямую трансляцию во время шествия в праздник весны и труда, затем 9 Мая — трансляцию парада в День Победы. Сегодня журналисты газеты фактически конкурируют с телевидением, причем самым простым способом — с помощью телефона. При этом репортажи с места событий и прямые линии востребованы широкой аудиторией, отсюда и состоятельность нашего проекта.

— Как вы думаете, сможет ли маленькая студия в редакции газеты конкурировать с большой студией государственной телерадиокомпании?

— Мне кажется, что разговоры, которые сегодня ведутся вокруг кнопки вещания и мультиплекса, — это особая форма поиска пути развития нашего телевидения. При существовании YouTube необходимо будет переходить на канал цифрового вещания. По большому счету и газета, и телевидение становятся реальными конкурентами в борьбе за своего зрителя и читателя. И здесь у газеты есть свой плюс — наличие архивов публикаций и материалов как в бумажном, так и цифровом виде. Эти архивы могут быть востребованы рынком, потому что многие интересуются тем, что происходило в определенные моменты истории. Телевидению работать в этом направлении сложнее, поэтому оно будет проигрывать и газете, и сайту в интернете.

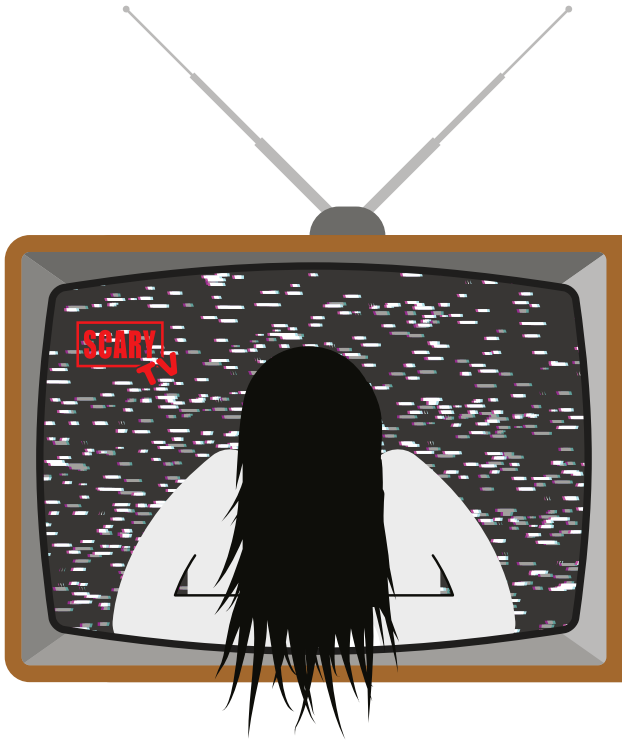
— Каким видите будущее проекта? Какие выводы за этот год сделали?

— Надеюсь, наш проект будет развиваться много лет. Самый важный вывод на основе полученного опыта состоит в понимании того, что эксперимент — основа сегодняшних средств массовой информации, и те СМИ, которые будут экспериментировать, выживут!

Другой важный момент — вместе с творческим коллективом мы сумели вырасти из журналистов, пишущих для газеты, интернета и социальных сетей, до специалистов, способных вести стрим и прямые трансляции, делать прямые включения на телевидении. Это новое направление работы диктует нам время. Универсальный журналист определяет политику любого издания и его развитие.

ФОТО: ИЗ АРХИВА ГАЗЕТЫ «ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ СЕГОДНЯ»

Трубу прорвало в телевизор



Статистика рапортует: доверие к телевидению снижается, а к социальным сетям — растет. Но вот что любопытно: со своими коммунально-бытовыми бедами люди все равно идут «в телевизор». Есть иллюзия, что он поможет быстрее, чем местная власть или коммунальные службы. **ЖУРНАЛИСТ** *размышляет, почему так получилось*

Текст: **Александра Литвинова,** *PR-специалист в органах власти*

«СРЕДНИЕ» УХОДЯТ, ОСТАЮТСЯ «НИЖНИЕ»

Исследование «Левада-центра»* показывает, что социальные сети и интернет продолжают укреплять свое положение среди источников новостей. Доля предпочитающих телевидение в качестве источника новостей о происходящем в стране и мире за девять лет снизилась на 21%. Интернет-издания, наоборот, улучшили свой результат на 28%, социальные сети — на 22%.

Динамика с доверием аудитории также не вызывает вопросов или особого удивления. С 2009 по 2018 годы телевизионщики потеряли 30% доверия своих зрителей, а интернет-издания и социальные сети приросли на 14% и 11% соответственно.

Тем не менее доверие к теленовостям даже в среде интернет-пользователей выше, чем доверие к сетевым новостям (42% против 32% и 40% против 34% соответственно). «Непользователи» категорически не доверяют интернет-новостям, а среди «пользователей» интернет и социальные сети входят в тройку лидеров по уровню доверия.

Понемногу меняется и качественный состав зрительской аудитории. Исследование «Левада-центра» показывает, что образованные жители больших городов чаще обращаются к интернету для получения новостей. Таким образом, возле телевизионных экранов остаются только наиболее преданные и наименее критичные зрители. И они ждут от телевизора чуда.

КНИГА ЖАЛОБ БЕЗ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

Эта аудитория и ее своеобразный запрос меняют и принципы работы новостных телевизионных служб. Телепродюсеры окунулись в самую пучину социальных сетей, чтобы черпать вдохновение и актуальные для людей истории.

Недостроенные/разрушенные/пострадавшие от пожара дома, шумные и агрессивные соседи, экологические вопросы — все идет в ход, лишь бы картинка была хорошей, а персонажи в кадре яркими. Например, среди петербургских каналов наиболее активно в этом поле работает «78 канал» и его программа «Телекурьер». В описании программы на сайте канала говорится: «Телекурьер» — это классический пример журналистики прямого действия. Мы не просто говорим о проблеме, мы пытаемся эту проблему решить. Если у вас не работает лифт в парадной, под окном выросла куча мусора, а во дворе нет освещения — звоните нам! Мы заставим коммунальные службы работать, мы призовем чиновников к ответу, мы узнаем у экспертов, что делать, чтобы такого больше не повторилось! Мы поможем!» В этом ли задача тележурналиста?

Меняются не только предпочтения по источникам. В своем стремлении быть ближе к зрителю и нужнее ему

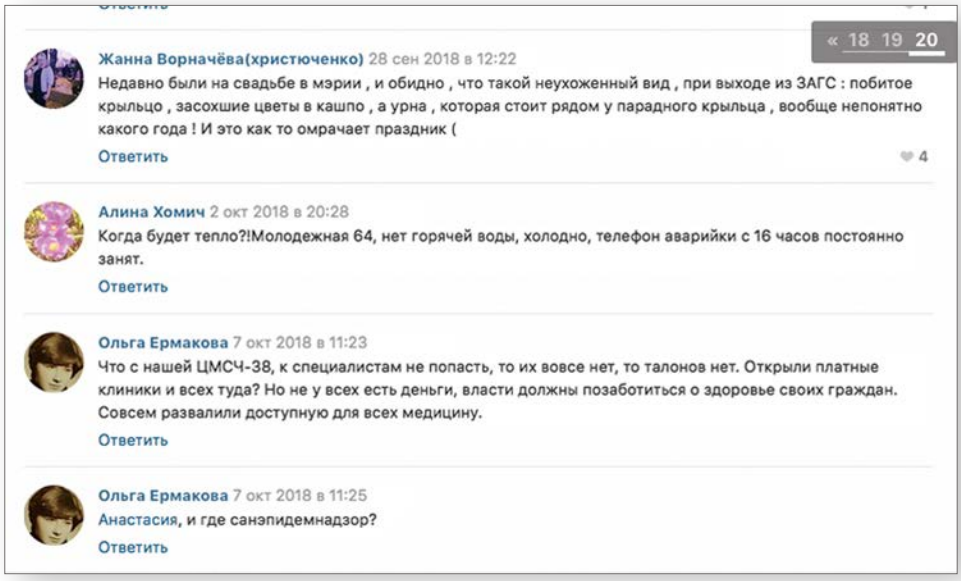
* Исследование проводилось 23-30 августа 2018 года

телевизионщики иначе подходят к формированию информационной повестки дня, меняют язык, манеру ведения эфира и общения со спикером, поведение корреспондентов в кадре и за его пределами, иначе расставляются акценты. Стандартный для таких случаев сценарий содержит следующие элементы, без которых сюжет потеряет нужную остроту:

- **ВОЗМУЩЕННЫЕ ЖИТЕЛИ** на заднем плане,
- **ДЕТИ** на любых планах,
- **«ВКЛЮЧЕНИЕ» ЖУРНАЛИСТА В СИТУАЦИЮ** (корреспонденты обязательно трогают лопнувшую трубу или спускаются в страшный подвал),
- **БЕЗДЕЙСТВИЕ ВЛАСТИ** (яркий финал получается, когда съемочная группа с гражданами пытается попасть в кабинет чиновника за ответами на свои наболевшие вопросы. Замечательно, если чиновник по какой-то причине начнет оказывать сопротивление. Чем активнее, тем лучше).

Но иногда такой экшн не нужен, и тогда сюжеты посвящают ненавязчивым поводам. В первой половине октября на Первом канале в новостном блоке вышел сюжет «Невероятный подарок природы — лето посреди календарной осени». В течение 3 минут 20 секунд нам рассказывают о народных приметах, многолетних астрах и климатических нормах, потерях торговых центров и подарках для психики… В качестве иллюстраций используются фото и видео из социальных сетей.

Практически в каждом регионе ежедневно встречаются сюжеты, где красной нитью проходит идея: «Люди отчаялись решить свою проблему… журналисты — их последняя надежда». Так, например, «Вести Оренбуржья» откликнулись на обращение жителей поселка Строителей Оренбурга. Или сюжет передачи «Телекурьер», где журналисты разбираются, почему уже 40 лет жильцы одного из домов в Санкт-Петербурге не могут избавиться от плесени, другого — добиться капитального ремонта фасада. «5 канал» рассказывает «Невероятную историю пса Зевса, восставшего из могилы». Дворняга пережила автомобильный наезд, была «усыплена» и похоронена заживо, но закончилось все хорошо. С одной стороны, тренд хороший. Например, повышается ответственность представителей власти всех уровней, которых упоминание в СМИ способно развернуть лицом к нуждам граждан. Хотя бы временно. Кроме того, увеличивается объем сюжетов о социальных проблемах, а ведь исследователи говорят, что их в общей структуре новостного вещания не больше 6%. Но с другой стороны, принципиально меняется фокус журналистского зрения. Вместо того чтобы разбираться с причинами — почему так происходит, как должна работать система, чтобы подобные ситуации были невозможны, — СМИ сосредотачиваются на отдельных, крохотных в масштабах общества очагах. Ведется бесконечная борьба с симптомами.



СЕГОДНЯ ТЕЛЕПРОДЮСЕРЫ ЧЕРПАЮТ АКТУАЛЬНЫЕ ДЛЯ ЛЮДЕЙ ИСТОРИИ В СОЦСЕТЯХ

ИЛЛЮСТРАЦИЯ: SHUTTERSTOCK.COM; СКРИНШОТ: VK.COM

В КАЖДОМ РЕГИОНЕ ЕЖЕДНЕВНО ВСТРЕЧАЮТСЯ СЮЖЕТЫ, ГДЕ КРАСНОЙ НИТЬЮ ПРОХОДИТ ИДЕЯ: «ЛЮДИ ОТЧАЯЛИСЬ РЕШИТЬ СВОЮ ПРОБЛЕМУ… ЖУРНАЛИСТЫ — ИХ ПОСЛЕДНЯЯ НАДЕЖДА»

Текст: **Елена Упорова**

Почему я не работаю на телевидении

Сразу после школы я пошла работать на ТВ. Возвращалась несколько раз. И сейчас меня многое с ним связывает. Однако притяжения так и не случилось. Что пошло не так?

ВТОРОЙ РАЗ

«А давай ты будешь читать обзор прессы в программе «Доброе утро», — как-то предложила мне подруга, объяснив, что нужен человек, похожий на репортера, а я похожа. Приехав в «Останкино», я робко жалась у стенки в студии с текстом, пока меня не оглушил режиссер:

— Значит, очки уберем, линзы вставим.

— А еще у меня одного зуба нет справа. Это заметно, когда я широко улыбаюсь.

— Зуб тоже вставим.

Я еще раз убедилась во всесилии телевидения.

— Так, все отлично. Нужно будет приезжать пять дней в неделю к нам и читать текст в кадре.

— А писать?

— Пишут редакторы, можете подкорректировать под себя.

Я приуныла. В общей сложности я проработала в «Останкино» восемь с половиной лет, восемь из них на радио, где все всё делали сами. Я скучала по этим коридорам, наполненным круговращением, неожиданным встречам, вечерним компаниям в маленьких комнатках или аппаратных, где было неважно — телевизионщик ты или радийщик, депутат или писатель, музыкант или слесарь. Особенно прекрасны были милиционеры. Они необыкновенно терпимо относились к утомленным ночной сменой операторам, спортивным комментаторам, восхищенным общей атмосферой посетителям, которых порой выносили из телецентра на руках после посещения пресс-бара. Однажды в десять часов утра моя коллега влетела в корреспондентскую хохоча, чуть не наступив на спящего возле нашей двери тележурналиста, который всю ночь вел какой-то прямой эфир откуда-то.

— Покупаю сигареты внизу в ларьке. Подходит элегантный мужчина, спрашивает продавщицу: «А вот эта рябина на коньяке, она приличная?» А та ему в ответ: «Да вы что! Тут половина «Останкино» без нее утро не начинают...»

...Я вышла из студии прогуляться. В коридорах было пусто. Двери в комнаты заперты, как и в нашу каморку 5014А, которая была моим веселым, порой трагичным, но теплым домом на восемь лет. И еще у нас был выход из окна на крышу. Останкинская башня висела прямо справа от меня. Теперь на нашей двери, как и на других, висели таблички с названиями продакшн-компаний. Отгородились друг от друга.

— Слушай, Юля, я, наверное, не смогу читать обзоры. Мне послезавтра в командировку. Ну, то есть я два раза в месяц езжу в командировки на радио. Зуб? Черт с ним, с зубом.

Эта история случилась довольно давно, с тех пор я несколько раз все-таки работала для телевидения: писала сценарии шоу, концепции и тексты программ, пару репортажей. Но тогда я шла вдоль останкинского пруда и плакала. Это был второй раз в моей жизни на этом пруду.

ПЕРВЫЙ РАЗ

В 17 лет я оказалась на ТВ, лучшем, хорошем — в Молодежной редакции Центрального телевидения. Тот самый 12-й этаж. Я не понимаю, как в нашем кабинете умещались КВН, Молодежный вечер в «Останкино» и пара корреспондентов публицистической программы «Мир и молодежь». В мои обязанности скромного администратора входило все: отправлять огромные декорации в Одессу с аэродрома в Кубинке, получать разрешение на съемку нелепого опроса в подмосковной электричке, покупать билеты заслуженным и народным на вокзале, ездить с хитрой фарцовщицей за французскими дезодорантами для сотрудников, возить артистов на одесский Привоз, заполнять бумаги, восхищаться свеженаписанной песней Шаинского про КВН, следить за фонограммами Аллы Пугачевой в тон-ателье. Все было сложно. Понятия ЗОЖ не было — артистов из гостиницы приходилось вытаскивать на съемки клещами; билетов в кассах тоже не было — откликнувшись на мои рыдания, милиционер покупал их через военную кассу; получить разрешение на съемки на железной дороге за один день было невозможно — журналистка падала в обморок, я снова рыдала, режиссер гладил меня по голове, в результате снимали просто так; на аэродроме в Кубинке я потерялась и выходила часа два под гром сверхзвуковых бомбардировщиков и т.д.

Я вообще удивлялась: когда телевизионщики успевают работать, если они постоянно о чем-то говорят и весело смеются? Сейчас я понимаю, что в этом и был секрет. Никто ни разу не повысил на меня голос, никто не говорил с интонацией Левитана. Это были дружеские отношения.

Самым страшным тогда было забыть выключить свет в комнате и на этаже. Я часто возвращалась с полдороги. Конечно, свет был выключен. И вот как-то раз, вернувшись, я стала свидетелем тихого разговора автора «Что? Где? Когда?» Владимира Ворошилова и главреда Эдуарда Сагалаева возле лифта на 12-м этом этаже.

— Первый в истории прямой эфир. Что-то может пойти не так.

— Я взял партийный билет, если что, сдам.

ФОТО: SHUTTERSTOCK.COM

КРЕПКИЕ ВЫРАЖЕНИЯ И СУРОВЫЕ ДЕЙСТВИЯ ВОШЛИ В ПРАКТИКУ ТЕЛЕВИДЕНИЯ, СОЦСЕТЕЙ И В ЦЕЛОМ ОБЩЕСТВЕННЫХ ДИСКУССИЙ ГОРАЗДО ГЛУБЖЕ, ЧЕМ ЗАПРЕЩЕННЫЙ ЗАКОНОМ СТАРЫЙ ДОБРЫЙ РУССКИЙ МАТ

— Я тоже.

В какой-то момент мне нужно было уйти оттуда, по техническим причинам. «Слушай, давай мы тебя «поступим» на Высшие режиссерские курсы», — предлагала мне один режиссер. «Мне нужен ведущий на серию программ, там Окуджава и другие представители интеллигенции», — говорил другой. Вообще режиссеры ТВ очень добрые и умные люди. Я не знаю, откуда у них титанические нервы. Но я ушла.

ТЕЛЕВИДЕНИЕ — ФАНТАСТИЧЕСКИ СЛОЖНАЯ ИНДУСТРИЯ. МНЕ КАЖЕТСЯ, НУЖНО ИМЕТЬ СТРЕМЛЕНИЕ, МЕЧТУ, ЧТОБЫ БЫТЬ ТАМ. МЕЧТА ДАЕТ ЗАПАС ЖИЗНЕННОЙ ЭНЕРГИИ

И когда я уходила тогда, я тоже шла вдоль останкинского пруда и плакала. Я полюбила моих коллег всем сердцем. Но их экзальтация по каждому поводу выбивала меня из колеи. Любое незначительное достижение вызывало у них бурю положительных эмоций, прямо бурю. Я редко видела их в состоянии задумчивости. И это тоже был секрет для меня.

МЕЧТА

Мой друг, блестящий колумнист и интервьюер, всю жизнь мечтал работать на ТВ. У него сложный психотип. Он эрудит, очень быстрый мозг-капкан и непоколебимая либеральная позиция. Его и с радио выгоняли за это. В итоге у него получилось. Три раза его брали на центральные каналы, но там он надолго не задержался, а сейчас прекрасно работает в кадре «Совершенно секретно».

Наташа (красавица и умница) совсем не мечтала оказаться ведущей РБК. Продержалась полгода: «Я должна была постоянно хорошо выглядеть, каждый день, понимаешь? Это нужно очень себя любить, чтобы трудиться в студии. Ни выпить вечером, ни закусить».

Другие мои друзья, бывшие радийщики, работают на НТВ, РЕН-ТВ, «Первом канале» на шоу. Мне всегда интересно, как им это удается — вариться в этом огромном, сложном, логистическом, технологическом котле? Телевидение — фантастически сложная индустрия. Мне кажется, нужно иметь стремление, мечту, чтобы быть там. Мечта дает запас жизненной энергии. Надо сказать, что эти мои коллеги почти абсолютно счастливы. Они всегда улыбаются. Они трудоголики.

Региональные журналисты часто совмещают радио и ТВ. Вот они отвели эфир на радио в джинсах, потом переоделись в платья, загримировались и пошли в соседнюю студию с камерами и элитными гостями. В сущности, они делают то же самое, что и перед микрофоном, только в одежде спонсоров. Это забавно наблюдать, потому что сейчас везде видеотрансляции радиоэфиров. В этом смысле радио и есть ТВ. И наоборот. Но престиж ТВ выше, как и гонорары.

Но по-настоящему меня потряс Игорь, пишущий журналист, попавший под сокращение. Он долго грустил, но потом устроился SMMщиком в крупную компанию и грустить перестал. Платят отлично, и можно покуролесить в свободное от работы время. Он посещает все выставки и концерты в Москве, непременно фотографируясь с гениями современности. Но истинная его цель была проникнуть на телик. И он проник в качестве героя шоу «Давай поженимся».

— Игорь, зачем?

— Хотел посмотреть на все изнутри.

— И что же ты увидел?

— Ведущих, администраторов, гримеров, операторов, парня, который отвечал за аплодисменты...

Какая великая жертва ради того, чтобы ничего не увидеть!

НЕЖНОСТЬ

Сама-то я вынесла свой телевизор в подъезд еще три года назад. Хороший телевизор, с USB-входами и CD-ROM. Не потому, что я оппортунист, а просто из-за скуки. Все для меня там стало скучным: веселые шоу, предсказуемый отбор новостей, сокращение документалистики и хорошего кино, пугающие свой грубостью расследования и политические дебаты.

Крепкие выражения и суровые действия вошли в практику телевидения, соцсетей и в целом общественных дискуссий гораздо глубже, чем запрещенный законом старый добрый русский мат. Чтобы ругнуться матом, надо как-то себя собрать в кучку; чтобы назвать человека «тварью» — уже нет.

«Мразь», «тварь», «гнида», «сука» — все эти слова с экрана стали захватывать и меня. Поведение ведущего НТВ Норкина, который может обидеться на все, даже на цвет галстука оппонента, стало казаться мне почти приемлемым. Наглость корреспондентов РЕН-ТВ и НТВ, врывающихся в общественные организации подобно ОМОНу, оставляла надежду на мощный ответ. Ничего такого не случилось.

— Я еле успела закрыть офис навсегда, как приехало РЕН-ТВ, — сказала мне с грустной усмешкой девушка, много лет руководившая международной организацией, которая давала гранты региональным независимым СМИ, телевизионщикам тоже.

— Вот мра... — хотела ответить я, но вовремя остановилась, пошла домой и вынесла телевизор.

Его забрали через 5 минут. Кому-то он нужен. А мне нужно нежное, честное ТВ, безалаберное, документальное, экспериментальное, то, с которого я ушла в 17 лет. Я видела это, это возможно!

Лихо одноглазое

Сколько в вашем окружении знакомых, которые любой разговор о телевидении пресекают фразой: «Я не смотрю этот зомбоящик»? Много? Значит ли это, что все они защищены от «промывки мозгов»? Что нужно знать, чтобы смотреть телевизор осознанно, не давая себя «зомбировать»? Как обычный ведущий шоу ежедневно погружает телезрителей в транс? Почему миллионы смотрят «Дом-2»? Пролить свет на эти вопросы **ЖУРНАЛИСТУ** *поможет кандидат психологических наук, гипнотерапевт Кирилл Бондарь*

Текст: **Инна Тимченко**

Первый вопрос, который в последнее время мне регулярно задают ваши коллеги из СМИ, звучит примерно так: «То, что мы видим в шоу «Звезды под гипнозом» на Первом канале, — это постановка или правда?» Однозначного ответа на этот вопрос нет, и я объясню почему. Какие-то элементы действительно могут быть постановочными, потому что это шоу! Но нельзя говорить и о том, что все, что вы видите на экране, — притворство чистой воды. Я предполагаю — но это только мое мнение, — что большая часть работы со звездами у Исы Багирова происходит до эфира, за кулисами. Скорее всего, из огромного количества желающих поучаствовать в шоу звезд им были предварительно отобраны хорошо внушаемые люди. С ними гипнотерапевт имел возможность заранее установить контакт и поработать. Поэтому сцены мгновенного погружения артистов в транс, которые мы воспринимаем как чудо, могут являться плодом кропотливой подготовительной работы. Однако это не умаляет мастерства гипнотерапевта. Кроме того, нельзя сбрасывать со счетов и то, что звезды в целом люди с весьма развитым воображением, им свойственно перевоплощаться, поэтому они в целом более гипнабельны, чем обычные люди.

ИЛЛЮСТРАЦИЯ: BARANDASH KARANDASHICH / SHUTTERSTOCK.COM

Почему же вообще эта передача вызвала такой ажиотаж у зрителей и бьющие все рекорды рейтинги? Дело в том, что люди боятся гипноза. Вокруг этого состояния традиционно возникает много мифов. Ну хорошо, в вышеназванной передаче «подопытные» хотя бы знают, что их сейчас загипнотизируют, им известны правила игры. А как насчет массового гипноза? Идея о том, что телезрители впадают в массовый гипноз и зомбируются перед экранами телевизоров, прочно укоренилась в нашем сознании.

Может быть, это идет еще от сеансов Анатолия Кашпировского, который вводил в транс всю страну, причем в прайм-тайм. Меня также время от времени спрашивают, возможен ли гипноз посредством телевизора, без прямого контакта. Да, возможен.

Давайте разберемся, как это происходит. Самая простая схема гипнотизации состоит из четырех последовательных этапов, и все эти этапы невольно проходит сидящий перед экраном телевизора зритель.

• **ПЕРВЫЙ ЭТАП** — фиксация внимания. Неважно, используется для этого какой-то предмет или объект. Главное, что внимание зрителя захвачено, монополизировано. Этот эффект достигается на телевидении очень просто: люди сами, совершенно добровольно, фиксируют внимание на экране.

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ СКУДНОСТЬ ЖИЗНИ МНОГИХ ЛЮДЕЙ ДАЕТ ТАКОЙ ЭФФЕКТ: ЗРИТЕЛЬ ВКЛЮЧАЕТ ТЕЛЕВИЗОР, А ТАМ, ЧТО НАЗЫВАЕТСЯ, «КРУТОЙ ЗАМЕС». СТРАСТИ КИПЯТ, ЭМОЦИИ ЗАШКАЛИВАЮТ!

• **ВТОРОЙ ЭТАП** — снижение уровня активности сознания, то есть критического мышления. Чаще всего это происходит в вечернее или раннее утреннее время. Возьмем, к примеру, утро. Человек собирается на работу и заодно смотрит утреннее шоу. Наше сознание — не многозадачная структура, оно не может выполнять много действий одновременно. Поэтому в таких условиях критическое мышление снижается, а информация проваливается в мозг без особого критического анализа.

• **НА ТРЕТЬЕМ ЭТАПЕ** в гипнозе происходит активизация бессознательного. За счет чего этот этап наступает у человека перед экраном? За счет резкой смены кадров, а также богатой палитры эмоций. Это могут быть очень яркие, аффективные эмоции. Или, наоборот, очень вязкие: печаль, апатия, тоска.

• **ЧЕТВЕРТЫЙ ЭТАП** называется «углубление транса». В терапевтической практике специалист выводит человека из транса и сразу же погружает в новый. Зачем? Потому что в следующий раз он будет погружаться глубже. В телевидении этот эффект достигается за счет рекламы, когда значимая история резко прерывается на важном месте. А после продолжения воздействие транса только углубляется.

О РЕАЛИТИ-ШОУ

Мы живем в эпоху все более усложняющихся технологий и все более упрощающегося мышления. Этому мышлению важны определенные образцы и алгоритмы действий: как жить, как дружить, как любить, как ругаться или не ругаться, как действовать, как реагировать на чужие эмоции. И здесь очень хорошо «на помощь» приходят реалити-шоу, например, пресловутый «Дом-2».

СЕРИАЛЫ

Многосерийные фильмы позволяют человеку подражать жизни героев, копировать их эмоции и реакции на какие-то ситуации. Заданные на экране модели поведения призваны снизить количество альтернатив у человека. Сериалы — отличный формат для внушения каких-то идей. Их можно «затачивать» под определенную тематику ради культивирования определенных идей. Например, закон о «материнском капитале» сопровождает выход на экраны в том же году сериала «Папины дочки», а спустя два года появляется сериал про большую дружную семью «Воронины», где дети рождаются один за другим, постепенно делая главных героев многодетными родителями. Или президентский указ о нормах ГТО, который подписывается за месяц до выхода на экраны сериала «Физрук». Кроме того, очень четкая линия в сериалах у нас сейчас идет на любовь к родине.

ТОК-ШОУ

Ток-шоу в основном идут в прайм-тайм. В последнее время они часто имеют политическую окраску. Эмоциональная скудность жизни многих людей дает такой эффект: зритель включает телевизор, а там, что называется, «крутой замес». Страсти кипят, эмоции зашкаливают! Приглашенным «гостям» дают разнарядку: чем эмоциональнее

ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК НЕКОЕ МЕРИЛО ВСЕГО ДЕМОНСТРИРУЕТ И НАВЯЗЫВАЕТ СВОИМ ЗРИТЕЛЯМ ТО, ЧТО ИМ «НЕОБХОДИМО ДЛЯ СЧАСТЬЯ»

ФОТО: ИЗ ЛИЧНОГО АРХИВА КИРИЛЛА БОНДАРЯ

будете вести себя в кадре, тем лучше. Потому что эмоции цепляют людей. Учитывая, что они и так в состоянии повышенной внушаемости, можно спрогнозировать, что потом они станут копировать определенные образцы поведения, проникаться «правильными» мыслями и идеями, потому что так действуют их кумиры. Да, там ругань, крики, хватания за грудки, но в конечном итоге «Россия всех победила и всех спасла». Эти внушения производятся для укрепления патриотизма.

РЕКЛАМА

У нас есть базовые инстинкты. И потребности, которые диктуют эти инстинкты. Первый — инстинкт самосохранения. Второй — сексуальный, или инстинкт продолжения рода. Третий — социальный инстинкт, иерархический. Ощущение себя членом своей стаи и представление о том, какую нишу я занимаю в этой условной иерархии. Понимая эти потребности, их можно актуализировать. И телевидение как некое мерило всего демонстрирует и навязывает своим зрителям то, что им «необходимо для счастья». Ведь часто наши базовые потребности никак «не опредмечены», и мозг находит ответы на вопросы, которые ставит перед ним его биологическая часть, в той культурно-исторической эпохе, в которую он помещен.

ТЕЛЕВИЗОР VS ИНТЕРНЕТ

Почему человек отказывается от телевизора? Да он, скорее всего, не отказывается от него. Он просто переходит в интернет. Там немного другой способ получения информации: не линейный, а сетевой, но при этом работают те же самые законы.

КАК СМОТРЕТЬ ТЕЛЕВИЗОР ОСОЗНАННО?

Надо просто понять одну простую истину: сам по себе гипноз не полезен и не вреден. Это нейтральное состояние. Но оно в разы повышает внушаемость. А внушаемость — это способность воспринимать информацию с минимумом критического анализа. Именно поэтому в рекламе, в маркетинге, в массовых коммуникациях постоянно используются приемы, погружающие зрителя в измененное состояние сознания. Если начать отслеживать эти приемы, то можно в разы повысить свою осознанность и извлекать пользу и новые знания из этого источника информации.

Зашейте карманы, откройте рот

О легендарной программе «Взгляд» рассказывает один из ее создателей

В Молодежной редакции Центрального телевидения СССР впервые стали применять спецэффекты

Беседовала: **Надежда Ажгихина**

Владимир Мукусев — лауреат отечественных профессиональных наград и приза Американской телеакадемии, с его именем связаны самые популярные передачи 1980-х и 1990-х — «Салют, фестиваль!», «Веселые ребята», «А ну-ка, девушки», «Мир и молодежь», «12- й этаж», острые сюжеты, репортажи из «горячих точек» — Афганистана, Нагорного Карабаха, Чечни, Югославии. Его родная Молодежная редакция ЦТ в те годы была основной площадкой смелых экспериментов, раздвигающих границы возможного — идеологически и творчески. Один из таких проектов получил название «Взгляд». Актер и писатель Вениамин Смехов в предисловии к неопубликованной еще книге Мукусева о той поре писал: «Четыре года «Взгляда» — это четыре года войн теле-народовольцев за права человека в России, за «прекрасное далеко» наших детей и внуков, за культуру и достоинство на Родине».

САГАЛАЕВ СКАЗАЛ: «А СМОЖЕШЬ СДЕЛАТЬ ТАКУЮ ПРОГРАММУ, ЧТОБЫ СКАЗАТЬ В НЕЙ ВСЕ, ЧТО ХОЧЕШЬ? НО ПРИ ЭТОМ НЕ ПОДСТАВИТЬ НИ СЕБЯ, НИ МЕНЯ, НИ РЕДАКЦИЮ. СЛАБО?»

— Расскажи, с чего все началось? Как вообще возникла идея «Взгляда»?

— Первый разговор о новом проекте помню хорошо. Состоялся он летом 1986-го, больше чем за год до первого «взглядовского» эфира. Это было дома у Эдуарда Сагалаева, в конце 1980-х главного редактора нашей «молодежки» и моего непосредственного шефа. Своего жилья у меня тогда не было, и мы с трехлетней дочкой Дашей очень любили бывать в уютном и гостеприимном доме у этой замечательной и дружной семьи. Как всегда, мы с Эдуардом Николаевичем уединились на кухне, и я услышал совершенно неожиданное предложение: «... вот вы постоянно ругаете начальство, что мы вырезаем из ваших программ самое главное, острое, «душим вашу свободную мысль» и не даем говорить с экрана правду. А представь себе, что я снимаю все ограничения. Все! Убираю цензуру как таковую. А сможешь ты сделать такую программу, чтобы сказать в ней все, что хочешь, но при этом не подставить ни себя, ни меня, ни редакцию. Слабо?» Не помню, что я тогда ответил. Вряд ли что-то умное, настолько неожиданным было предложение. Ведь я тогда еще не знал, что в Кремле уже было принято решение кардинально изменить наше ТВ в соответствии с новой политикой гласности. Прекращалось глушение «вражеских голосов». И меняться прежде всего должно было молодежное вещание. А Сагалаев об этом уже знал.

— Так началась новая горбачевская эпоха в советских СМИ. Точно так же в «Огонек» был приглашен почти опальный за свои симпатии к Западу редактор украинского журнала «Всесвит» Виталий Коротич, так «Московские новости» превратились из органа пропаганды достижений СССР в орудие его критики, а публикации и прежде либеральной «Литературки» вообще покушались на «самое святое». «Зеленый свет» дали Яковлев и, конечно, Горбачев, который увидел в «гласности» перспективу. Но ведь это «решение сверху» нашло самый горячий отклик, всколыхнувший всю страну. И молодежные редакции — будь то газеты, журналы, радио или ТВ, — по сути, много лет расширяли узкие рамки разрешенных тем и форм, воспитывали, по сути, независимость суждений. Те же самые «Веселые ребята» — без них не было бы практически всех современных качественных развлекательных программ.

— «Веселые ребята» — первая программа, которую я стал делать на ЦТ, переехав из Ленинграда в Москву. Она была своеобразным продолжением телеконкурса «Салют, фестиваль!», лауреатом которого я стал, получив в награду путевку в Гавану на 11-й Всемирный фестиваль молодежи и студентов. Молодежная редакция задыхалась от отсутствия в эфире «фирменного блюда» — КВН. И чтобы вернуть запрещенную программу, главный редактор Евгений Широков и его заместитель, будущий «крестный отец» «Взгляда» Эдуард Сагалаев, завотделом развлекательных передач Андрей Меньшиков и режиссер и поэт Анатолий Монастырев придумали программу в рамках подготовки к фестивалю, суть которой определяло секретное рабочее название «конкурс капитанов КВН». Руководство ЦТ не заметило или сделало вид, что не заметило. Собственно, благодаря передаче я, бывший кавээнщик, инженер одного из ленинградских оборонных КБ, в свободное время ведущий молодежной программы ленинградского ТВ, попал в поле зрения руководства Гостелерадио СССР и получил приглашение работать в «Останкино». Но настоящим автором «Веселых ребят был мой соперник по «Салют, фестиваль!» и друг по жизни Андрей Кнышев. Именно Кнышев и молодой режиссер Витя Крюков не просто создали новую развлекательную программу, они придумали новый телевизионный язык, новый формат. В «Веселых ребятах» огромную роль стала играть «картинка», спецэффекты, скрытые до этого возможности видеонмонтажа. Впервые на нашем ТВ изображение значило больше, чем «говорящая голова», несло больше информации, настроения, обостряло детяли и заставляло задуматься над скрытым смыслом. По сути это была антисоветская программа, но сделана

МОЛОДЕЖНАЯ РЕДАКЦИЯ ЦЕНТРАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ БЫЛА ПОЛЕМ СМЕЛЫХ ЭКСПЕРИМЕНТОВ И НОВАЦИЙ. ЮМОР, ОСТРОУМИЕ, САТИРА ЗВУЧАЛИ ВО МНОГИХ ПЕРЕДАЧАХ

ФОТО: ИЗ АРХИВА ВЛАДИМИРА МУКУСЕВА

настолько мастерски, что обвинить ее создателей в этом было практически невозможно. Поэтому она безжалостно кромсалась, но основа оставалась прежней — юмор, остроумие, сатира против пошлости. Вот почему «Веселые ребята» стали для меня одной из отправных точек для создания «Взгляда». Молодежная редакция была не только полем экспериментов, мы искали ярких людей. Я ездил по стране в поисках сотрудников и участников новых программ. Так нашел Диму Диброва, мне показалось, его характер, азарт, южный говорок принесут новую интонацию. На Мурманском ТВ увидел замечательные работы режиссера и журналиста Толи Малкина. И вскоре его работы увидела вся страна в нашей программе «Мир и молодежь». А сам Малкин стал московским режиссером, одним из создателей «Взгляда».

«ВЗГЛЯД» СТАРАЛСЯ РАССКАЗАТЬ О САМЫХ ОСТРЫХ ТЕМАХ, О ТОМ, О ЧЕМ ЕЩЕ НЕДАВНО ЛЮДИ РАЗГОВАРИВАЛИ ТОЛЬКО НА КУХНЕ С БЛИЗКИМИ ДРУЗЬЯМИ

ПОЧТИ *200 миллионов* **ЗРИТЕЛЕЙ, ПОЧТИ СТОПРОЦЕНТНЫЙ РЕЙТИНГ, НЕСМОТРЯ НА ТО ЧТО ПРЯМОЙ ЭФИР НАЧИНАЛСЯ ПОЗДНИМ ВЕЧЕРОМ, ПРАКТИЧЕСКИ НОЧЬЮ**

— У тебя уже был солидный опыт, в том числе — участия в уникальном проекте, первых телемостах между СССР и США. Придумывая «Взгляд», ты учитывал американские образцы?

— Я немного поработал на небольшой телестанции «Кинг-5» в Сиэтле, был у Фила Донахью в Нью-Йорке. Что-то подсмотрел и чему-то научился у американцев. Чем-то поделился сам. Но вот — парадокс. Я приехал в Штаты, будучи абсолютно убежденным, что все, что делает советское телевидение, ну или почти все — пропаганда. Все это скучно, уныло и неинтересно. А вот в Америке!.. Мне американское телевидение, скажу честно, не очень понравилось. И не только потому, что впервые увидел воочию, как оно зависит от рекламы. То, что я увидел на экранах американского ТВ, в большинстве своем было просто скучным, пресным, предельно пуританским зрелищем. Хотя прекрасно сделанным и «упакованным». Но главное было в другом. Я проникся новым для меня жанром, которым мастерски владел Донахью. Инфортейнмент! Проще — информируй, развлекая. И это использовал в полном объеме в том же «Взгляде». Многим я поделился с моим учеником и коллегой Владиком Листьевым. Идея «Взгляда» состояла в следующем: в отдельной, почти настоящей квартире живет молодая пара — Он и Она. В гостиной принимают солидных гостей, в кабинете — деловых знакомых. ну а на кухне — самых близких, тех, с кем можно говорить обо всем. Естественно, в квартире должен быть «видак», по которому наша пара показывала гостям, а значит, и стране сюжеты. И, конечно, много музыки, видеоклипов и живого звука. И все было бы именно так, если бы не мой товарищ и вечный соперник, блестящий ведущий и журналист Владимир Молчанов. Он вышел в эфир раньше со своей программой «До и после полуночи», в которой было использовано почти все, что хотели сделать мы. Дело не в плагиате, просто в то время идеи витали в воздухе. Пришлось радикально менять концепцию. Толя Малкин и редактор Кира Прошутинская предложили заменить квартиру неким подобием то ли комнаты общежития, то ли офиса, куда поместить четырех молодых ребят-журналистов. Начали искать ведущих, обошли все журфаки, но никто к нам не рвался, узнав, что эфир через полгода. И практически случайно мой коллега, пришедший с Иновещания, Андрей Шипилов, предложил попробовать на роль ведущих четырех его знакомых по прежней работе. Так к нам пришли Олег Вакуловский, Дима Захаров, Влад Листьев и Саша Любимов. Они практически ничего не умели — ни брать интервью, ни работать с аудиторией. От телекамер просто шарахались, да и просто нормально держать микрофон им было не под силу. Но делать было нечего. Время шло, и мы решили рискнуть.

— Первый выпуск «Взгляда» вышел 2 октября 1987 года. А последний?

— 28 декабря 1990-го. Между ними — почти четыре года. Первое время — два раза в неделю, еще без названия. Потом, собственно, «Взгляд». Днем в пятницу выпуск

на Дальний Восток. Потом 2-3 часа прямого эфира ночью с пятницы на субботу. Почти 200 миллионов зрителей. Почти стопроцентный рейтинг.

МЫ ТОРОПИЛИСЬ РАССКАЗАТЬ О ЛЮДЯХ, КОТОРЫХ ДО «ВЗГЛЯДА» НИКОГО НЕ БЫЛО НА ТВ

— Прямой эфир — невиданная роскошь. Но была ли все же цензура, попытки кого-то не допустить в эфир?

— Конечно. Например, мы готовили программу с академиком Андреем Дмитриевичем Сахаровым, это должно было стать первым, после его возвращения из ссылки в Горький, появлением на ЦТ. В прямом московском эфире! Я допустил непростительную ошибку, объявив об этом в выпуске на Дальний Восток. Реакция власти была жесткой. Когда Сахаров пришел на ЦТ, студия была опечатана. А у дверей стоял вооруженный наряд милиции. Ни его, ни нас просто не пустили. А в эфир пошла дневная версия, то есть запись. Все, что я успел сделать, — дать титр, «бегущую строку», в течение всей передачи шло сообщение зрителям первой программы о том, что мы идем в записи и не по нашей вине. Это была игра с огнем. Первый раз встал вопрос о закрытии «Взгляда». Передачу отстояли. Правда, я был отстранен от эфира на два месяца. Но это мелочи... За все время во «Взгляде» работало около 70 человек, первоклассных журналистов, режиссеров, каждый внес в копилку популярности свой вклад. Главный прицип был: телевидение — это МЫ, а не Я. Эти Мы выпустили несколько сотен первоклассных материалов в самых разнообразных жанрах. От репортажей с места событий, в том числе из «горячих точек», до полноценных расследований. Мы постоянно показывали фрагменты художественных и документальных фильмов, запрещенных в советское время, начали с фильма «Комиссар» Александра Аскольдова. Удалось снять с «полки» и спасти многие киношедевры, в том числе фильм «Рок» Александра Учителя. С помощью майора ВВС Михаила Пустобаева я предупредил страну о готовящемся перевороте, тогда Михаил Горбачев не поверил нам и обвинил чуть ли не в провокации. Говорили о коррупции в Узбекистане и повсюду, о необходимости закончить преступную войну в Афганистане, о человеконенавистной сущности сталинских репрессий и необходимости гласности во всем... Русский рок благодаря передаче вышел из «подполья», в эфире всегда были композиции «Аквариума», «Алисы», «ДДТ», «Кино», «Наутилуса»...

— Каким выпуском гордишься больше всего?

— Их все-таки два. Первый — предложение восстановить на месте разрушенного большевиками если не храм Христа Спасителя, то хотя бы часовню. Второй — предложение наконец похоронить «вождя мирового пролетариата». Первая идея была реализована. Храм был восстановлен в полном объеме. А вот вторая идея периодически обсуждается до сих пор. Хотя уверен — будет так, как мы предложили во «Взгляде». Передачу я готовил в течение двух месяцев, в режиме абсолютной секретности. У меня было три автора: политобозреватель всесоюзного радио Владимир Цветов, худрук «Ленкома» Марк Захаров и настоятель храма в Новой Деревне отец Александр Мень. Само критическое обсуждение темы Мавзолея в то время, да еще с экрана ЦТ, могло привести не только к потере работы, но и в психушку. Я понимал, что, возможно, делаю свою последнюю передачу. Пересказывать ее не буду, тем более что она была уничтожена сразу после выхода в эфир. От меня стали шарахаться даже близкие друзья. И вдруг — тишина. День, другой... Потом, как оказалось, Горбачев увидел в кулуарах Захарова, обнял его и сказал: «Видел передачу, очень важная и нужная. Может быть, рановато пока. Но тема важная, молодцы, и вы, и журналисты». И все дали обратный ход. Меня и «Взгляд» на время оставили в покое.

— Многое из того, чем гордилось российское ТВ, родилось во «Взгляде». Но потом ситуация стала меняться. В чем причина?

— Деньги. Я пропустил, с чего все это началось. Дело в том, что каждое упоминание музыкальной группы

в нашей программе немедленно делало ее знаменитой. Это быстро поняли дельцы нарождающегося шоу-бизнеса. И у нас стали появляться странноватые группы. Много позже я узнал, что не случайно, а за конкретный «нал» в карман моих же коллег.

— Все чаще звучит ностальгия по СССР, а вместе с ней — обвинения в адрес журналистов, которые своей критикой возбудили перемены и разрушили сверхдержаву. А Вениамин Смехов, твой друг, назвал тебя в предисловии к новой книжке «народовольцем». Ты ощущаешь себя могильщиком режима? «Взгляд» был отрядом революционеров?

— Ответственности за распад СССР на мне и на «Взгляде» точно нет. Мы страстно хотели сделать то, чего ждали от телевидения, спешили это сделать ярко, интересно, у нас не было никаких образцов перед глазами, все рождалось в процессе поиска. Мы носились по стране как сумасшедшие, торопились рассказать о людях, которых никогда не было на ТВ. Мы пытались вернуть людям достоинство, отнятое государством, пытались помочь своей стране «вернуться с войны». Не успели. Жаль.

— Кого бы из сегодняшних молодых взял бы в тот, старый «Взгляд»?

— Трудно сказать.

— Дудя взял бы?

— Его — да. Из него можно было бы сделать интересного ведущего. Его проблема в том, что он практически один на своей полянке, никакой конкуренции нет. А это мешает развиваться.

— По образцу «Взгляда» ты создал много региональных телепрограмм. Не хотел вернуться на ЦТ?

— Довольно долго без всероссийского эфира было трудно, это все же наркотик. Не так давно позвонили с ЦТ, пригласили в программу. Я спросил: эфир прямой? Отвечают, нет, в записи. «Будете редактировать, монтировать меня, корректировать мои слова?» «Да, конечно», — радостно отвечает молодой голос. Даже не поняли, почему я отказался. Очень хотели уговорить.

— Что ты смотришь сегодня? Вообще, какое впечатление от сегодняшних популярных программ?

— Сегодня хорошо то, что некие абстрактные понятия обрели физическое воплощение. Смотришь одну программу и видишь: перед тобой полный негодяй. Или продажная сволочь. Все просто. Профессиональный уровень ведущих очень низок, многих на «отстойно-застойное» советское телевидение просто не пустили бы. А они сегодня — звезды…

— Мне кажется, твои книги, последняя о погибших в бывшей Югославии товарищах Викторе Ногине и Геннадии Куринном, — это продолжение того «Взгляда», который стал вехой в истории нашей журналистики. 26 лет ты вел расследование, нашел место убийства, организовал в Хорватии целое движение, установил памятник на месте трагедии, и все это практически в одиночку. Книга называется «Не стреляйте, мы ваши братья». Мне кажется, она не только о памяти, увы, очень короткой у многих, а о сути и смысле журналистики в наше время. Они остались теми же, что и в годы «Взгляда». Недавно на стене Гостелерадио наконец появилась памятная доска с именами Ногина и Куринного. Помню, в своем обращении к президенту ты говорил о необходимости начать наконец расследование убийства. Есть ли новости?

— Не так давно позвонил следователь из СК, молодой парень. Я пришел, он у меня спросил телефоны вдов. Я подумал, шутит. Как это, Следственный комитет не знает телефонов вдов? Дал телефоны, спросил, могу ли быть чем полезен, книжку подарил. Он полистал, сказал: да ведь это было давно… И мы попрощались. Больше никто мне не звонил. В бывшей Югославии между тем обо всех жертвах гражданской войны стараются узнать как можно больше. Наверное, и у нас так же внимательно когда-нибудь будут относиться к каждому погибшему, даже к тем, кого по ошибке убили наши союзники.

Я уверен: и настоящее ТВ вернется, когда на ТВ вернется живой человек, вернется живой, а не натужный смех, уважение к людям.

— Что бы ты посоветовал прежде всего молодым, мечтающим о ТВ?

— Зашейте свои карманы.

Владимир Соловьев: *«Нет института, где учили бы на председателя Союза журналистов»*

Накануне столетнего юбилея СЖР на форуме современной журналистики «Вся Россия-2018» председатель СЖР Владимир Соловьев рассказал **ЖУРНАЛИСТУ** о том, какими он увидел региональные СМИ, что удалось сделать за год, будущем журналистики и возглавляемой им организации

Беседовала: **Любовь Петрова,**
главный редактор журнала **ЖУРНАЛИСТ**

— Владимир Геннадьевич, еще год назад ваша профессиональная деятельность была связана с тележурналистикой — и в корне отличалась от того, чем вам сейчас приходится заниматься. Как вы себя чувствуете на новом месте?

— В целом чувствую себя хорошо, несмотря на, скажем так, абсолютные изменения в образе жизни. Но я понимал, на что иду, хотя в начале этого пути с трудом представлял, что на меня обрушится. А за эти 11 месяцев понял, за какой пласт взялся: когда нужно делать почти все сразу, когда нужно быстро принимать решения, когда нужно постоянно быть в русле совершенно другого информационного потока — не того, в каком я был всю жизнь, хотя они очень похожи, но все-таки немного разные.

На эту должность нигде не учат — нет института, где учили бы на председателя Союза журналистов, поэтому приходится всему учиться на ходу. О многом мне рассказал Всеволод Богданов, но мы придумываем и новые форматы, то, чего никогда раньше не было. И теперь, когда я вошел в курс дела, понимаю, на какие кнопки нажимать. Мы все решаем сами, над нами нет начальника. Сам принимаю решения, куда ехать, когда ехать, с кем встречаться. Посетил, наверное, около 25 регионов, где-то побывал не раз. Союз становится интересным для сообщества, модным для молодежи. Вступают целыми редакциями. Мои друзья из программы «Время», «Вестей» звонят, спрашивают: «Как вступить в Союз?» Это очень приятно.

— Вы много ездите по регионам. Какое впечатление произвели региональные СМИ?

— Картина достаточно пестрая. В принципе, ничего неожиданного для себя не увидел, по стране я много ездил и раньше, хоть и международник — побывал в 80 странах мира и на всех континентах, даже в Антарктиде несколько раз был. Я понимаю, что сейчас всем непросто. Но, наверное, и у газет, и у радиокомпаний региональных — как и у людей — есть срок жизни: одни умирают, другие появляются на свет. Многие районные газеты, понимая, что конкурировать с интернетом практически невозможно, меняют ежедневный формат

ФОТО: АНВАР ГАЛЕЕВ; ИЗ АРХИВА СЖР

на еженедельный, появляются лонгриды, больше публицистики, местной информации, что привлекает читатетелей.

Проблем много. Они во всех регионах одинаковые: нехватка финансовых средств (хотя печатным изданиям в этом году государство выделило 556 миллионов рублей на поддержку социально значимых проектов, до ТВ, радио и интернет-СМИ пока деньги не доходят, но мы будем над этим работать); вечная борьба с Почтой России; повышение цен на бумагу; по 10 киосков в день уничтожается, закрывается по две библиотеки в неделю.

У ТВ свои проблемы — переход с аналога на цифру, мультиплексы и 21-22-я кнопки. Об этом говорят на всех площадках форума, много вопросов по этим темам задавали на встрече Леониду Левину, руководителю профильного комитета по информационной политике. Радио и интернет-СМИ страдают от давления агрегаторов.

Я ЗА ЭТИ 11 МЕСЯЦЕВ ПОНЯЛ, ЗА КАКОЙ ПЛАСТ ВЗЯЛСЯ: КОГДА НУЖНО ДЕЛАТЬ ПОЧТИ ВСЕ СРАЗУ, КОГДА НУЖНО БЫСТРО ПРИНИМАТЬ РЕШЕНИЯ, КОГДА НУЖНО ПОСТОЯННО БЫТЬ В РУСЛЕ СОВЕРШЕННО ДРУГОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПОТОКА — НЕ ТОГО, В КАКОМ Я БЫЛ ВСЮ ЖИЗНЬ, ХОТЯ ОНИ ОЧЕНЬ ПОХОЖИ

— Согласны ли вы с утверждением, что нет качественной журналистики, что профессия исчезает?

— Профессия не исчезает, она меняется. Есть достаточно много качественной журналистики, но она сейчас, к сожалению, мало востребована читателями, зрителями и слушателями. Форматы же меняются весьма причудливым образом. Я пять лет возглавлял службу документальных фильмов телеканала «Россия». В лучшие времена мы делали по 300 фильмов в год, полных, документальных, по 44 минуты, иногда по две серии. Я расставлял фильмы на канале «Россия 1» по 8 штук в неделю. Сейчас происходит сублимация, вместо документального кино — ток-шоу. Зритель хочет видеть то, что произошло сейчас, сегодня, и обсуждать это в режиме реального времени.

Невозможно заработать качественной аналитикой. Но я надеюсь, что профессия не исчезнет при нашей жизни, а даже, наоборот, будет развиваться, только в каких-то новых формах.

Сегодня уже используется искусственный интеллект — новости пишут роботы, и они же решают, без участия человека, какую новость поставить первой. Но это лишь новости, а вот написать аналитический материал, вести борьбу за справедливость — до этого роботы, наверное, еще долго не дойдут, это останется журналистам.

Так что я с оптимизмом смотрю на развитие профессии, отрасли в целом. И всем, чем можем, мы, как общественная организация, будем помогать.

— Что уже удалось сделать? Что не получилось?

— В последние несколько лет СЖР находился в таком замороженном состоянии, что, когда я шел на выборы, мне друзья говорили: «Зачем тебе эта полумертвая структура?» Но я считаю, что Союз — элита журналистского сообщества, невероятный ресурс. Нас больше 70 тысяч, 83 региональных отделения. И, конечно, опираясь на такой ресурс, можно горы свернуть, если все делать с умом. Увы, приходится заниматься практически всем и сразу. Большая международная деятельность, о которой отдельно могу рассказать; программа разнообразных стимулов для членов Союза; и, естественно, защита журналистов, которая идет каждый день — вытаскиваем задержанных, спасаем целые редакции от увольнения и т.д.

Мы внимательно следим за тем, что и как происходит. Анализируем, делаем выводы. А все проблемы, которые аккумулируем на наших форумах, пытаемся донести до власти, тех структур, которые могут помочь в их решении. Это одна из задач общественной организации. И мне очень приятно, что в составе секретариата нашего Союза и руководитель профильного комитета Леонид Левин, и депутат Госдумы Евгений Примаков — он недавно избрался от Саратова. В Госдуме есть старые друзья и коллеги — Петр Толстой, Евгений Ревенко и многие другие, которые реально оценивают ситуацию в журналистике, понимают, что и как надо менять. Поэтому у нас есть определенное лобби в Госдуме, и думаю, что какие-то вопросы мы сможем решить с его помощью. Я говорил о наших предложениях

Медиасаммит «Один пояс — один путь», Пекин

Круглый стол о господдержке со Светланой Дзюбинской, заместителем начальника Управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии ФАПМК, на форуме «Вся Россия», Сочи

Обсуждение отраслевых проблем, форум «Вся Россия», Сочи

МЫ ВНИМАТЕЛЬНО СЛЕДИМ ЗА ТЕМ, ЧТО И КАК ПРОИСХОДИТ, АНАЛИЗИРУЕМ, ДЕЛАЕМ ВЫВОДЫ. А ВСЕ ПРОБЛЕМЫ, КОТОРЫЕ АККУМУЛИРУЕМ НА НАШИХ ФОРУМАХ, ПЫТАЕМСЯ ДОНЕСТИ ДО ВЛАСТИ, ТЕХ СТРУКТУР, КОТОРЫЕ МОГУТ ПОМОЧЬ В ИХ РЕШЕНИИ

президенту в Калининграде: наказание чиновников большими штрафами за отказ в аккредитации, за непредоставление журналисту положенной по закону информации, за затягивание ответа на критические материалы. И президент меня полностью поддержал. Это даст нам возможность законодательно провести эти инициативы.

Запущен процесс масштабного обучения — образовательные практикумы и инфорумы, которых провели по стране уже больше двадцати. График составлен до следующего лета. Все, что я с трибуны съезда обещал, запустили в работу.

С разными скоростями идут процессы объединения с союзами, которые не состоят в СЖР. Это Московский, Петербургский (Ленинградской области) и Татарстанский. Мы не хотим никого торопить — наоборот, предлагаем посмотреть на то, что делаем, познакомиться с нашими возможностями.

Мы моментально реагируем на сообщения о неправомерных действиях по отношению к журналистам. Еще весной я встречался с министром внутренних дел Владимиром Колокольцевым, и мы договорились о постоянном контакте с сотрудниками МВД. И когда задерживают журналистов, сразу обращаемся в центральный аппарат, откуда дают по шапке местным полицейским. Вы, наверное, слышали: генерал в Екатеринбурге собрал журналистов, извинился за своих сотрудников и сказал, что они будут наказаны за задержание журналистов, такое не повторится. Это наше вмешательство сработало, и так было во многих регионах.

— А как вообще выстраиваются отношения с региональными властями?

— Когда я езжу по регионам, всегда удается встречаться с местными руководителями. С ними приходится решать много разных вопросов — от предоставления помещений для нашего Союза до помощи журналистам, ветеранам. Некоторые делегации журналистов попали на форум благодаря поддержке местных властей. Очень приятно, что молодые губернаторы сейчас научились общаться с прессой.

Интересная была история в Красноярске, когда вдруг решили убрать из центра киоски печати. После наших переговоров с руководством края и города нам пообещали, что киосков будет даже больше. Так появилась «красноярская» инициатива — решили делать киоск печати под одной крышей с киоском мороженого, со столиками и вайфаем. Идею им предложили мы, а мэр Красноярска поддержал, на днях уже прислали фотографии киосков.

— То есть вы считаете, что сейчас давления со стороны властей становится меньше? Была практика, и не так давно, когда перед выходом издание показывали местным властям.

— Мы такие вещи замечаем и сразу начинаем бить в колокола. Это граничит с цензурой, а у нас она запрещена Конституцией и законом. Региональным газетам приходится ходить по лезвию бритвы, чтобы не свалиться, с одной стороны, в критиканство полное и разумно решать проблемы региона или района, а с другой стороны — не превратиться в рекламный листок руководителя, где на каждой странице пять его фотографий. Такое есть, я это замечаю порой в моем родном Подмосковье и об этом говорил в «Сколково», на нашем инфоруме. Есть такие проблемы в Подмосковье. Ну и по стране такое тоже бывает.

— А чем Союз привлекателен для молодежи?

— Ну, во-первых, наше профессиональное удостоверение, членский билет. Я уже не раз замечал, что оно работает даже в каких-то бытовых моментах. Мы хотим его утвердить юридически.

Уже сейчас члены Союза имеют различные льготы. Мы на открытии фестиваля подписали соглашение с тридцатью санаториями, домами отдыха на побережье Черного моря, в Имеретинской долине на скидку на отдых и лечение для всей семьи журналиста: 14% в сезон, 20% — в «несезон». Ведем переговоры со Снежаной Тодоровой о предоставлении хороших скидок на отдых в Варне в Доме журналиста.

На форуме современной журналистики «Вся Россия-2018», Сочи

Международная карточка работает как журналистское удостоверение в 186 странах мира, как удостоверение личности, при возникновении каких-либо проблем можно рассчитывать на помощь полиции, и как приятный бонус — бесплатный вход без очереди в музеи. Стоит она 3600 рублей на два года, но два посещения Лувра покрывают эту сумму сразу. Я сейчас подписал соглашение с руководителем Союза музеев Михаилом Борисовичем Пиотровским о том, чтобы она работала и для наших журналистов.

Мы не можем, как в старые советские времена, раздавать квартиры, машины и т. д. У нас нет такого количества санаториев, как было тогда, но тем не менее что-то мы можем дать, что привлечет коллег.

Вот здесь на фестивале вы видите полные залы уже третий день подряд, интереснейшие встречи с коллегами, пресс-конференции с известными журналистами, руководителями республик, выставки. Мы создали конкуренцию солнцу, морю и всему этому празднику жизни на набережной. Люди находятся здесь, не убегают. Собралось 1400 человек, больше ста мероприятий за шесть дней. А журналисты всё видят, снимают, пишут.

— А что планируете кроме инфорумов для профессионального роста молодых журналистов?

— Будут стажировки в другие страны, подготовка журналистов, которые едут в «горячие точки». Есть курсы «Бастион», мы хотим сделать еще один формат с НИИ МЧС, который готовит специалистов для работы в экстремальных ситуациях. Мы получили образовательную лицензию, сейчас получаем грант на совместную деятельность. Будем издавать на эту тему методические пособия. В моем родном городе Ногинске огромный полигон МЧС, где можно прочувствовать физически какие-то вещи, которые нужно понимать на уровне инстинктов.

Вы меня, главное, остановите: я могу часами рассказывать. Сейчас так взялись за все сразу, что некогда жить. Но интересно.

Конгресс в честь столетия Союза журналистов Франции, Париж

Отпечатки и опечатки свободы

Датой своего рождения СЖР считает съезд журналистов в ноябре 1918 года, на котором почетными председателями были избраны Владимир Ленин и Лев Троцкий, а непочетным — Василий Осоргин

Международная конференция в ЦДИС с участием легендарной Анжелы Дэвис. *1972 год*

ФОТО: ИЗ АРХИВА И. Б. ЯКОВЛЕВОЙ

«Свободная печать — страж свободы; печать связанная — ее бич», — сказал когда-то лидер Великой Французской революции Максимильен Робеспьер. Робеспьер был голова, хотя именно благодаря свободе печати ее и лишился. Его печальный опыт в России был учтен не сразу.

В 1919 году организация была переименована в Союз коммунистических журналистов. Членами правления и активными участниками дискуссий были Анатолий Луначарский, Николай Бухарин, Сергей Есенин, Михаил Кольцов, Исаак Бабель. Судьбу Робеспьера разделили все за вычетом Луначарского и Есенина (по причине самоотвода).

При жизни лучшего друга советских журналистов и физкультурников Сталина Союз залег на дно. Потом то ли снизу, то ли сбоку постучали, и в цеху потеплело. Многие связывают этот период с именем главного редактора «Известий», по совместительству зятя Н. С. Хрущева Алексея Аджубея. В 1992 году возник СЖР, который возглавил Всеволод Богданов. В основу его устава вошли принципы, закрепленные в новом законе о СМИ, — свобода слова и запрет цензуры. В 2017 году председателем СЖР был избран Владимир Соловьев.

Давайте вместе с Союзом сделаем так, чтобы читать российские газеты можно было перед обедом. А смотреть ТВ — даже после ужина.

С юбилеем, друзья.

Принеси мне то не знаю что

Последние века полтора все издания выходят в свет с фотоиллюстрациями, с рисунками, а теперь и с инфографикой. Забота об этом лежит на отделе иллюстраций, в котором работают «фотики» (фотокорреспонденты) и «бильды» (фоторедакторы)

Чем же занимаются фоторедакторы?

Они занимаются визуальным контентом, то есть подбирают фотографии к текстам.

Раньше, в давние советские времена, не было профессии фоторедактора, а человека, подбиравшего фотографии к публикации, так и называли — фотоподборщик. Точнее, фотоподборщица, ибо большинство их было женщинами. Изредка в фотоподборщики уходили постаревшие фотокоры, которым уже невмоготу было бегать по съемкам. Они сидели себе в отделе и толкали на полосы свои старые кадры. Потом времена изменились, в нашей стране появилось множество самых разных изданий, роль фотоподборщика стала увеличиваться, и его стали называть фоторедактор. В профсреде его чаще называют коротко — бильд (от немецкого слова bild — картина, рисунок, фотография).

По большому счету в обязанности бильда входит не только подбор снимков к тексту, но и активное участие в выстраивании визуального ряда издания, его облика. Хорошо работающий бильд обеспечивает сильный визуальный ряд, делает издание привлекательным для читателя. От бильдредактора требуются насмотренность, хорошая визуальная культура, понимание специфики и формата издания, хорошее ассоциативное мышление, знание в лицо важнейших персон, стрессоустойчивость. На частый вопрос: нужно ли бильду уметь фотографировать? — ответ: и да, и нет. Бильду полезно побывать в шкуре фотокора, ему необходимо знание работы фотожурналиста для того, чтобы не было ситуаций «пойди туда не знаю куда и принеси то не знаю что...». С другой стороны, навыки фотокора не особо-то нужны в работе бильда и могут иногда мешать ему в правильном отборе снимков.

Разумеется, работа бильда в ежедневной газете, еженедельнике, ежемесячном издании, агентстве различается. В агентстве и ежедневном издании темп работы зачастую сумасшедший, дело решают минуты, а то и секунды, а в еженедельнике жизнь куда вольготнее. Про ежемесячник и не говорю! Оставим в стороне вопросы фоторедактирования фотоальбомов или выставочных проектов, там своя специфика.

В профессии фоторедактора есть одна особенность — взаимодействие с пишущими журналистами. Не секрет, что бал в редакции правят пишущие. Проблема состоит в том, что не все из них обладают нужной визуальной культурой. Отсюда и постоянные трения, когда бильд подбирает снимок, а пишущему (автору, редактору) снимок не нравится, а почему не нравится, объяснить не может. Иногда не может понять, почему ему на полосу принесли именно этот снимок. Самый популярный вопрос пишущего к снимающему (фотокору и бильду): «Ну и что?» Сколько раз я его слышал, работая в редакциях центральных газет!

Про стрессоустойчивость упомянул не напрасно: бильду требуется огромное терпение вместе с работоспособностью в условиях многозадачности.

Бурное развитие интернета и интернет-СМИ породило спрос на фоторедакторов, но образованных бильдов очень мало, а учить их почти нигде не учат. У нас, на журфаке МГУ, мы даем фотогруппам курс бильдредактирования, а дальше уже — самообразование по ходу работы.

Некоторые наши выпускники работают фоторедакторами, и я попросил их поделиться своими соображениями и впечатлениями о профессии и ее современном состоянии.

ФЕДОР ЛАВРОВ, *фотограф и бильдредактор:*

— На мой взгляд, сейчас бильдредактура переживает не самые лучшие времена. Если не брать крупные издания с историей, типа МИА «Россия сегодня», ТАСС, «Известий», «Коммерсанта» и прочих, то видно, что уровень профессионализма, к сожалению, стремится к нулю. Проработав месяц на сайте мэра Москвы на позиции бильдредактора, ушел оттуда, поняв, что учиться там не у кого и особо нечему. В отделе, в котором я работал, из семи человек специальное образование было только у двоих (у меня и у руководителя отдела). Все новые люди, приходившие на работу, как правило, не только не имели опыта работы бильдом, но и предыдущие места их работы не были никак связаны с фотографией. И таких брали. При споре о выборе мной фотографии у моих коллег был ключевой аргумент: «Я здесь работаю дольше, ставь, что я сказал». То есть сейчас, к сожалению, в подавляющем большинстве мест портрет бильдредактора следующий: это среднестатистический человек, который может понять, красивая фотография или нет, и немного умеет пользоваться фотошопом.

СЕЙЧАС, К СОЖАЛЕНИЮ, В ПОДАВЛЯЮЩЕМ БОЛЬШИНСТВЕ СЛУЧАЕВ ПОРТРЕТ БИЛЬДРЕДАКТОРА СЛЕДУЮЩИЙ: ЭТО ЧЕЛОВЕК, КОТОРЫЙ МОЖЕТ ПОНЯТЬ, КРАСИВАЯ ФОТОГРАФИЯ ИЛИ НЕТ, И НЕМНОГО УМЕЕТ ПОЛЬЗОВАТЬСЯ ФОТОШОПОМ

ФОТО: ЮРИЙ ТРУБНИКОВ

— А в чем причина?

— Причина, на мой взгляд, кроется в том, что средняя зарплата бильда по Москве невелика. В провинции не лучше. То есть на выходе мы получаем обесценивание профессии с экономической точки зрения, потому что бильдом быть невыгодно. Хорошо оплачиваемых мест очень мало. А хорошо оплачиваемых мест, где еще есть возможность развиваться, почти нет. Здесь мы подходим ко второму фактору, который сильно влияет на ситуацию в профессии: мест, где интересно, очень мало. С сайта мэра я ушел потому, что было скучно. Весь рабочий день я читал присылаемые мне новости типа «В Москве открыли детский садик номер 7556» или «В таком-то районе Москвы отключат горячую воду». Я должен был подобрать одну фотографию, обрезать под требования сайта и выложить. Иногда попадались тексты, в которые надо было вставить 4-6 фотографий. Раз в день присылали небольшой фоторепортаж, который надо было разобрать и залить в фотобанк. На этом функции бильдредактора заканчивались. И так работают бильды во многих местах.

— Тишь и благодать... А сейчас работать веселее?

— После «бегства» с портала мэра Москвы мне-таки удалось найти место, где и платили больше, чем по рынку, и работать было интересно. Но сфера скорее ближе к пиару, чем к журналистике. Сейчас я бильд в компании, которая занимается пиаром и организацией части московских праздников.

Что входит в мои функции?

- Непосредственно работа бильдредактора (отбор фотографий из съемок, ведение фотобанка, выборка фотографий для публикаций).
- Поиск архивных фотографий и работа с ними для создания арт-объектов и тематических поездов Московского метрополитена. Помимо непосредственной работы с архивами, необходимо знать основы авторского права, за соблюдением которого сейчас очень хорошо следят.
- Руководство фотослужбой во время проведения фестивалей. Чтобы заниматься пиаром, нужны картинки — для соцсетей, для сайта, для выставок и многого другого. В штате у нас нет постоянных фотографов, но на каждый праздник я нанимаю людей, которые снимают наши мероприятия. Для того чтобы фотограф хорошо снял, ему нужно дать понятное техническое задание, составить маршрутный лист, чтобы он не потерялся и принес картинки именно тех мероприятий, которые нужны.

БИЛЬДОМ БЫТЬ НЕВЫГОДНО. ХОРОШО ОПЛАЧИВАЕМЫХ МЕСТ ОЧЕНЬ МАЛО. А ХОРОШО ОПЛАЧИВАЕМЫХ МЕСТ, ГДЕ ЕЩЕ ЕСТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗВИВАТЬСЯ, ПОЧТИ НЕТ

— Что, на твой взгляд, нужно современному бильдредактору? Знание ньюсмейкеров, умение работать в программах типа фотошопа, умение вести фотоархив, визуальная культура, быстрота работы?

— По поводу ньюсмейкеров. Скорее я бы это назвал более широко — знание источников. Бильдредактор должен знать, где искать различные снимки. Например, если это какие-то архивные общеизвестные материалы типа портрета Гагарина — то он лезет в ТАСС или РИА «Новости», если портрет какой-то современной звезды для афиши — то в какие-то мелкие глянцевые издания. Потому что они там есть именно в формате фотосессии и стоят в разы дешевле, чем в том же РИА. Для сравнения: фамилию уже не вспомню, но за фото в РИА хотели 67 тысяч, а в «7 днях» — 10 тысяч.

Быстрота работы нужна в любом случае. Но особенно актуально это при работе с интернет-порталами и соцсетями.

Вести архив, как правило, учат везде, где он есть, и форма организации может быть разная, поэтому это не главное. Но человек должен уметь системно мыслить!

По поводу всех программ — минимальный пакет «Фотошоп» и «Лайтрум», плюс, наверное, «Бридж» (в нем удобно ключевые слова прописывать, но в ряде фотобанков это делается только внутри самой программы).

— А что еще приходится делать?

— Приходится заниматься аккредитацией и всякими документами. Тут работает формула — чем меньше штат компании, тем более универсальным должен быть сотрудник, так сказать, и швец, и на дуде игрец.

Часто правлю договоры, потому что юристы иногда делают такие, которые ни один вменяемый человек не подпишет, с формулировками типа «отдаю все права на мое изображение»... Иногда езжу на встречи, чтобы подписать документы, то есть работаю как переговорщик. Там, где штат большой, бильд занимается только отбором фотографий.

ОЛЬГА СКВОРЦОВА, *фотограф и бильдредактор:*

— Я работаю фоторедактором около двух лет, за это время у меня был опыт работы в новостном интернет-издании, крупном информационном агентстве и практика сотрудничества с государственными организациями.

В интернет-СМИ работа велась с огромным потоком изображений из фотобанков, «окартинивалась» каждая новость. Одним из главных требований была оперативность, часто речь шла о секундах, чтобы первыми опубликовать информацию. Во время освещения чрезвычайных ситуаций работа происходила в режиме аврала, ведь часто на начальном этапе изображений в фотобанках нет, и их приходилось искать у очевидцев в сети. Огромный стресс — ежедневная данность.

— Не новостями одними живет издание. Над чем еще работает бильд? Что тебе было интересно?

— Чаще остальных тем я оформляла материалы по культуре и финансам. В обоих случаях нужна способность к образному мышлению. Изображение уже давно перестало быть исключительно иллюстрацией к тексту. Часто от картинки зависит, будет ли статья вообще открыта пользователем. Издания пребывают в жесткой конкуренции за просмотры, и кликабельность изображения является его определяющей характеристикой. И если в работе с культурной тематикой приходилось чаще полагаться на общую эрудицию, то в случае с финансами самым сложным было подбирать нетривиальные изображения к материалам об очередном обвале рубля или теме кредитов. Моим любимым способом выйти из сложной ситуации было использование кадров из кинофильмов, хотя это спорный момент с точки зрения авторских прав.

В погоне за кликабельным изображением важно учитывать стилистику издания и соблюдать этические нормы. Все мы знаем, что секс и сцены насилия подсознательно побуждают человека кликнуть на изображение, но злоупотребление может иметь и обратный эффект, формируя репутацию издания. Иногда погоня за хайпом приводила к забавным ситуациям, когда почти каждый редактор хотел увидеть на главном изображении к материалу девушку с декольте, независимо от того, о чем шла речь в материале.

— Чем отличается работа бильда в фотоагентстве?

— В агентстве я работаю на одном из специальных тематических проектов. В мои задачи, помимо оформления материалов, входит поиск региональных фотографов и координация их работы. Выполняя свои обязанности перед редакцией, я стараюсь создать и для фотографа максимально приемлемые условия сотрудничества.

— Это очень ценно для рабочей атмосферы!

— Да! Мне кажется, что чем больше у автора уверенности, что в случае конфликтных ситуаций бильд отстоит интересы фотографа, тем более прочные профессиональные отношения складываются между всеми сторонами.

Одной из интересных задач для меня было найти женщину-фотографа в Кавказском регионе для фотосъемки на женской половине мечети. Мне повезло, найденный автор качественно выполнила съемку и привнесла в репортаж свои акценты. Авторская визуальная стилистика ценится сейчас куда выше, чем набор визуальных штампов.

— А что для тебя особо интересно или ценно в твоей работе?

— В работе фоторедактора для меня ценна возможность постоянного развития. Визуальный язык — подвижная и обновляющаяся субстанция, необходимо следить за новыми тенденциями в оформлении материалов. На рынке сейчас ценятся многопрофильные профессионалы, имеющие базовые навыки дизайна и работы с видео, так что перспектив для профессионального развития довольно много.

Трудно даже описать, что мы делаем

Песня про RT, молодого отличника и удалые проекты для соцсетей

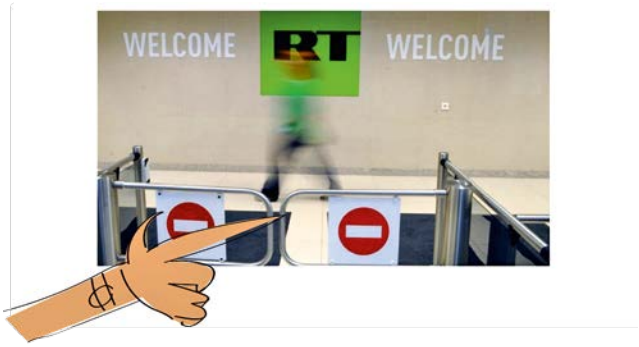
Текст: **Рахман Исаев,** *студент 2-го курса Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ*

ВСЕМ ПРИВЕТ, МЕНЯ ЗОВУТ РАХМАН. Я победитель в конкурсе «Медиакарьера» и поехал проходить практику в Москву, на телеканал RT.

После победы мне предложили поработать на выбор: либо в ньюсруме, либо в, цитирую, «трудно даже описать, что мы делаем… Проекты для соцсетей».

Я выбрал второй вариант.

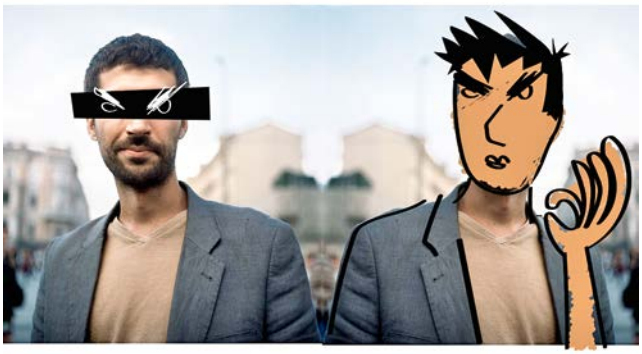
Для того, чтобы попасть на канал нужно получить специальный пропуск, выглядит он примерно так. Фото немного смазали.



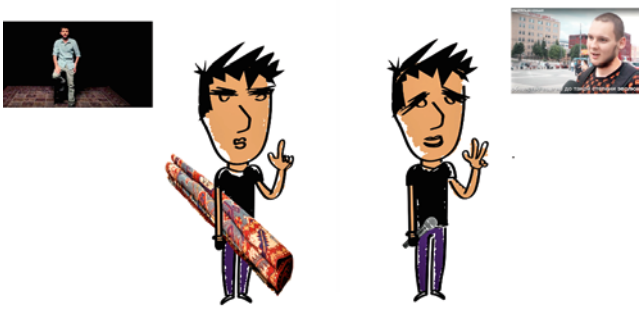
Кроме того, пропуски бывают разных уровней доступа. Тот, который выдали мне, мог открывать *только* турникеты на самом входе. Вот эти турникеты.

Но дверь в кабинет, где мне предстояло работать, был уровнем выше, поэтому я не мог как зайти в него, так и выйти. И если хотелось сходить в туалет, к примеру, нужно было просить коллег открыть мне дверь.

Минимум неделю своей практике я провел в мольбах, вот так. Стук стал отличной альтернативой пропуску, пока мне не выдали новый.



В первый же день меня отвели в студию и показали как снимают Леонтьева. Куча людей настраивала приборы, ведущий задерживался. Свет решили выставить на мне, так как мой цвет был идентичный цвету ведущего. Как две капли. Это происходило регулярно.



В отделе, где работал я, делают ролики для социальных сетей. Иногда они без собственных подсъемов, тогда моя роль сводилась к поиску необходимых фактов, фотографий и видео. И компоновки всего этого. Для «реплик» (съемок в студии с черным фоном, ковром и стулом) я мог помочь только своей мускульной тягой, ну и субтитры поставить.

Когда снимали VoxPop'ы, я приставал к людям с микрофоном и делал первичный монтаж. (слева продюсер, справа корреспондент)

Самой приятной частью практики стала реализация моего личного проекта. Мне предложили снять ролик с нуля, проделать полный цикл работы.

После бесчисленной череды роликов про Трампа, я решил сделать что-то отстраненное — снять «документальный микрофильм»: взять серию интервью у stand-up комиков и найти границу комедии в России.

Для выездных съемок выделяли целую команду, что в первое время меня смущало. Чем больше занятых людей, тем больше ответственность на авторе. А людей было пять: оператор, ассистент по звуку, я и два продюсера. Даже чуть больше, операторы и ассистенты постоянно менялись. Спасибо всем за помощь.

Случалось, что у организаторов было предвзятое мнение к телеканалу, и они отказывали в съемке. Благо ролик делался не для канала, а для соцсетей, что позволяло находить компромиссы (прятать бейдж в сумку, а фургон с логотипом оставлять подальше).

Бесплатно ходить на концерты — приятная сторона работы. Вредные организаторы — неприятная.

Главный плюс RT — в том, что канал молодой. Это одно из немногих мест в Москве (так мне сказали), где есть все необходимое для съемки проектов всех уровней сложности.

Я безусловно рад, что работал в «трудно даже описать, что мы делаем...» Интересные проекты, относительная свобода действий и веселая команда.

Да и внедряться в коллектив ньюсрума сложно, бешеный темп, велик риск остаться без патрона и просидеть всю практику, глядя в выключенный монитор. Кроме того, да простят меня преподаватели, писать новости было бы мучительно нудно.

(Орфография и пунктуация автора сохранены)

ИЛЛЮСТРАЦИИ: РАХМАН ИСАЕВ

Фарс с малодраматическим концом

Источник: **ГАЗЕТА «ВАШ ГОЛОС»,** *№8, от 5 октября 2018 года, г. Туапсе*

Не важно, как проголосовали, — важно, как посчитали [1]

В Кремле решили переиграть результаты совсем уж дикого фарса с выборами в Приморье, представив в качестве ответа на поголовное возмущение людей старую русскую сказку «царь хороший — бояре плохие» [2].

Рассказать эту сказку [3] было доверено — главе ЦИК Элле Панфиловой, которой для убедительности пришлось даже слезу пустить. Комментируя нарушения в ходе подсчета результатов «выборов» и решение об их отмене, Памфилова как могла изображала праведный гнев:

«Вы знаете, как обидно было — взяли и перечеркнули всю работу. Столько сделали... Все прозрачно, идем шаг за шагом. И вдруг раз — и такой удар под дых.

...Я не позволю больше вот так взять и перечеркнуть нашу работу и работу огромного количества людей. Очень серьезная ответственность будет».

Но на Дальнем Востоке, как в зеркале, отразились особенности нашей суверенной демократии. Ведь выборы в России многими уже не воспринимают в серьез. Даже если кому-то и очень хочется. С трудом вериться, что глава ЦИК которая уже не первый год занимает свою должность не знала о нарушениях, которые происходят в ходе голосований [4].

Редакция нашей газеты «Ваш голос» [5] не раз обращала внимание на «кухню выборов», и на то, что это [6] происходит повсеместно и Краснодарский край не исключение.

Неугодные кандидаты не допускаются к выборам, подделываются их документы, а зафиксированные вбросы в ходе голосования попросту не принимаются во внимание, а жалобы и заявления в суд остаются без удовлетворения [7]. Да что там говорить [8], на прошедших в сентябре выборах в Совет депутатов Туапсинского района

1. Начнем с заголовка. В него вынесена фраза, которую приписывают то Наполеону III, то Сталину. Она частично изменена, но с какой целью поставлена в заголовок — совершенно непонятно. Потому что в той истории, которую разбирает автор, оказалось все-таки важно, как посчитали. Настолько важно, что результаты выборов были аннулированы. То есть налицо полное противоречие заголовка фактам.

2. Это лид, из которого становится понятно только одно: у автора очень хорошо с обличительным пафосом и очень плохо с Д. Розенталем и перевернутой пирамидой. Непонятно, кто в Кремле «переиграл результаты некого дикого фарса», но то, что переигрывает автор статьи, — вне всякого сомнения.

3. Два абзаца потрачено, а сюжет «сказки» так и не становится очевидным читателю, который имеет право и не знать всех тонкостей сюжета выборов в Приморье.

4. Сплошные «общие места», которые можно плодить силой своего воображения, не выходя из-за стола редакции: многие не воспринимают, кому-то очень хочется, кому-то с трудом веритЬся. На ошибках стоит остановиться подробнее. Тут надобно писать либо «многие не воспринимают всерьез», либо «выборы многими не воспринимаются всерьез». Но в обоих случаях наречие «всерьез» пишется слитно. Про запятую перед «которая» надо говорить? Дальше их тоже не будет.

5. И нашим, и вашим, как говорится... А если серьезно, такие местоимения рядом надо разводить.

6. На некой кухне выборов происходит загадочное «это», и совсем уж сбоку припека уточнение про Краснодарский край, который не исключение, только непонятно, в чем.

7. Это не факты, это досужие домыслы. Бла-бла-бла. Где подтверждающие примеры? Может быть, дальше? Смотрим! Про скудность языковой конструкции промолчу.

8. Эта фраза готовит нас к конкретике.

большую часть кандидатов которые могли бороться за депутатские мандаты от партии «СПРАВЕДЛИВАЯ РОССИЯ» просто не зарегистрировали по надуманным причинам[9].

А на выборах в прошлом году, когда была подделана подпись члена нашей редакции в заявлении об отказе участия в выборах, члены ЦИК которых он посетил в Москве обещали приехать и разобраться в данном вопросе лично, но видимо свои обещания они быстро забыли[10].

Но вернемся в Приморье где второй тур выборов губернатора обернулся сначала драмой, потом фарсом, перешедшим в комедию с драматическим концом[11]. В этом спектакле[12] были и голодающий кандидат, и люди в противогазах, и слезы главы ЦИК, и голос за сценой[13].

Ситуация абсурдная, комичная, но, увы, вполне ожидаемая[14]. Соответствующая известной мудрости: неважно, как проголосовали, — важно, как посчитали. В результате на 13 УИК итоги выборов решительным образом отменены[15], но даже это не спасло ситуации. После чего глава ЦИК Элла Памфилова, со слезами на глазах объявила выборы в Приморье недействительными[16] обещая разобраться, кто заставил членов УИК, учителей и других муниципальных работников пойти на фальсификацию итогов выборов[17].

Подводя итог можно сказать, что последние годы в сознании россиян тщательно старались сформировать мнение о «честных выборах»[18]. Но Приморский феномен, увы, полностью обнулил эту историю. Налицо боязнь иного мнения, не утвержденного в высоких кабинетах, где требуют четкого действия «линии партии»[19], которое как мы знаем не всегда идет на пользу простым людям, а зачастую даже вредит им[20].

Хочется задать вопрос Эле Памфиловой: — А вы что не знали?[21]

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ЖУРНАЛИСТА:

Главная проблема этого материала состоит в том, что в нем нет никакой практической пользы для читателя. Информационный повод безнадежно устарел. То есть это не оперативная реакция публициста на шумный скандал: текст вышел в газете от 5 октября, спустя две недели после обсуждаемых ситуаций. На аналитический комментарий по следам громких решений этот текст тоже не похож: в нем нет аналитики. Нет фактов. Нет их осмысления. Нет прогнозов развития ситуации. В нем даже структурированной информации в виде пересказа основных конфликтных линий нет. Нет конкретной «примерки» ситуации в Приморье на ситуацию в Краснодарском крае. Есть только злопыхательство, популизм, обличительный пафос и общие места про нехорошую власть и нечестные выборы. А также дикое количество пунктуационных, орфографических, стилистических и жанровых ошибок. ЖК

9. Но опять мимо: какие-то безымянные кандидаты, причем большая их часть, какие-то надуманные причины... может быть, дальше пойдут факты?

10. Какие-то выборы, какой-то член редакции, какое-то заявление об отказе участия в каких-то выборах, какие-то мистические члены ЦИК, что-то обещали, но, видимо или невидимо... тайны мадридского двора!.

11. Есть комедия, есть драма, есть трагикомедия, но комедия с драматическим концом — это что-то принципиально новое.

12. Сказка была, комедия была, дошел черед и до спектакля. Может быть, автору стоит творить в жанре «рецензия»?

13. Единственное, что более-менее понятно из этого пассажа, — это слезы главы ЦИК. Все остальное ясно будет только тем, кто основательно погружен в тему.

14. Кем ожидаемая? Аннулирование итогов региональных выборов стало уже обычным делом?

15. Чем отличается просто отмена итогов выборов от отмены решительным образом?

16. Где логика? Итоги выборов уже были кем-то решительно отменены, а после этого глава ЦИК объявила выборы недействительными.

17. Фальсифицировать итоги выборов могут лишь члены избирательных комиссий, но не учителя и муниципалы, которые, например, голосовали за рекомендованного кандидата.

18. Очень размытая формулировка для итога.

19. Четкое действие линии? Это как? Наверное, имелось в виду следование.

20. Ну, это просто замшелый штамп — «штампее» не придумаешь.

21. Хочется задать вопрос автору текста: а вы в школе учились? Здесь выпала вторая «л» из имени Элла? Или автор перешел на уменьшительно-ласкательный вариант? И о чем конкретно финальный вопрос?

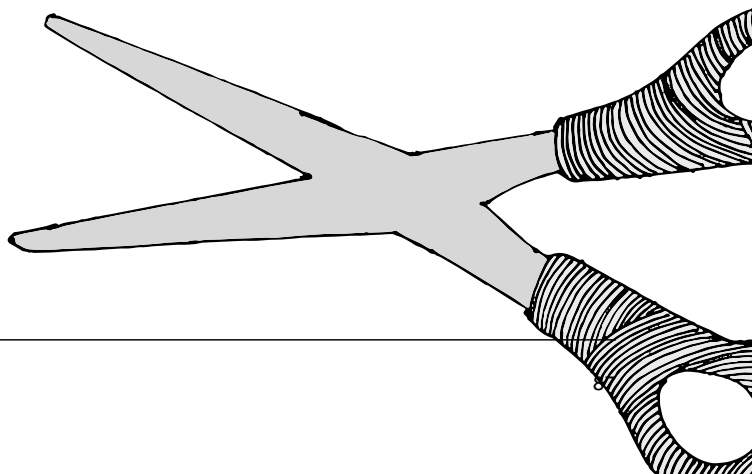


ИЛЛЮСТРАЦИЯ: SHUTTERSTOCK.COM

От брифов до шестиногих поросят

Исходить слюной газетчикам, глядя на телевизор и на его аудиторию, бессмысленно. Не завидовать надо, а перенимать эффективные методы подачи новостей. Тем паче, что ничего сверхъестественного там нет. Мало того, не поверите, там столько нам, газетчикам, знакомого…

В первую очередь давайте обратим внимание, как в телевизоре строятся выпуски новостей. Та же газета, только видео. Типичный алгоритм любых новостных передач таков:

1 КОРОТКИЕ НОВОСТИ. Как правило, это новости, которые уже все «обсосали». Но. Во-первых, необходимо напомнить о них аудитории, среди которой могут найтись люди «не в теме». Во-вторых, «поставить галочку», что канал держит руку (микрофон, камеру) «на пульсе». Есть еще один психологический нюанс в этих коротких новостях: с их помощью телезрителю проще и органичнее втянуться в выпуск. Если хотите — «разогнаться». Мы точно так же «разгоняемся» в кафе во время обеда, не утыкаясь сразу в большую тарелку супа, а покалывая вилкой легкий салат. Ну вот, после всех этих метафор вернемся к нашим газетам. Тут ничего сложного: нельзя в начале номера сразу давать объемные материалы, тем самым запугивая «неразогнавшегося» читателя. В конце концов, не у каждого читателя есть даже двадцать минут, которые он может посвятить исключительно чтению номера вашего издания.

2 ДАЛЕЕ — УЖЕ БОЛЬШИЕ ТЕМЫ. Так называемые «гвозди». И что мы видим? Говорящую голову, мычащую полчаса какую-то тему? Да нет же, конечно. Большая тема в телевизоре — это практически всегда обозначенный корреспондентом фокус новости, в этом же отрезке интервью героев новости, комментарии экспертов плюс какие-то опосредованные сюжеты, и все это — с документальным видеорядом, доказывающим закадровый текст. Ну, как… Ничего не напоминает? Да это ж самый типичный и знакомый газетчикам информационный пакет. Так почему же мы чаще всего подаем большие темы нескончаемым кладбищем букв с картинкой, скачанной из интернета? Просто в голове не укладывается, как можно не ставить своего читателя ни во что. Телевизионщики своей аудитории раскладывают все темы по полочкам, а газетчики, словно исключительные снобы, продолжают кормить читателя текстовыми «простынями». Если кто-то в телевизоре попробует построить подачу большой темы так, как газетчики, то как минимум авторы будут вынуждены попрощаться с профессией.

> ТЕЛЕВИЗИОНЩИКИ СВОЕЙ АУДИТОРИИ РАСКЛАДЫВАЮТ ВСЕ ТЕМЫ ПО ПОЛОЧКАМ, А ГАЗЕТЧИКИ, СЛОВНО ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ СНОБЫ, ПРОДОЛЖАЮТ КОРМИТЬ ЧИТАТЕЛЯ ТЕКСТОВЫМИ «ПРОСТЫНЯМИ»

3 НУ И, НАКОНЕЦ, ЗАВЕРШАЮТ ВЫПУСКИ НОВОСТЕЙ «ЧУДНЫЕ» СЮЖЕТЫ — какие-нибудь родившиеся с тремя глазами поросята или заплыв на надувных женщинах в стиле довлатовского «Около фабрики «Калев» видели лося». Да-да. Это знакомая нам содержательная модель конца номера большинства газет — конкурсы, рецепты, гороскопы и сканворды. Вот тут не отстаем.

АНАТОМИЯ «ГВОЗДЯ»

Раз уж затронули подачу больших материалов. Давайте попробуем применить телевизионный подход. Покажем нашу новость, а не расскажем.

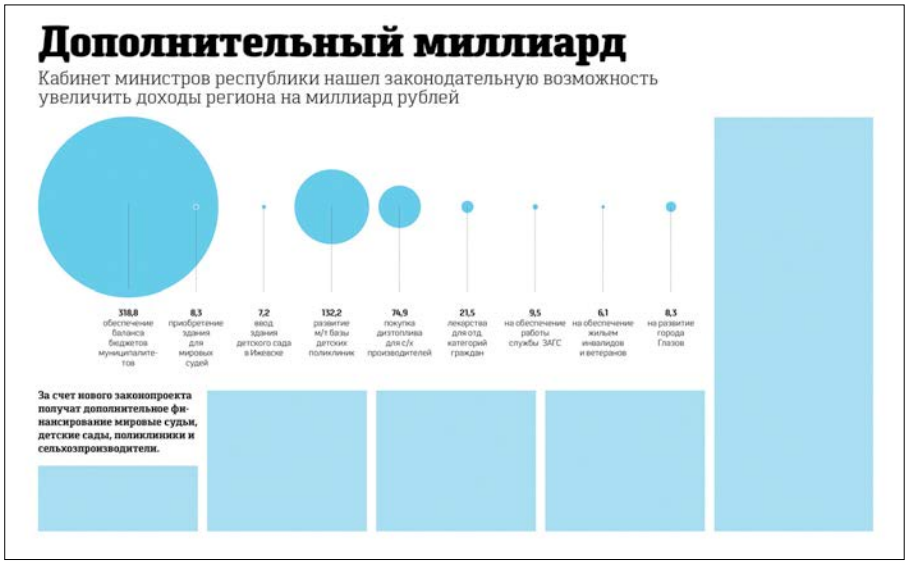
1 ИТАК, ПЕРЕД НАМИ ТИПИЧНЫЙ «ИЗБИТЫЙ» ЭСКАДРОНАМИ КОРРЕСПОНДЕНТОВ МАТЕРИАЛ ПРО ЗАСЕДАНИЕ В АДМИНИСТРАЦИИ (Думе, правительстве и т.д.). Как правило, этот наскоро написанный текст в итоге выглядит кирпичом с фотографией кислых щей чиновников. И вишенкой заголовок вроде «Заседали и решали»... В нашем случае — «Дополнительный миллиард». Сразу скажу — это матрица реальной публикации. Матрица, абсолютно узнаваемая для многих, не замечать сада камней в своем огороде глупо.

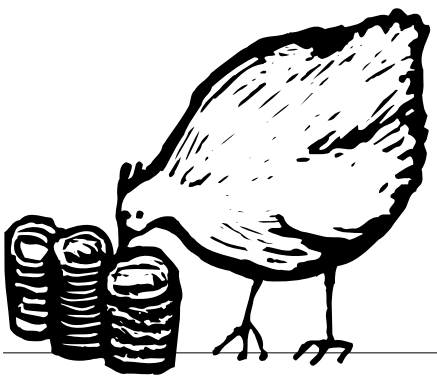
2 В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ ДЕЛАЕМ НАШ ЗАГОЛОВОК ИНФОРМАТИВНЫМ. «Дополнительный миллиард» читателю дает самый минимум информации. Как водопроводный кран с перекрытым вентилем. Подавляющая часть читателей, прочитав такой заголовок и увидев пантеон протокольных лиц, сразу перевернет страницу. Был бы материал второго плана, то можно было бы сразу вывести информативный заголовок. Но у нас материал первого плана. Хорошо, оставляем заголовок. Но добавляем информативный подзаголовок, который даст читателю самую важную информацию о той новости, которую мы до него хотим донести. Таким образом, часть читателей, которым будет интересно, за счет чего можно найти лишние деньги (и не за его ли счет?), на этой публикации остановится. По логике, они перейдут в лид... Да, пишем лид.

ИЛЛЮСТРАЦИИ: СЕРГЕЙ МЕШАВКИН; SHUTTERSTOCK.COM

3 НЕ ПРОСТО ВЫДЕЛЯЕМ ПЕРВЫЙ АБЗАЦ ТЕКСТА, А ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ПИШЕМ ЛИД. Фактически это вступление, разъясняющее содержание новости. Еще проще — это расширенная версия подзаголовка. Из лида читатель узнает, что дополнительный миллиард получат мировые судьи, поликлиники, детские сады и сельхозпроизводители. Это почти гарантия, что люди из этих отраслей начнут читать текст. Объяснять этот феномен нет смысла. Читатель всегда читает тексты только «про себя».

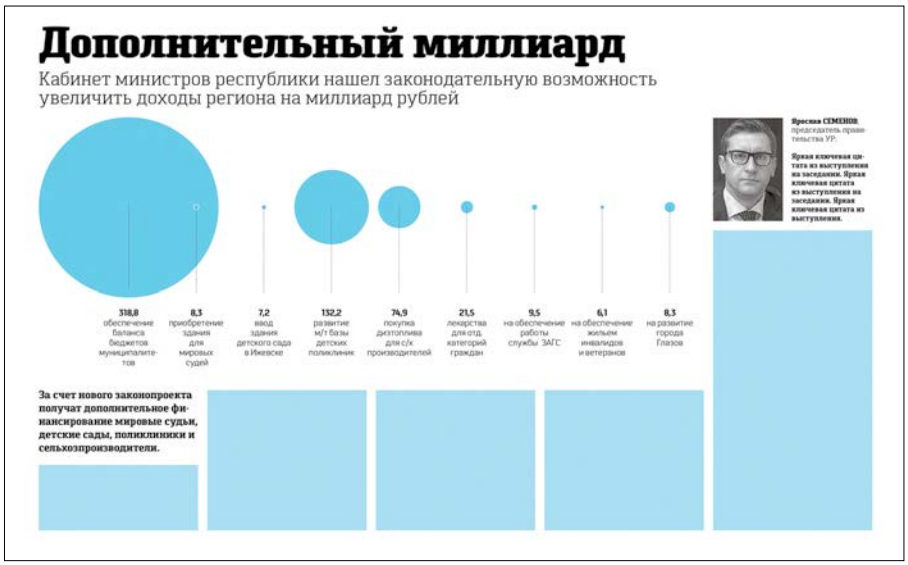
4 А ЧТО Ж НАМ ДЕЛАТЬ С ПЬЯНЫМ МАТРО… (ПРОШУ ПРОЩЕНИЯ), СО СНИМКАМИ ПИДЖАКОВ И ГАЛСТУКОВ? Ведь эти снимки к миллиарду не имеют ни малейшего отношения. Это фотографии, относящиеся к теме лишь опосредованно. Тема про миллиард — значит, оформление должно быть про миллиард. Читаем текст — а там четко расписано «кому сколько». Это же простейшая инфографика. Та самая, что делается прямо в программе верстки за 5–10 минут. Наступаем на горло своей лени и делаем расчет этой инфографики.



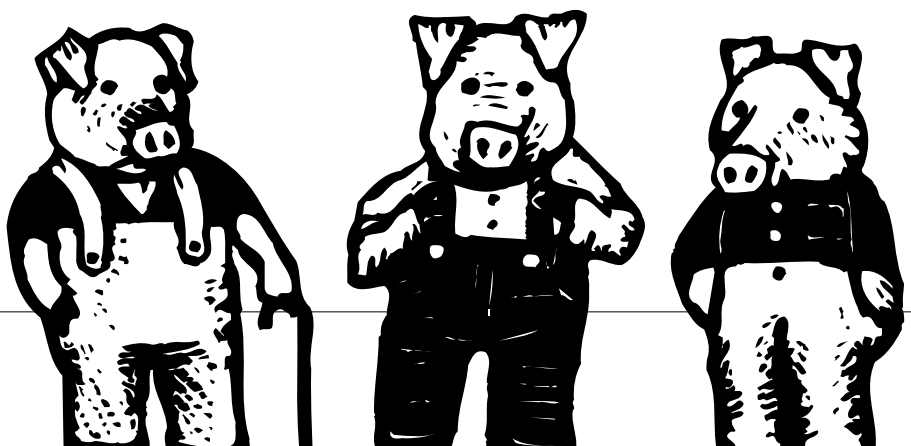


ЧИТАЕМ ТЕКСТ — А ТАМ ЧЕТКО РАСПИСАНО «КОМУ СКОЛЬКО». ЭТО ЖЕ ПРОСТЕЙШАЯ ИНФОГРАФИКА. ТА САМАЯ, ЧТО ДЕЛАЕТСЯ ПРЯМО В ПРОГРАММЕ ВЕРСТКИ ЗА 5–10 МИНУТ

5 ЕСЛИ БЕЗ НАЧАЛЬНИКОВ СОВСЕМ НИКАК, СТАВИМ И ИХ. Но. Вторым планом и обусловленно — например, ставим рядом с портретом какую-то цитату из важного выступления, показывая участие начальника в решении нашего «миллиардного» вопроса.



6 ВОТ ОНИ — ТОЧКИ ВХОДА В ПУБЛИКАЦИЮ, на основании которых читатель принимает решение «читать или нет». В первую очередь он всегда пробегается по заголовочному комплексу и иллюстрациям (это главные точки входа в материал). Далее глаз выцепит точки входа второго и третьего планов (лид и фото второго плана). И вот что еще важно. Даже если читатель не сочтет эту тему «своей» и читать не будет, он запомнит суть новости, которую газета хотела ему показать. Это чрезвычайно важный сервис для читателей, которые листают газету, выискивая лишь «свои» темы. А таких — абсолютное большинство.



КРОКОДИЛ

№ 13 МАЙ 1989

— Когда Леонсио отправил Изауру на плантацию, у меня сердце кровью облилось!

Рисунок В. ПОЛУХИНА.

Как вылечить лекарственную индустрию?

Стр. 4.

Когда крокодилы летали низенько

Человек, родившийся с геном тихого морального урода, непременно станет либо городским велосипедистом, либо газетным фельетонистом. Мне в жизни повезло: я передвигаюсь пешком, на автомобиле и в метро. Еще больше от этого выиграли окружающие.
Оглядываясь на профессиональные деяния, недобрым словом поминаю классиков: «Черт меня дернул с умом и талантом родиться в России» и «О, если б знать, что так бывает, когда пускался на дебют». Но что случилось, то произошло. Расскажу, как я не стал городским велосипедистом

Казалось, ничто не предвещало беды. Ладно, ум и талант — так, ерунда, семечки, чипсы с привкусом бекона, но ведь за спиной у меня были факультет международной журналистики МГИМО, знание двух иностранных языков, курсы ООН, служба в качестве международного чиновника в отделении ООН в Женеве. А когда беда была близка, я служил ответственным выпускающим самого громкоговорящего советского рупора — информационного агентства ТАСС. Работать рупором было безмерно скучно, и я для услады и из самомнения пописывал всякие эссе и памфлеты в разнообразные издания той поры — от «Смены» до «Сельской жизни». А потом сел и сочинил фельетон для «Крокодила». Было это в феврале 1983 года.

...А через пару дней после отправки через тассовскую экспедицию означенного пасквиля мне на работу позвонил тогдашний редактор международного отдела журнала Марк Эзрович Виленский:

— Леонид Леонидович, а вам известно, что вы прирожденный фельетонист?

Мне это было абсолютно неизвестно и не то чтобы даже приятно. По рассказам близких я знал, что родился недоношенным, но не настолько же. С другой стороны, диагноз мне вынес сам автор нашумевшей книги «Как написать фельетон». Которую я, кстати, до сих пор так и не прочел, поскольку нигде не могу найти.

Впоследствии Марк Виленский заказал мне еще несколько фельетонов, эссе и просто бранных слов в адрес мирового империализма, а зимой 1986 года позвонил и сказал примерно так:

— Леня, я ухожу на пенсию. Кроме вас, никого на своей должности не вижу. С главным редактором все согласовано. Спасайте советский международный фельетон! Ну, Леня?

— Можно неделю подумать?

— Да чего тут думать?! Но неделю — можно.

За эту неделю я посоветовался со всеми, с кем только можно. И родные, и коллеги больше все мычали, крякали, лаяли и занимались иным звукоподражательством. Я позвонил Виленскому, что, дескать, согласен.

А он мне:

— Понимаешь, старик, я всю эту неделю советовался с женой, и она меня убедила, что я старый мудак и на пенсию уходить не должен. Не возражаешь, если мы все отыграем обратно?

Я не возражал. Возражал главный редактор «Крокодила» Алексей Степанович Пьянов, сказавший Марку что-то чеканно-лапидарное, вроде «рыбка плывет — назад не отдает», тем более что «рокировочка» уже была утверждена на Старой площади.

ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ 80-Х ТИРАЖ «КРОКОДИЛА» СОСТАВЛЯЛ 5 МИЛЛИОНОВ 300 ТЫСЯЧ ЭКЗЕМПЛЯРОВ

КРОКОДИЛ ТУХНЕТ С ГОЛОВЫ

Почему-то так исторически сложилось, что журналом «Крокодил» никогда не правили москвичи. Впрочем, нашим государством они тоже почти никогда не правили — от Рюрика до Вовика. Мануил Семенов был не то калмык, не то черемис, Евгения Дубровина корреспонденты ласково звали «наш воронежский тюфяк», а А. С. Пьянов в редкие минуты душевной расслабухи сам себя именовал «тверским козлом». На самом-то деле он был козлом приморским, из Владивостока, что ли, учился почему-то в Ташкенте (олицетворяя собой героя советской патриотической песни, который «работал на Буге, рыбачил на Волге, в Ростове солдатом служил»). В Твери же (тогда — Калинине) обнаружился на должности инструктора агитпропа, работая в связке с будущим большим поэтом Дементьевым. Там-то их обоих и обнаружил крестный отец Мересьева, писатель Полевой. Они так обильно привечали писателя на его малой родине, что вскоре между ними тремя образовалась такая нешуточная полевая связь, что писатель перетащил обоих в Москву, в журнал «Юность», который он тогда возглавлял. Ну а потом «Юность» обрел Дементьев, а Пьянов оседлал «Крокодила». Можете мне не верить, но я всегда относился к тезке Пушкина по инициалам позитивно. Он прекрасный поэт-пародист. И мне лично «подлянку» подбросил лишь единожды. А дело было так: я долго стоял перед его столом на коленях, умоляя опубликовать отрывок из вышедшей в США книги Василия Аксенова про «грустного бэби» с весьма хлесткой характеристикой советской власти («А потом, мол, дадим отклики читателей...»). На словах договорились: отклики будем давать самые интересные — и за, и против, фифти-фифти... Почта после публикации отрывка была колоссальная (разгар перестройки и гласности), большинство читателей поддержали Аксенова... Результат: А. С. отобрал одно письмо, причем самое злобное и глупое, в поддержку, а еще 39 — с гневным осуждением «отщепенца». Аксенов потом эту акцию «Крокодила» назвал провокацией КГБ. Я лично еще и сильнее бы сказал. Но КГБ там рядом не валялся. Это просто Алексей Степанович перед партией каялся. Ведь как-то раз

ИЛЛЮСТРАЦИИ: ИЗ АРХИВА ЛЕОНИДА ФЛОРЕНТЬЕВА

— А НЕ ПЕРЕГНУЛИ ЛИ МЫ С ДЕМОКРАТИЗАЦИЕЙ? *Рисунок О. Теслера*

ПОМИМО РЕДКОЛЛЕГИИ И ПЛАНЕРКИ, БЫЛО ЕЩЕ ТЕМНОЕ. НА ЭТОМ СОВЕЩАНИИ ОБСУЖДАЛИСЬ ТЕМЫ КАРИКАТУР. САМЫЕ СМЕШНЫЕ ШЛИ В КОРЗИНУ

в сердцах он молвил нам, профанам: «Если партия назначила меня на этот высокий пост...» Все-таки какое-то подобие принципов.

Вот кто явно не был изможден их присутствием, так это первый его зам Володя С., которого фельетонист А. Моралевич называл «гудаутским хулиганом». Володя действительно происходил из солнечной Абхазии, и в устной речи его, не сказать чтобы рафинированной, то и дело проскальзывали специфические интонации и акцентировки. Вова никогда не ссылался, например, как любой интеллигентный русский человек, на якобы имевшее место прелюбодеяние с матерью собеседника. Не отрицая, что в прошлом он чьими-то близкими родственниками в качестве объектов похоти он и впрямь не погнушался, тут же обещал в ближайшем будущем вновь сделать с ними то же самое — и вот на этом самом месте... В общем, прирожденный редактор литературного отдела, каковым он и являлся, когда я пришел в «Крокодил».

И в этой своей инкарнации он смотрелся великолепно. Сидел под веерной пальмой за девственно чистым столом, сцепив на животе пальцы, как юкагирский талисман. Расцеплял же он их только для того, чтобы позвонить по телефону либо звонок принять. В этом и состоял главный смысл его деятельности. Володя был, как тогда говорили, нужник, то есть нужный человек. В те годы тотального дефицита он мог достать буквально что угодно, и мы лишь поперво-началу испытывали некий культурный шок, когда П. и С. являлись в редакцию то в одинаковых ботинках, то в одинаковых штанах. Понятное дело, главному редактору ничего не оставалось, как назначить Володю своим первым замом. Сменить дислокацию, натурально, пришлось и пальме-путешественнице.

И в новой своей ипостаси Владимир Иванович не только не утратил, но, напротив, отточил свою уникальную способность к емким и четким формулировкам. Так, миниатюру Шендеровича «В деревне Гадюкино дожди» он отправил в корзину под предлогом того, что «60 процентов советских людей живут в деревне»!

ВИТАЛЬЕВ-НЕ-ВИТАЛЬЕВ И МОРАЛЕВИЧ, ВЕЛИКИЙ И УЖАСНЫЙ

Гвардией «Крокодила» в те годы были фельетонисты, специальные корреспонденты журнала. Во второй половине 80-х одним из лучших наших спецкоров был Виталий Витальев, блондинистый и голубоглазый коротыш с острейшим нюхом на «жареные» факты (дефиниция принадлежит отцу перестройки и гласности М. С. Горбачеву). Виталик одним из первых в СССР написал о валютных проститутках, магазинах «Березка» (читатели среднего и старшего возраста должны их помнить) и пр. Мы с ним довольно близко сошлись на почве англофилии, антисоветизма и в смысле выпить (он все приговаривал: «Еврей-пьяница хуже русского стахановца»). И вот однажды, тяпнув по-хорошему, он решил открыть мне страшную тайну.

— А ты знаешь, что я не Витальев? — спросил Витальев.

— А кто же ты, сволочь? — ласково поинтересовался я.

— Я Гольдман! Гольдман! — крикнул Виталик и дважды подскочил, как литой резиновый мячик.

— Ну и хрен с тобой, — милостиво распорядился я.

...А потом Виталик уехал — сначала в Англию, потом в Австралию. Я давно не имею от него известий. Надеюсь, он обрел свое тихое еврейское счастье в кругу коал и кенгуру.

Но величайшим фельетонистом второй половины XX века назову все же Александра Юрьевича Моралевича. Он писал как говорил, а говорил как писал — свободно, раскованно и ни на кого не похоже, из-за чего нередко вступал в конфликт с начальством.

Одному члену редколлегии, осмелившемуся выступить с критикой его очередного произведения, Саша ответил примерно так:

— А у вас отсутствует внутричерепное давление. Как вы можете судить о моих фельетонах?

Как-то другой его фельетон долго мурыжили в редакции — гоняли от главного к первому заму, от первого — ко второму, от того — к ответственному секретарю, потом обратно к главному и т. п.

ГОНОРАРЫ В «КРОКОДИЛЕ» БЫЛИ НЕПРАВДАПОДОБНЫ: 30 РУБ. ЗА МАШИНОПИСНУЮ СТРАНИЧКУ ТЕКСТА. ЭКВИВАЛЕНТ 12 КГ КОЛБАСЫ

Под Новый год в редакцию поступила телеграмма (доставили ее мне как тогдашнему партайгеноссе журнала). «Мой фельетон «Шприц, наган и злой чечен» состоит из букв А, Б, В, Г, Д, Е, Ж, З... (и далее до конца алфавита. — *Л. Ф.*). Заместителю главного редактора Ходанову и ответственному секретарю Победоносцеву прошу объяснить это дважды. Первому заму Свиридову — объяснять до полного усвоения. Пьянову не объяснять — он член Союза писателей. Неужели с Новым годом? Неужели товарищи? А. Моралевич».

...Вообще, веселое было время. Теперь в это трудно поверить, но тогда, чтобы «пробить» первую публикацию Вити Шендеровича, мне пришлось поместить его афоризмы в рубрику зарубежного юмора («Улыбки разных широт») под видом Вика Шендера, прогрессивного американского сатирика.

— Хорошо, что есть дыра в озоновом слое. Весь дым в комсос уносит.

Рисунок О. Эстиса

Москва, Суворовский бульвар, 8-а...

Центральный дом журналиста в Москве отметил в этом году свое тридцатипятилетие. На юбилейном вечере в ЦДЖ присутствовали и ветераны советской печати — журналисты, начавшие свою деятельность в годы гражданской войны, и представители самого молодого поколения — воспитанники факультетов журналистики. Здесь были руководители и сотрудники центральных газет и журналов, работники заводских многотиражек, рабселькоры, писатели и артисты...

На стендах выставки, устроенной в фойе Дома, особое внимание привлекала фотокопия одной из полос номера «Известий» за 1920 год. Среди многочисленной информации — небольшая заметка:

«Сегодня, в 7 часов вечера, открывается Дом печати (Никитский бульвар, д. 8-а). Вступительное слово о задачах Дома сделает товарищ Керженцев, после чего состоится беседа на тему «Из прошлого большевистской печати». В беседе примут участие товарищи Луначарский, Воровский...»

Так началась история Дома печати — Центрального дома журналиста. Клуб работников советской прессы с первых своих шагов стал одним из центров культурной жизни столицы. Здесь любил бывать Владимир Маяковский, и именно с эстрады Дома печати в одном из первых чтений прозвучали его слова:

Я хочу,
чтоб к штыку
приравняли перо!

В своем Доме журналисты слушали мудрые беседы Михаила Ивановича Калинина, встречались с крупнейшими писателями и учеными, принимали зарубежных друзей...

И сейчас в Центральном доме журналиста ведется большая и разнообразная работа. Здесь читаются лекции и доклады на актуальные темы, проводятся встречи с учеными, новаторами производства, работниками культуры.

Все более широкий журналистский актив объединяется вокруг творческих секций Дома. Журналисты Москвы встречаются со своими товарищами из фабрично-заводских газет. Бурно проходят беседы представителей самого оперативного газетного жанра — репортажа. Секция фотокорреспондентов обсуждает вопросы повышения мастерства, организует творческие конкурсы, устраивает выставки лучших работ мастеров фотографии. Большую работу ведет секция полиграфии и издательств. А с недавнего времени широкую популярность завоевала секция кино и телевидения.

Большая аудитория регулярно собирается на занятиях филиала Университета марксизма-ленинизма.

С каждым годом растет число слушателей двухгодичного лектория по журналистике.

В кабинете печати. Рис. Ан. Черномордика.

Много внимания уделяет Дом организации культурного досуга журналистов.

Ширятся связи Центрального дома журналиста с работниками печати других городов страны. В книге отзывов и пожеланий, хранящейся в правлении Дома, можно прочитать интересные записи. Вот благодарность за хорошо организованную встречу журналистов строительных газет Москвы, Ленинграда, Сталинграда и Челябинска; вот отзыв о состоявшемся в ЦДЖ вечере обмена опытом белорусских и украинских журналистов; свои мнения о творческом семинаре очеркистов записали газетчики Свердловска, Владимира, Иванова, Новосибирска...

В книге — записи на русском, украинском, белорусском языках. Но немало здесь страниц с китайскими и корейскими иероглифами, арабской вязью, четкими строчками латинского алфавита.

«Это счастье,— посещать Центральный дом журналиста, чувствовать себя, как в своем собственном доме. Так я себя чувствовала здесь, хотя этот дом находится по другую сторону Атлантического океана». Такие слова оставила в книге бразильская журналистка А. Медейрос.

В концертном зале или за товарищеским ужином советские газетчики часто встречаются со своими зарубежными коллегами. Среди многочисленных гостей, приезжающих в Советский Союз из разных стран, немало работников печати. Они охотно посещают Центральный дом журналиста и всегда находят здесь самый радушный прием.

Так работает сегодня этот Дом на Суворовском бульваре в Москве — Центральный дом журналиста.

Е. ФАДЕИЧЕВ

«ЖУРНАЛИСТ.ЗНАНИЯ»

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ХАБ
МЕДИАГРУППЫ ЖУРНАЛИСТ

8 НОЯБРЯ

вебинар «ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ МЕДИЦИНСКОЙ РЕКЛАМЫ»

СВЕТЛАНА КУЗЕВАНОВА,
юрист Центра защиты прав СМИ (г. Воронеж)

13 НОЯБРЯ

семинар «ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ РЕДАКЦИЕЙ ГАЗЕТЫ В УСЛОВИЯХ МУЛЬТИМЕДИЙНОСТИ КОНТЕНТА»

ГЛЕБ ФЕДОРОВ,
заместитель главного редактора
Russia Beyond (г. Москва)

16 НОЯБРЯ

семинар-практикум «ВИЗУАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА И ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОГРАФИКИ В ПЕЧАТНЫХ СМИ»

СВЕТЛАНА ВАСИЛЕВИЧ,
дизайнер инфографики (г. Москва)

19, 20, 21 НОЯБРЯ

семинар-практикум «ОСНОВЫ ФАКТЧЕКИНГА И МЕДИАГРАМОТНОСТЬ: КАК НАУЧИТЬ АУДИТОРИЮ ОРИЕНТИРОВАТЬСЯ В «ТОКСИЧНОЙ» ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЕ»

МАКСИМ КОРНЕВ, эксперт MediaToolBox.ru,
доцент кафедры ТРИТ факультета журналистики,
Институт массмедиа РГГУ, к. филол. н. (г. Москва)

30 НОЯБРЯ

вебинар «ЭФФЕКТИВНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ»

КАМИЛЛА НИГМАТУЛЛИНА,
и.о. завкафедрой цифровых медиакоммуникаций
СПбГУ (г. Санкт-Петербург),
редактор журнала ЖУРНАЛИСТ

ОСТАЛИСЬ ВОПРОСЫ?

ПИШИТЕ: 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: **JRNLST.RU**

ЗОЛОТОЙ ФОНД ПРЕССЫ 2019

ЛЬГОТНАЯ ПОДПИСКА ДЛЯ УЧАСТНИКОВ ПРОЕКТА «ЗОЛОТОЙ ФОНД ПРЕССЫ-2018» И СТУДЕНТОВ