

рее всего человек ограничится заголовком, лидом и просмотром фото, потому что для онлайн-изданий характерно скоростное чтение. В наше время это удобно. Раньше информатором была газета, но с появлением интернета печатные издания утратили эту функцию. Однако есть выход – аналитика, которой сопутствует долгое и вдумчивое чтение. Это накладывает еще большую ответственность.

– *Что самое сложное в работе журналиста?*

– Добыча информации. Не все люди легко идут на контакт, поэтому здесь важна способность разговорить собеседника. Были случаи, когда даже профессионалам своего дела не удавалось получить развернутый комментарий. Хотя бывает и наоборот – попадаются очень болтливые герои. Отсеять лишнее и сохранить самое главное – немаловажное умение для журналиста.

– *Какие советы вы можете дать начинающим «акулам пера»?*

– Журналистика – это та профессия, которой учатся всю жизнь. Молодым специалистам советую брать за образцы только лучшие тексты, но при этом стараться создать свой почерк. Написав материал, всегда важно отвлечься от него, а вернувшись, содрогнуться. Я к тому, что всегда на свой текст нужно смотреть не только как писатель, но и как читатель. А еще стоит попробовать внедрить в свою жизнь правило Юлиана Семенова: он каждый день писал по десять страниц и затем в каждой строчке убирал по слову. Так его тексты были плотными и насыщенными.

Беседовала Анна Некрашевич

КАК НА МЛЫН.ВУ ПЕРЕМАЛЫВАЮТ ПОВЕСТКУ ДНЯ

*Интервью с Евгенией Пастуховой,
главным редактором редакции
интернет-проектов УП «Редакция газеты “Мінская праўда”»*

Где областным газетам находить темы? Зачем редакциям нужен СММ-специалист? Как часто нужно анализировать статистику новостного сайта? Об этом рассказала Евгения Пастухова, главный редактор редакции интернет-проектов УП «Редакция газеты “Мінская праўда”».

– Сейчас вы возглавляете сетевое издание МЛЫН.ВУ. Чем вы занимались до того, как стали главным редактором портала?

– Я 18 лет работала на телевидении. Из них семь лет – репортером в новостной дирекции, это дало мне опыт новостника. Я делала сюжет «от» и «до», исключая разве что стадию монтажа. Постепенно доросла до редактора второй категории, работала над передачей «Утро. Студия хорошего настроения». Правда, тогда она называлась еще «Утро столицы». В мои функции входило все: написание сценария, координация в аппаратной, контроль монтажа, вычитка журналистских текстов, редакция готовых сюжетов. Полноценный авторский проект, можно сказать.

– Где оказалось легче работать – в редакции новостного портала или на телеканале?

– Это совершенно разные виды деятельности, поэтому сравнивать сложно. Телевидение похоже на карнавал, это постоянный хаос. А онлайн-журналистика стала для меня новым этапом. Меня потому и заинтересовало предложение поработать на «Млыне»: на телевидении я уже все умела, было интересно начать развиваться и узнавать веб-журналистику.

– Вы стали первым редактором портала?

– Нет, я пришла сюда два года назад, а «Млын» работает дольше трех лет. До меня редакторами были сначала Татьяна Есаулова, потом Юлия Ноженко. И название сайта, и его дизайн, и аккаунты в социальных сетях – все это досталось мне «по наследству».

– Можете объяснить, почему портал назвали «Млын»?

– Вероятно, сайт представляли в виде своеобразной «мельницы новостей» центрального региона – млынам, если по-белорусски. К сожалению, название оказалось не совсем удачным: нас часто путают с выставкой-ярмаркой «Чароўны млын».

– Это мешает продвижению портала в интернете?

– Раньше действительно были проблемы, но это нормальные рабочие процессы, ведь «Млын» существует не так долго. Сейчас нас уже очень хорошо знают, мы заняли нишу флагмана региональных СМИ Минской области. Это видно и по отчетам министерств, и по откликам Миноблсполкома, и по статистике сайта. Например, за 2018 год у портала было почти два миллиона просмотров, а за 2019 – уже больше пяти миллионов.

– *Как часто вы отслеживаете статистику портала?*

– Постоянно. Показатели получаем с помощью «Яндекс.Метрики» и «Google Analytics». Смотрим на просмотры публикаций и количество посещений, анализируем контингент аудитории. Если видим, что какой-то материал «выстрелил», то анализируем его. Иногда популярностью пользуются публикации, от которых этого не ждешь: например, текст о том, как посеять лук перед зимой... Да, смотреть статистику очень важно, потому что если работать вслепую, то никогда не поймешь, что нужно аудитории.

– *А что нужно аудитории «Млына»?*

– Чаще всего к нам на сайт переходят по ссылкам из соцсетей, в основном из «ВКонтакте». Зная его пользователей – это люди 25–35 лет, – мы должны писать о тенденциях молодежной жизни, публиковать интересные новости из сфер образования, культуры, медицины. Обязательно освещать проблемы, связанные с бытом, уровнем зарплаты, коммунальными услугами. Отвечать на прикладные вопросы вроде «Куда обращаться, если возникла такая-то проблема?» Мы стараемся быть помощниками для читателей. Я всегда требую и от себя, и от своих сотрудников думать прежде всего об аудитории.

– *Какие материалы точно не опубликуют на «Млыне»?*

– Бывает, что региональные организации требуют, чтобы мы писали на портал о проделанной ими работе. Но это неправильно. У большинства этих организаций есть собственные сайты, где они могут отчитываться о своей деятельности. А наша работа – выискивать из предлагаемой ими информации темы, которые будут интересны нашим читателям.

– *Как еще вы ищете темы?*

– Хорошенько шерстим страницы небольших региональных СМИ в соцсетях. Их аккаунты – целые сообщества, где люди вместе с газетой решают большие проблемы в маленьком городе. Поэтому все новости там активно обсуждаются, комментируются. Благодаря этому можно выудить много новостных поводов. Еще мы мониторим сообщества типа «Подслушано Вилейка» или «Нетипичное Молодечно», смотрим петиции на petitions.by. Иногда читатели сами звонят в редакцию и просят решить проблему. Мы стараемся находить интересные темы, и в итоге наши материалы перепечатывают TUT.BY, Onliner – с гиперссылками, все, как положено. Конечно, приятно, что наши материалы замечают такие крупные издания.

– *Какой штат у «Млына»?*

– Штат нашего сайта состоит из собственного корреспондента, который пришел к нам как выпускник факультета журналистики БГУ, одного фоторедактора, двух выпускающих редакторов, главного редактора и заместителя. Но, по сути, мы занимаемся одним и тем же. Все пишем новости в ленту, периодически работаем выпускающими в выходные дни (ведь сайт работает ежедневно), ищем темы, редактируем авторские материалы корреспондентов, раздаем задания репортерам, устраиваем мозговые штурмы. Нас немного, но мы все лелеем «Млын» и стараемся быть интересными читателю. Чтобы обсудить рабочие моменты, нам не обязательно сидеть в одном кабинете: мы постоянно ведем сетевые переписки, общаемся в рабочем чате в «Телеграмме», ведем гугл-таблицу с новостной лентой.

– *Внештатники в «Млыне» тоже есть?*

– Их немного, в основном это собкоры в регионах: в Вилейке, Молодечно, Слуцке, Несвиже, Мяделе. Еще у «Млына» есть два филиала: Слуцк МЛЫН.ВУ и Боровляны МЛЫН.ВУ. Они открылись в этих населенных пунктах по решению Минского областного исполнительного комитета. Выяснилось, что ни в Слуцке, ни в Боровлянах нет хорошего сетевого издания, которое бы информировало местных жителей и составляло конкуренцию имеющимся негосударственным информационным ресурсам. В филиалах работают отдельные редакторы: в Слуцке это Екатерина Елисеева, а в Боровлянах – Елена Харевич. Замечательные девушки и ответственные сотрудники. Они на своих женских хрупких плечах несут каждая по сайту.

– *МЛЫН.ВУ еще представлен во многих соцмедиа: «ВКонтакте», «Одноклассники», «Яндекс.Дзен». Кто всем этим занимается?*

– К сожалению, должности СММ-специалиста в нашей редакции нет – в силу экономических причин. Хотя очень бы хотелось. Поэтому продвижением портала в соцсетях занимаюсь я и еще одна наша сотрудница. Эту работу мы делим на двоих, потому что управление аккаунтами занимает полноценный рабочий день, а у нас обеих есть еще и другие обязанности. В последний год мы изменили подход к соцсетям, начали использовать их для продвижения портала, – поэтому и просмотры так сильно выросли.

– *Что конкретно изменилось?*

– Мы изучаем потребности пользователей разных соцмедиа и, исходя из них, адаптируем работу на разных площадках. Например, «Ян-

дексДзен» мы целенаправленно используем для привлечения аудитории из России. В «Instagram» проводим фотоконкурсы, о начале которых объявляем на сайте. Например, перед Новым годом устроили конкурс «Лучшая елка Минской области». Нам присылали фотографии елочек со всех районных центров, – красивые, пушистые, в огнях, – а люди определяли, какая лучшая. Такая интерактивность выполняет несколько задач: и объединяет аудиторию, и приносит просмотры, и развивает обратную связь с читателями. Еще мы больше не тиражируем в соцмедиа абсолютно все новости, которые появляются на нашем сайте.

– Я замечала, что у многих региональных СМИ есть проблемы с ведением соцсетей.

– Хорошо, что региональная пресса в принципе пришла на эти площадки. Потому что еще совсем недавно многие редакции не понимали, что газете нужен свой веб-сайт, чтобы увеличить аудиторию. Да, пусть сначала выходит не очень, но потом станет лучше. И исполкомы, и министерство нацелены на то, чтобы научить редакции работать эффективнее, в том числе в соцсетях.

– В чем это выражается?

– Сейчас для региональных СМИ проводятся обучающие семинары. Там выступают с аналитическими докладами, читают лекции специалисты. Честно, все семинары очень интересные и познавательные. Когда в Беларусь приезжал один британский журналист и проводил тренинги по веб-журналистике, я отправила туда сотрудников «Млына», плюс от «Мінскай праўды» было несколько человек. Мы обучались мобильной журналистике – это вещь! Всем работникам медиа нужно уметь придумывать такие вот мобильные видеосюжеты. Читатель может запускать их даже без звука, просто смотреть на картинку и читать титры.

– Ваша редакция помогает с развитием другим изданиям?

– Каждый понедельник в нашу редакцию приезжает несколько представителей изданий Минской области. Мы изучаем их сайты, обсуждаем, как можно улучшить материалы, рассказываем, как делаем это мы на «Млыне». Не то чтобы учим, потому что самим еще учиться и учиться, просто обмениваемся опытом с коллегами.

– Над чем еще нужно работать многим региональным изданиям?

– Над качеством заголовков, лидов, самих материалов. Пока региональная журналистика на таком уровне, когда новости подаются дедовскими способами, протокольным языком и штампами. Так делать не

стоит. Нельзя делать новостью факт, что мероприятие проведено, нужно искать в событии главное. Даже такие сухие тексты, как отчет или пресс-релиз, при желании можно оживить. Привести показательный пример, вынести интересную мысль в заголовок или вычленив интересную цитату. Все сводится к одному: надо писать так, чтобы человеку любого возраста, образования, профессии был интересен ваш текст. СМИ должны быть прикладными человеку, а не становиться отчетом чьей-то деятельности.

Беседовала Екатерина Сиводедова

«ЧТОБЫ НЕ ОСТУПИТЬСЯ НА КАРЬЕРНОЙ ЛЕСТНИЦЕ, НЕ НУЖНО ЕЕ СТРОИТЬ»

*Интервью с Ириной Петрусевич,
главным редактором газеты «Могилевские ведомости»*

– Чем, по Вашему мнению, отличается хороший главный редактор от плохого?

– Исходя из собственного опыта, я считаю, что вне зависимости от того, кто ты – главный редактор или руководитель любой другой организации, – ты должен создавать такие условия, в которых твоим подчиненным будет комфортно. В которых они будут брать от тебя профессиональную энергию и работать с желанием и воодушевлением. Хороший руководитель, по моему мнению, должен быть всегда с людьми. Должен вдохновлять их и объединять. И тогда команда будет работать с удовольствием, а не потому, что так надо или так кто-то сказал.

– А сталкивались ли вы с профессиональным выгоранием? Если да, то как приходили в себя?

– Сталкивалась. В какой-то момент мне показалось, что наступил тупик в моей профессиональной самореализации. И я даже подумывала о смене профессии. Но однажды я открыла «СБ» и увидела на полосе объявление о наборе первой группы переподготовки по специальности «Журналистика» в БГУ. Я тут же почувствовала, что это – «ОНО», что этого мне как раз и не хватало. Я собрала все нужные документы и с этого момента началось лучшее время в моей жизни.