

ЧАСТКА I

РАЗДЗЕЛ I

МЕДЫЯЛОГІЯ ЯК СІНТЭЗ НАВУК

ОТДЕЛ ПИСЕМ В ИЗДАТЕЛЬСКОМ ДОМЕ «БЕЛАРУСЬ СЕГОДНЯ»

А. Д. Борейко

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
boreyko.nastia@gmail.com*

В статье отражены принципы работы отдела писем издательского дома «Беларусь сегодня». Приведена статистика обработки читательских обращений за 2019 год. Уделено внимание роли изданий холдинга в осуществлении информационного обмена и поиска форм участия аудитории в деятельности СМИ.

Ключевые слова: отдел писем; работа с читателями; издательский дом «Беларусь сегодня»; взаимодействие СМИ с аудиторией.

DEPARTMENT OF LETTERS IN THE PUBLISHING HOUSE «BELARUS TODAY»

A. D. Boreyko

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: A. D. Boreyko (boreyko.nastia@gmail.com)*

The article is devoted to the working principles of the Department of Letters of the publishing house «Belarus Today». The statistics of processing readers'

requests for 2019 are presented. Attention is paid to the role of the newspapers of the publishing house in ensuring information exchange and searching for forms of audience participation in media activities.

Key words: Department of Letters; work with readers; publishing house «Belarus Today»; interaction of the media with the audience.

Одним из путей к взаимопониманию с аудиторией для СМИ служит установление прочных обратных связей, которые являются инструментом организационно-массовой работы редакции с аудиторией. Несмотря на то что отношения журналистов и читателей за последние два десятилетия существенно изменились, появились новые формы осуществления обратной связи и налаживания диалога в обществе, в отдельных редакциях по-прежнему сохранились отделы писем. И если в начале 2000-х они массово упразднялись, сокращалась численность сотрудников, то в настоящее время из-за укрепления веса читательского слова в СМИ, увеличения объема публикаций читательских текстов и выдержек из блогов необходимость осуществления активной переписки с аудиторией не оспаривается [1, с. 274]. Будь-то в офлайн или онлайн режиме, через отделы писем, модераторов на сайтах, в социальных сетях или связь с журналистами напрямую [2, с. 140].

Полноценные творческие коллективы, работающие с письмами и обращениями читателей, сохранились лишь в единичных наиболее крупных изданиях страны. Так, в издательском доме «Беларусь сегодня» существует один отдел писем из шести сотрудников, работающих с почтой пяти крупных изданий, входящих в состав холдинга. За прошедший 2019 год в редакцию поступило 3 178 читательских писем, из них 648 критических обращений. Общее количество ежегодной корреспонденции гораздо выше – это письма, которые приходят в рамках конкурсов, рекламных игр, розыгрышей, служебно-деловая и рекламная переписка. Совокупная цифра за прошедший год – 467 тысяч писем.

Руководитель отдела по работе с читателями И. А. Юрчик считает, что работы с письмами в издательском доме очень много: «у нас никогда не было недостатка ни в откликах, ни в письмах. Искусственно стимулировать обратную связь нам не надо, это естественный процесс, который идет сам собой. Не каждый ведь человек захочет высказаться, а только люди социально активные, с активной гражданской позицией. Одно дело, когда людей что-то не устраивает, и другое дело – люди, которые всем довольны, но берутся и пишут в редакцию. Таких очень мало».

И хотя интернет сегодня превратился в идеальное средство общения с аудиторией, 69,9 % писем в издательский дом по-прежнему направляется по почте. Вполне очевидно, что чаще в редакцию пишут люди пенсионного возраста. Однако Инна Александровна отмечает некоторый рост электронных обращений от людей в возрасте 40–50 лет. В газету чаще пишут городские жители: в основном читатели из столицы и Минской области. Несколько лет назад редакция проводила срез, в лидерах по результатам кроме Минска и Минской области оказалась Витебщина. Меньше всего обращений было из Гродненского и Брестского регионов.

Если рассматривать тематику читательских писем, то наиболее волнующими для аудитории являются вопросы жилищного фонда, жилищно-коммунального хозяйства, строительства и транспорта – 22 % всего объема поступающих читательских писем. 10 % обращений поступают с вопросами о работе органов внутренних дел, следствия, прокуратуры, судов. Темам государства, общества и политики посвящено 6 % читательских писем. Одинаковое внимание читатели уделяют вопросам труда, занятости, социального и пенсионного обеспечения, а также агропромышленного комплекса, землеустройства и землепользования – 5 %. Менее популярными являются темы образования, науки, здравоохранения, культуры, спорта и туризма. Самая малочисленная часть почты посвящена вопросам промышленности, информации и связи.

27,5 % поступивших в 2019 году читательских писем были опубликованы на страницах изданий, входящих в издательский дом «Беларусь сегодня». Жалобы публиковались в газетах реже – примерно 6,5 % от общего количества. На основе обращений читателей журналистами было подготовлено и опубликовано 104 материала. Из госорганов о рассмотрении критических публикаций пришел 91 ответ.

Большая часть писем, приходящих в издательский дом, адресованы в газету «Беларусь сегодня». В основном это жалобы, отклики, готовые рассказы и истории. По словам Инны Александровны, «как правило, во всех этих письмах звучит: “опубликуйте”, “проведите журналистское расследование”, “приедьте ко мне, я вам оплачу дорогу”. Все авторы хотят быть опубликованными, даже если это письма жалобы, которые, естественно, надо проверять перед публикацией. Даже сам факт существования инфоповода – многое люди перевирают. Особенно это касается воспоминаний. Вплоть до того, писал ли человек это обращение».

Всю почту обязательно смотрит первый заместитель главного редактора издательского дома. Масштабные темы, касающиеся государствен-

ной политики в какой-то сфере, рассматривает и расписывает по своему усмотрению по изданиям и отделам только он. Менее значимые письма распределяет отдел по работе с читателями. Но в итоге руководство в любом случае видит вообще всю почту, так как уже при работе, когда письмо отправляется на реагирование либо дается ответ, руководство ставит свою подпись. Журналисты не имеют права подписывать ответы, только первые лица – это редакторы в газетах и заместитель в издательском доме, то есть даже заместители в отдельных газетах холдинга редко могут себе это позволить.

Редакция старается отвечать на каждое обращение: дает письменные ответы, ответы по телефону, электронной почте либо высылает результат реагирования – это так называемый промежуточный ответ о перенадресации обращения в местные органы власти. Без ответа остаются лишь анонимные письма и обращения с некорректным обратным адресом. В случаях агрессии и воинственных выпадов в сторону журналистов редакция благодарит за внимание, изучает претензии. На грубую критику с оскорблениями СМИ по закону имеют право не реагировать. Но таких обращений гораздо меньше, чем слов благодарности.

В настоящее время в газете «СБ. Беларусь сегодня» регулярно встречается рубрика «Спасибо, медик!», основанная на читательских письмах-благодарностях врачам в условиях борьбы с пандемией коронавируса. Рубрика «Письмо в редакцию» посвящена письмам-воспоминаниям сыновей об отцах-солдатах и является, скорее, иллюстрацией для большого патриотического проекта «Беларусь помнит». Из-за необычайной читательской активности, спровоцированной непростой общественно-политической ситуацией в стране летом 2020 года, с 27 августа в газете появилась рубрика «Глас народа», состоящая из мнений, высказанных в защиту государственного строя и проводимой в стране политики [3, с. 4].

Несмотря на регулярное отражение читательских мнений в газетах холдинга, материалам, опубликованным по просьбам аудитории, не хватает остроты, разнообразности. На наш взгляд, в век современных информационных технологий общения с читателями посредством писем и официальных обращений недостаточно. Социальные медиа и сетевые издания не только опережают традиционные СМИ в интерактивности и оперативности, но и позволяют читателям обмениваться мнениями, дискутировать не только с редакцией, но и друг с другом, объединяться в сообщества, самоорганизовываться. Это позволяет аудитории свободно

выбирать темы для обсуждения, формировать собственную повестку дня, а не зависеть от редакционных фильтров и идеологических барьеров.

Библиографические ссылки

1. Павлушкина Н. А. Читатель и массовая газета: поиск креативных форм взаимодействия // Вестник СПбГУ. Сер. 9. СПб., 2010. Вып. 3. С. 274–282.
2. Платонова Д. В. Информационное участие и формы его реализации в СМИ // Вестн. Моск ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2010. № 1. С. 131–141.
3. Добра и мира белорусам! // СБ. Беларусь сегодня. 2020. 27 авг. С. 4–5.

МЕДЫЯАДУКАЦЫЯ І ІНФАРМАЦЫЙНАЯ БЕСПЕКА

С. В. Венідзіктаў

*Установа адукацыі «Магілёўскі інстытут
Міністэрства ўнутраных спраў Рэспублікі Беларусь»,
вул. Крупскай, 67, 212011, г. Магілёў, Рэспубліка Беларусь,
venidiktov@institutemvd.by*

Фарміраванне медыйнай граматычнасці аўдыторыі разглядаецца ў якасці фактару забеспячэння інфармацыйнай бяспекі асобы, сацыяльнай групы і дзяржавы. У кантэксце актуальнага стану глабальнай камунікацыйнай прасторы вызначаюцца перспектывы трансфармацыі сацыяльнай функцыі медыяадукацыі, абгрунтоўваюцца ўмовы паскоранага развіцця медыйнай граматычнасці на глабальным узроўні. Вынікі даследавання могуць выкарыстоўвацца пры распрацоўцы медыяадукацыйных праграм у навучальных установах рознага ўзроўню.

Ключавыя словы: медыяадукацыя; медыйная граматычнасць; інфармацыйная бяспека; камунікацыя; СМІ.

MEDIA EDUCATION AND INFORMATION SECURITY

S. V. Venidiktov

*Educational institution «Mogilev Institute of the Ministry of Internal Affairs
of the Republic of Belarus»,
67, Krupskaya Str., 212011, Mogilev, Republic of Belarus
Corresponding author: S. V. Venidiktov (venidiktov@institutemvd.by)*

The formation of media literacy of the audience is considered as a factor in ensuring the information security of the individual, social group and state. In the context of the current state of the global communication space, the prospects for