

Всем ребятам, которые мечтают прийти в журналистику, дам единственный совет: «Больше читайте!» Эти слова в свое время я услышал от своего деда.

Беседовала Елена Кунаховец-Плевако.

Лариса Коршун: «ГАЗЕТУ ОБ ИДЕАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ И СТРАНЕ БЕЗ ПРОБЛЕМ НИКТО НЕ КУПИТ, ВЕДЬ ЭТО УТОПИЯ»

Генеральный директор информационного агентства «Минская правда», включающего в себя 4 газеты, радиостанцию и сетевое издание, Лариса Михайловна КОРШУН. 31 год. Выполняет еще и функции главного редактора газеты «Мінская праўда», пока ищет достойного кандидата на эту вакантную должность. Образование: факультет журналистики БГУ (2012), Институт бизнеса БГУ (Рекламный менеджмент) (2014). Литературный редактор в издательстве «Адукацыя і выхаванне» (2012–2014), главный редактор портала Дзержинск.by (2014–2016), главный редактор газеты «Узвышша» Дзержинского района (2017–2019), заместитель директора – главного редактора УП «Редакция газеты «Мінская праўда» (2019), пресс-секретарь Миноблисполкома (2019–2020).

1. Трудно быть главным редактором газеты? Из чего состоит ваша работа?

– Когда твоя работа – это образ жизни, то любые сложности преодолеваются легко. Конечно, если вы стремитесь к стандартному графику работы с восьми до пяти с двумя выходными, то не стоит брать на себя ответственность за целую редакцию. Если вы говорите, что «у нас в редакции все так было 20 лет, зачем это менять», то уступите место тому, кто готов соответствовать вызовам времени. Но если вы готовы быть неудобным для некоторых, рисковать, просчитывая все возможные варианты, видите четкий путь, по которому еще никто не шел, то тогда ваша работа будет, в первую очередь, интересной. И только потом трудной.

В ноябре 2020 года у нас произошла реорганизация, и в наш состав влилась радиостанция «Минская волна». С тех пор мы носим новое имя – информационное агентство «Минская правда». Выпускаем 4 газеты: областную «Мінскую праўду» и районные «Чырвоную зорку»

(Узденский район), «Узвышша» (Дзержинский район), «Прысталічча» (Минский район). Также являемся учредителями сетевого ресурса mlyn.by, занимаемся издательской деятельностью. Такая многозадачность не позволяет стоять на месте, и каждый день не похож на предыдущий. Наверное, в этом есть и прелесть, и сложность редакторской работы.

2. Работа в интернете. Расскажите о своих медиаплатформах в сети: посещаемость, подписчики, проекты, планы. Как распределяется работа среди сотрудников?

– Посещаемость портала mlyn.by составляет в среднем 15–20 тыс. уникальных пользователей в сутки. Можно сказать, что мы в начале своего пути, потому что сейчас прорабатываем концепцию сайта, в будущем возможны изменения. Наши страницы есть в различных социальных сетях: ВК, Одноклассниках, Фейсбуке, Инстаграме. Это страницы не только портала mlyn.by, но и нашей радиостанции.

Активно развиваем свои телеграм-каналы. У нас их несколько. Есть и те, которые не относятся напрямую к редакции, но выполняют при этом идеологическую функцию. Сейчас делаем упор на развитие соцсетей наших журналистов, ведь именно они должны быть лидерами мнений. Недавно завели 2 канала: «Осторожно: сарказм. Минская правда и Саблина. Минская правда (по фамилии автора). За две недели на каналы подписалось более чем по 1000 человек. А еще мы выпустили свой стикерпак для Телеграма. Скачивайте, он так и называется – “Минская правда”».

3. Можете рассказать, что вы знаете о своей аудитории в интернете?

– Наш сайт читает не молодежь. Основная аудитория – это люди от 35 до 55 лет. Женщин больше. 65 процентов посетителей заходят на сайт через смартфон, 33 – через ПК, остальные – с помощью планшета и других устройств. Аудитория в соцсетях немного моложе. Основная – 24 – 45 лет. Среди подписчиков также преобладают женщины.

Нас активно читают в Яндекс.Дзен. Аудитория составляет 50 тысяч. Самый популярный материал на этой платформе прочитали 700 тысяч раз. Его заголовок: «На Крупшине за ее поимку фашисты обещали 30 тысяч дойчмарок. Чем знаменита Елена Колесова?»

Кстати, и сайты районных газет читают неплохо. Средняя посещаемость портала газеты «Узвышша», где, кстати, в 2017–2019 годах я была главредом, составляет 1,8 тыс.

4. Монетизируете интернет? Каким способом и сколько зарабатываете, если не секрет?

– Легче монетизировать сайты районных газет. Многие местные бизнесмены на сайте dzg.by (Дзержинск) размещают баннеры со своей рекламой. Продаем рекламные модули и в соцсетях. На сайте mlyn.by размещаем рекламные статьи, баннеры, идет реклама Яндекс.Директ, но этих средств, естественно, недостаточно на то, чтобы содержать редакцию интернет-портала. Ежемесячно мы получаем до 5 тыс. на рекламе в интернете. При росте посещаемости сайта эти цифры, конечно, будут расти, поэтому, в первую очередь, необходимо заботиться о том, чтобы на вашем сайте размещалась уникальная, интересная информация.

5. Расскажите, из каких частей формируется доход редакции? Трудно зарабатывать?

– Редакция газеты – это такое же предприятие, как и все остальные. Заниматься только творчеством не получится. Нужно думать еще о сбыте и маркетинге. Основной наш доход составляет подписка на газету – более 50 % от суммы выручки. От рекламы в газете мы ежемесячно зарабатываем 70 тысяч рублей. Меньший доход приносит реклама на радио, но после изменения концепции вещания рассчитываем, что рекламодатели еще подтянутся. Часть средств приходит от издания книг, буклетов, выпуска календарей и прочей промопродукции.

6. Печатная версия. О чем она? Работаете ли над ее модернизацией? Расскажите о своих подписчиках.

– Наша печатная версия всегда на злобу дня. Для нашей редакции прошлый и этот годы дали массу возможностей. Мы полностью изменили дизайн издания, перейдя на таблоидную верстку, что лучше всего учитывает современные особенности чтения газет и подачи информации. С версткой нам помог наш родной журфак и его преподаватель Дмитрий Синявский. Мы очень благодарны за это!

Сегодня читатели ввиду клипового мышления цепляются за крупные заголовки, выноски, развернутые подписи к фото. Таблоид как таблетка, спрессованное полезное вещество в максимальной концентрации, дает возможность получить максимум уникальной информации. При этом в начале своего пути мы, естественно, столкнулись с критикой. Говорили, что это перебор, так нельзя, надо делать, как все. Правда, эти заявления поступали не от простых читателей, а от чиновников. Поэтому слушали,

принимали во внимание и совершенствовались дальше. Ведь каждый должен заниматься своей работой. Конечно, к чему-то мы прислушались, но основная масса замечаний разбила бы концепцию в пух и в прах.

В газете, а она выходит 2 раза в неделю, мы делаем упор, в первую очередь, на аналитику. Анализ всего, что происходит в стране, помогают дать известные политологи, которые ведут колонки и рубрики в газете, а также свои штатные авторы. Один из них Надежда Саблина, обзавелась даже читателями-поклонниками, которые после выхода газеты обязательно звонят ей обсудить ее статьи и выразить свое мнение. Резонанс получил проект «Психологический психоанализ» с Аленой Дзюдзиной, где веским словом прошлись по Латушко, Тихановской и всем остальным «невероятным». Проект задел чувства и оппоСМИ, несколько статей о нем вышло на этих ресурсах. Фельетоны Владимира Орехова – это тоже наша фишка, как и карикатуры Антона Островского.

Первые полосы – лицо газеты. Наше лицо всегда разное. И периодически провокационное. Некоторые наши номера активно распространялись в соцсетях и Телеграме из-за своей скандальности. Это отличная реклама для лучшей узнаваемости бренда.

7. Есть сложности в распространении? Как вы проводите подписные кампании?

– Конечно, коронавирус частично помешал проведению подписных кампаний в традиционном формате, но если посмотреть на это с другой стороны, то он подтолкнул нас к развитию. Активно проводили различные рекламные игры, промомероприятия. На одном из них, кстати, разыграли 12 смартфонов! Спасибо нашим спонсорам!

8. А что с розничной продажей? Можно ее увеличить?

– Нужно! И делать акцент надо на самые проходимые места, то есть торговые сети крупных ритейлеров. Нас можно найти в «Короне», «Грине», «Виталюре». Прорабатываем возможность продажи в «Гиппо» и «Белмаркете», в магазинах облпотребсоюза и «Евроопте». А еще нас можно будет найти в санаториях. На отдыхе как раз есть время, чтобы не торопясь, насладиться печатной прессой за чашечкой кофе.

После ребрендинга мы увеличили продажи в киосках «Белсоюзпечати» и отделениях «Белпочты». Сейчас планируем присутствовать в каждом киоске Минска. Столица нами еще не охвачена полностью.

Когда делаешь упор на розничные продажи, то приходит четкое понимание, что нельзя относиться к верстке и содержанию первой полосы формально. Анонсы, злободневность тем, подача очень важны. Иначе ваша газета так и останется лежать на полках. Отталкиваться от прошедших событий и ставить на первую полосу просто репортажное фото – самый проигранный вариант. Пока ваша газета выйдет, все уже давным-давно это увидят в интернете. Поэтому только аналитика! И подача должна быть немного агрессивной, чтобы зацепить. Газету об идеальном обществе и стране без проблем никто не купит, ведь это утопия, а не печатный рупор.

9. Коллектив. Как вы можете охарактеризовать своих сотрудников? Если можно, без пафоса. Назовите их качества, которые цените больше всего. Что бы вы поменяли в структуре редакции, каких работников вам не хватает?

– Это мои единомышленники. Мы часто пишем сложные политические тексты, которые могут нравиться не всем, но наши журналисты ставят под ними свои имена. Не потому, что не боятся, а потому, что верят в то, что делают, уверены, что принесут этими текстами пользу обществу. И я рада, что в нашем коллективе таких людей большинство. А не хватает нам всегда аналитиков, желательно экономического профиля. Если вы можете писать о сложном просто, то приглашаем в «Минскую правду».

10. Что посоветуете молодежи? Идти в журналистику или нет?

– В 8 классе я четко для себя решила, что буду журналистом. Директор школы, тоже, кстати, журналист по образованию, искала главного редактора школьной газеты. Я посидела, подумала, пошла к ней в кабинет и сказала, что хочу быть главным редактором. Она очень удивилась такой настойчивости и сказала: «Ну раз так, бери и делай». А я взяла и сделала! И выпускала с удовольствием эту газету до конца 11 класса. И этот школьный журналистский опыт мне очень помог в будущем.

Я уверена, что журналист – самая интересная на свете работа. Ты каждый день общаешься с людьми разных профессий и возрастов и, как губка, впитываешь их знания и мудрость. Что может быть интереснее?! Поэтому я всегда советую идти в журналистику людям, которые не хотят просиживать рабочее время в кабинете, а хотят всю жизнь учиться. Шагайте смело в журналистику и покоряйте новые вершины!

ФАКТЫ О ГАЗЕТЕ

Название, территория распространения, количество жителей.

Областная газета «Мінская праўда», Минская область, 1,5 млн жителей.

Периодичность, количество полос в неделю: 2 раза в неделю, 16 и 24 полосы.

Разовый тираж газеты на 01.05.2021: 22 900 экз.

Среднесуточная посещаемость сайта: 20 тыс.

Общее количество подписчиков в соцсетях и мессенджерах: 84 тыс.

Количество сотрудников, сколько из них творческих. Поскольку в агентстве развивается конвергентная журналистика, указываем общее количество сотрудников четырех газет, сайта mlyn.by и радио «Минская волна» – 101 работник, 53 – творческих.

Средняя зарплата по редакции: 1,47 тыс. рублей.

Подготовил Дмитрий Синявский.

Виктория Пузатко: «СОБРАЛАСЬ КОМАНДА РЕБЯТ, У КОТОРЫХ ГОРЯТ ГЛАЗА»

В Витебском областном дворце детей и молодежи целая россыпь объединений по интересам, в том числе и для профиля «Журналистика, блогерство, детское телевидение». Но больше всего привлекает внимание один из кружков с необычным названием – «ЖурДом». Мы поговорили с Викторией Пузатко, заведующей отделом писем редакции витебской районной газеты «Жыццё Прыдзвіння», основательницей и ведущей данного курса.

– Как Вы попали в областной дворец?

Изначально кружок назывался «Юный корреспондент». Вела его моя подруга, которая училась на дизайне. У нее не было профильного образования, но в свое время мы занимались вместе в кружке журналистики, хотели поступать на журфак. Я поступила, а она передумала.

Когда я только начала работать в своей районке, подруга уходила с этой должности. А перед уходом порекомендовала меня на свое место. Я поговорила с директором, рассказала, что я могу и что хочу сделать. И меня взяли.