

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР КАК ДВИЖУЩАЯ СИЛА РАЙОННЫХ МЕДИА

В. И. Шимолин

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220007, г. Минск, Республика Беларусь,
Shimolin_V46@mail.ru*

В статье анализируется роль личности редактора в развитии современных медиа, которые функционируют в условиях усиливающейся взаимной конкуренции, борьбы за рынок, за получение максимальной прибыли. Реалии складывающихся капиталистических отношений поставили руководителей редакций перед проблемой выбора духовно-моральных ценностей.

Ключевые слова: журналистика; публицистика; коммуникация; информационное пространство; духовность; мораль; нравственность; человеческий фактор.

HUMAN FACTOR AS MOVING POWER OF CORPORATE MASS MEDIA

V. I. Shimolin

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya, Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author V. I. Shimolin (Shimolin_V46@mail.ru)*

The article analyzes the role of the personality of the editor in the development of modern media, who operates in the conditions of increasing mutual competition, the struggle for the market and for maximizing profit. The realities of the emerging capitalist relations put the editorial staff in the face of the problem of choosing spiritual and moral values.

Key words: journalism; communication; information space; spirituality; morality; morality; human factor.

В давно прошедшие времена в штатном расписании редакций средств массовой информации значилась должность *ответственно-го* редактора, облеченного особыми полномочиями и доверием вышестоящего партийного руководства. Нынче бремя ответственности за качество публикаций, которые язык не поворачивается называть продукцией, главный редактор несет не только перед законом, коллективом редакции, но и перед собственной совестью.

В этом идеальном перечне совесть главенствует, наряду с личными и карьерными амбициями, высоким уровнем культуры и образования.

Эффективность административного воздействия на политику СМИ, преступивших морально-этические нормы или действующие законы, малоэффективна лишь потому, что запаздывает, наступает *post factum*. Какое направление в работе руководителя регионального издания следует признать основным? Профессор О. Г. Слука, а наряду с ним и большинство исследователей проблем современных медиа, ратует за углубление аналитического контента, совершенствование уровня публицистической и научной социально-экономической аналитики, за повышение качества транслируемой информации, которая обязана соответствовать общественным запросам: «Подмена общественных ценностей нарушает процесс объективного восприятия гражданами реальной действительности, создает условия для деформации общественного сознания... Человеку нужна мысль, идея, обсуждение насущных и злободневных проблем и их решение» [1, с. 205].

Сложность очерченной пунктиром ситуации вовсе не в слабости законодательной базы, противоречиях рыночных отношений. Практика современных СМИ, не всех, конечно, но сумевших отстоять вечные моральные и духовные ценности, не потерять старых приверженцев и обрести новых, опровергает пессимистические прогнозы.

Ориентирами для коллег, столпами эффективной журналистской деятельности на протяжении последних лет выступают редакторы районной печати. Чаще других с позитивных позиций оценивают районки Жодино, Постав, Каменца, Солигорска, Марьиной Горки и других городов и райцентров.

Выберем из указанных изданий районную общественно-политическую газету «Навіны Камянеччыны» как образец и пример для подражания новаторской деятельности ее редактора В. И. Дулевича. На 1 января 2020 г. подписной тираж газеты составил более 3000 экземпляров, и на протяжении последних лет он стабилен, что в нынешних условиях уже успех. Районка – еженедельник объемом 24 полосы, объективно и оперативно информирует население региона, воспитывает подрастающее поколение на ярких примерах труда, быта, повседневной жизни земляков.

Руководитель коллектива «озадачивает» сотрудников плодотворными дебютными идеями, среди которых читательская фоторубрика «Адреса бесхозности», тематическая полоса «Здоровые люди», созданная совместно с порталом 24health.by под эгидой Министерства здравоохранения Беларуси. Совместно с краеведом Андреем Остапешней ведется уникальный проект «Открываем Каменец заново», проложивший дорогу турмаршруту по 44 объектам древнего Каменца в виде мобильного приложения на базе самой популярной в мире программы

izi.Travel. Центр оперативной полиграфии редакции «Хуткі друк» выпускает красочную полиграфическую продукцию по продвижению туристического брэнда Каменеччины.

Возможно, эти инициативы послужат примером для других районных вестников. По словам редактора газеты В. И. Дулевича, существовавший в советский период обмен передовым опытом нужно возродить. Редакция «Навін Камянеччыны» с этой целью организует творческие встречи с коллегами из других районов.

Связь с читателем – дело хлопотное, требующее от корреспондентов проявления организаторских способностей, терпения, настойчивости, но приносящее реальный результат. Средства массовой информации нового столетия не особо жалуют вниманием внештатных авторов. Отделы писем, в не столь далеком минувшем обязательная прерогатива каждой редакции, – нынче большая редкость.

Однако каменецкое издание продолжает лучшие традиции советского рабкоровского движения. Основу газетных публикаций составляют авторские материалы корреспондентов газеты и внештатников. В 2019 г. их объем составил 80 %. Остальное место заняла реклама. В 2019 г. увидела свет обновленная версия интернет-портала, полностью соответствующая новейшим требованиям работы в соцсетях, адаптированная для мобильных устройств и новых медиаплатформ. Посещения сайта выросли на 30 %. Увеличился и приток рекламных материалов.

Сегодня уже не в диковинку социальные сети. Число подписчиков и читателей «НК» постоянно растет: «ВКонтакте» – до 3,7 тыс. человек, «Одноклассники» – до 900, «Fasebook» – 353, «Twitter» – 144, «Instagram» – 1490. Мессенджеры: «Вайбер» – 469, «Telegram» – 142.

Высококачественные иллюстрации – украшение любого печатного издания, лучшее оформление сайта. Фотографировать для газеты непросто. Нужны определенные навыки. Получить их можно непосредственно в самой редакции, которая распахнула двери всем желающим в фотоклуб «НК – Вока». Получив первые навыки фоторепортерства, члены клуба пробуют силы на страницах своего издания. «Воковцы» участвуют в «наполнении» контента в «ВКонтакте» и «Instagram», в фотосъемке значимых мероприятий, иногда подменяя штатного фотокорреспондента «НК».

А еще редакция каменецкой газеты распахнула для подростков двери клуба «Юный корреспондент», выпускники которого могут и не выбрать профессию журналиста, но зато осознают ценность печатного слова, научатся мыслить и излагать свои идеи логично.

Читатели «Навін Камянеччыны» видят в газете советчика и помощника в житейских проблемах. Об этом напоминают регулярно публикуемые на ее страницах ответы-реагирование районной «вертикали» на волнующие вопросы и замечания по работе различных служб.

Демократия в действии: любой желающий может обратиться в редакцию районного издания, опустив запрос в один из специальных ящиков «НК», установленных в многолюдных местах. В месяц по обращениям граждан редакция направляет в местные органы власти не менее десяти запросов.

Авторитет редактора и в целом журналистского коллектива зависит не только от качества публикаций, но и от реагирования на них районной администрации. По словам редактора газеты В. И. Дулевича, реагирование вертикали власти носит конструктивный характер, укрепляя авторитет и администрации региона, и его печатного органа.

Информационная революция, наступление которой предвидел полвека назад профессор Б. В. Стрельцов, свершилась. Свобода печати, которая в одночасье вырвалась из ежовых рукавиц коммунистической идеологии, попала в жесткие объятия капиталистических социально-политических и экономических отношений. Передовые статьи центральных и республиканских газет, которые учили жить и трудиться советского человека, исчезли, а их место нередко занимают цветные первополосные изображения обнаженных или полуобнаженных звезд сомнительного поведения. Юное поколение попало под влияние интернета, который содержит благочестивые религиозные проповеди и в то же время пропагандирует химикаты, дурманящие разум и разлагающие личность. И как быть?

Отметим особо: гарантом основного вектора редакционной стабильности является Личность руководителя. Дискурсивный вывод из вышесказанного объективно проверен временем и накопленным опытом, поскольку с завидным постоянством доказывает роль человеческого фактора.

Проблема каждой редакции – это проблема выбора духовно-моральных ориентиров, пропаганда духовных ценностей. Но более всего она ежечасно стоит перед руководителем издания, рассчитанного на современного, молодого читателя, как правило, не обогащенного глубокими познаниями и убеждениями потребителя информации.

Библиографические ссылки

1. Слука О. Г. Закономерности функционирования современной белорусской медиасистемы // Журналистика-2019: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 21-й Міжнар. навук.-практ. канф. Мінск, 14–15 ліст. 2019. Мінск : БДУ. 2019. С. 203–206.