

Казанская

Правда

Время качественной журналистики

О развитии журналистики, доверии к государственным СМИ, трендах и вызовах в медиасфере мы накануне Дня работников средств массовой информации поговорили с известным медиаменеджером, академиком Академии журналистики, председателем правления агентства «Хабар» Ерланом Бекхожиным.



– Ерлан Халижанович, у Вас богатая профессиональная биография, причем на протяжении всех 30 лет независимости Казахстана Вы не изменяли медиасфере. По Вашему мнению, как изменилась казахстанская журналистика за последние десятилетия?

– Поскольку я руковожу главным телевизионным медиахолдингом страны и большая часть моей жизни связана именно с телевидением, будет логично, если я расскажу про эту отрасль. Изменения, можно сказать, произошли колоссальные. Выросла конкуренция на информационном поле, появились технические возможности, о которых в начале 1990-х мы даже мечтать не могли. Выстроились новые стандарты телевизионной журналистики. Безусловно, огромное развитие получила казахскоязычная журналистика – годы независимости стали для нее подлинным ренессансом.

Агентство «Хабар» – яркий проект независимости Казахстана. Его открытие стало настоящим событием для всей Центральной Азии, поскольку это был новый формат, совершенно другой уровень телевизионной журналистики. И вот 26 лет мы стараемся держать эту планку.

До сих пор изменения, происходящие с каналами телесемейства «Хабар», – это изменения, которые происходят со всей медиасферой страны. И мы этим гордимся.

В целом отечественная медиасфера развивается в русле мировых

трендов. Меняются технологические возможности, появляются новые стандарты. И даже изменились критерии качества.

Например, с развитием средств коммуникации и Интернета одним из важнейших критериев стала быстрота подачи информации. Кто первый выдал новость – тот молодец.

Но со временем это привело к тому, что из журналистики ушла глубина. Сегодня традиционные СМИ – ТВ и печатные издания, которые никак не могут конкурировать с новыми медиа по скорости, возвращаются к этой глубине. Подробно прорабатывают информационные поводы, делают ставку на качественную аналитику, таким образом «медленные новости» используются в качестве конкурентного преимущества. И на этот контент есть большой спрос.

Проблема здесь в том, что сейчас остро не хватает журналистов, которые могли бы выдавать качественную аналитику. Понятно, что в современных реалиях каждый журналист обязан быть, грубо говоря, «многостаночником» – уметь при необходимости писать на самые разные темы. Но в любом случае у каждого журналиста есть своя «сфера интересов», в которой он должен глубоко владеть темой. А чтобы этого добиться, нужны практика, опыт, живое общение с профессионалами, экспертами, постоянное самообразование.

Поэтому очень подходит журналистам концепция Long-life-learning. Мы рассказываем своим зрителям и читателям про то, что происходит в мире, объясняем те или иные вещи, учим, воспитываем. А как можем это качественно делать, если сами не разбираемся в ситуации? На мой взгляд, базовое академическое образование для журналиста – это хорошо, но опыт, практика и постоянное самообразование – это то, без чего невозможно профессиональное становление.

– Насколько конкурентоспособны государственные СМИ на современном информационном поле? Насколько им доверяют?

– Я знаю, что к государственным СМИ отношение в последние годы было несколько неоднозначное: дескать, мы рассказываем «сказки» о процветающем Казахстане и не обращаем внимание на проблемы. Это в корне неверно. Я твердо уверен, что именно государственные СМИ способны давать – и дают! – объективную картину жизни в стране.

Мы не остаемся в стороне от проблем, поднимаем их, выявляем, обращаем на них внимание властей. Но в то же время говорим и о реальных достижениях Казахстана, которых немало. Именно эта

сбалансированная повестка позволяет нам максимально полно освещать происходящие в государстве процессы.

Наша задача сейчас – вернуть тот высочайший уровень доверия к государственным СМИ как к источникам информации, который исторически у них был. К слову, огромный прогресс в этом направлении был сделан как раз во время пандемии, когда наблюдалось невероятное количество фейковых новостей, недостоверной информации, манипуляций...

Люди поняли, что им нужны ориентиры, чтобы не потонуть в этом информационном потоке, и таким ориентиром как раз и стали традиционные СМИ, в том числе государственные, которые поставляют проверенную, достоверную информацию и несут ответственность за то, что выдают в эфир, выпускают в печать.

Только по «Хабару» могу сказать: у нас показатели просмотров выросли невероятно – мы это расцениваем как знак доверия со стороны зрителей. И это доверие закономерно, ведь мы можем гарантировать: если что-то попало в наш эфир – это реальная новость.

Сегодня производить контент и доводить его до аудитории стало потрясающе просто. Технически я имею в виду. Но колоссальное количество информации пока не переросло в качество. Хорошего контента по-прежнему не так уж много. А кроме того, у абсолютного большинства его распространителей, я говорю про блогосферу, социальные сети и так далее, нет понимания ответственности за распространяемый контент. В отличие от профессиональных журналистов, которые, перед тем как опубликовать, выдать в эфир информацию, должны убедиться в ее достоверности.

Кроме того, если говорить опять же про «Хабар», то мы нацелены на то, чтобы нести аудитории полезную информацию, которая помогает людям ориентироваться в окружающей реальности, лучше ее понимать. Это наш ключевой принцип. Даже в развлекательный контент мы стараемся «упаковать» какие-то полезные сообщения, ненавязчиво учить людей экологии поведения, культуре...

– Стремление сделать информацию полезной – это особенность госСМИ или общий тренд?

– Я не берусь обсуждать информационную политику коммерческих телеканалов, потому что все мы работаем на одном поле, все

конкурируем за зрителя, но как руководитель государственного телевизионного агентства могу сказать, что есть много тематических блоков, крайне важных с идеологической, просветительской точек зрения, которыми, кроме государственных СМИ, никто не занимается.

Но в целом, думаю, многие игроки медиасферы понимают, что сегодня просто информировать недостаточно. Нужно помогать людям улучшить качество их жизни. Учить ориентироваться в информационном пространстве. Развивать критическое мышление. Давать практические советы по различным направлениям – от управления личными финансами до решения проблем своего города, села. Это востребовано.

– Вы 10 лет руководили ТРК Президента, множество раз встречались с Нурсултаном Назарбаевым, брали у него интервью... Как относится Елбасы к медиасфере?

– Мы на «Хабаре» запустили проект к юбилею независимости «Елбасы. Летопись независимости» – запланировано 15 серий, вышли уже 7. Этот проект построен полностью на документальной хронике, в том числе на интервью Первого Президента. И по этим материалам можно объективно увидеть отношение Нурсултана Абишевича Назарбаева к средствам массовой информации – насколько он всегда открыт, насколько большое значение придавал и придает развитию СМИ, насколько поддерживает журналистов.

Материальные, так сказать, свидетельства этой поддержки – учрежденные им премии и гранты в области СМИ, которые вручаются журналистам вот уже 25 лет подряд. И именно по инициативе Елбасы в столице был построен «Қазмедиа орталығы» – суперсовременный многофункциональный комплекс, уникальный по техническому оснащению для Центральной Азии.

Это только очевидные примеры, которые сразу пришли в голову. В целом вся поддержка, которая оказывалась журналистике за годы независимости, – это следствие того внимания, которое Первый Президент уделял медиасфере.

Из личного опыта могу сказать, что у Елбасы потрясающая память, и он многих журналистов знает поименно, помнит многие эпизоды общения со СМИ, детали интервью и встреч. На мой взгляд, это дополнительное подтверждение того, что он лично признает важную роль журналистов и журналистики в развитии Казахстана.

– Про журналистику всегда говорят как про «профессию с миссией».

В чем, по Вашему мнению, эта миссия заключается?

– Могу сказать на примере миссии агентства «Хабар»: мы стремимся к тому, чтобы наша работа была полезна каждому казахстанцу, нашему обществу, государству в целом. Думаю, этот принцип – эту миссию – можно спроецировать и на другие СМИ, на журналистику в целом.

У каждого представителя этой непростой профессии, у каждого журналиста должно быть понимание этой миссии и, самое главное, ответственности за свои действия. Наша работа открывает нам доступ к душам и умам людей. Мы должны этот доступ использовать с максимальной пользой. Информация обладает невероятной силой, и у нас, как у людей, которые работают с ней, во главе угла должен стоять тот же принцип, что и у врачей: «не навреди».

Давно идут споры, чего в журналистике больше – ремесла или творчества. Мне эта постановка вопроса кажется неправильной. В журналистике нельзя отделять друг от друга две эти вещи, потому что лучший журналист – это тот, кто умеет работать творчески, объяснять сложные вещи простым языком, «чувствовать» новости, рассказывать истории так, чтобы их было интересно смотреть, умеет доносить меседж.

Мы привыкли говорить, что сейчас на информационном поле правит «хайп». Но я думаю, что люди устали от этого информационного мусора, растут требования к СМИ, а это значит, что наступает время качественной журналистики. И в наш профессиональный праздник я бы хотел пожелать всем казахстанским журналистам быть ее достойными представителями.

АВТОР:

Юлия Магер