

считает такую практику нормальной, мы – нет, поскольку для «Нашего края» важно быть первоисточником, что повышает интерес посетителей к сайту (и здесь прямая связь с монетизацией!). Если же не ждать согласования и ставить новость без комментария пресс-службы, можно вызвать негативную реакцию со стороны тех же правоохранительных органов. «Вы же государственная газета, вы не должны публиковать новости без согласования» – так однажды ответил мне представитель одной из областных пресс-служб силовых структур. Если следовать такой логике, то мы должны проиграть в конкурентной борьбе негосударственным изданиям, которые вообще никому ничего не должны. Правильно ли это? На мой взгляд, нет. Каждая газета, в том числе и региональная, в первую очередь должна быть интересна своему читателю. И подавать ему оперативную и объективную информацию.

«БОЛЬШЕ ВНИМАНИЯ ПРОБЛЕМАМ ЧИТАТЕЛЕЙ»

*Интервью с Анастасией Турок,
главным редактором «Аршанской газеты»*

– Трудно быть главным редактором газеты? Из чего состоит ваша работа?

– Если ты любишь свою работу, то не трудно. Когда ты видишь, что она приносит пользу, к газете высокое доверие читателей, она нужна и интересна, то все трудности отходят на второй план. Сегодня редактор регионального СМИ – это как дирижер оркестра. Тебе приходится не только выполнять исключительно управленческие функции, заботится о тираже и продвигать бренд издания, но и писать наравне со всеми журналистами, а то и больше, быть фотографом, дизайнером, активно осваивать все новые технологии, зарабатывать деньги для редакции.

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

– Будущее газеты неразрывно связано с интернет-ресурсом издания. В 2016 г. редакция «Аршанской газеты» первой среди районных газет Витебской области провела редизайн сайта. Благодаря изменению дизайна мы получили современный удобный интерфейс, увеличили раз-

мер и качество изображений. Появилась мобильная версия сайта. Она адаптирована для любых видов гаджетов: смартфонов, планшетов и функционально не уступает полной версии. Также улучшилась структура подачи информации. Все записи разделены на тематические блоки, что облегчает пользовательский поиск. После редизайна сайта редакция получила положительные отзывы. Перемены отразились и на посещаемости. Сейчас на сайт orshanka.by заходят в среднем 1 100 уникальных посетителей в сутки.

Группы «Новости Орши» мы развиваем по принципу городских пабликов. У нас 9500 подписчиков в «Инстаграм», 5500 – в «Одноклассниках», 3600 – «ВКонтакте». И канал «Новости Орши» на «YouTube» – наш эксперимент по мобильной журналистике – только развиваем. Там подписчиков пока 150 человек. Для него мы делаем короткие видеоролики, снимаем и монтируем их на смартфоне.

Мы переходим на работу по принципу мультимедийной редакции. Новости и фотографии в первую очередь появляются на сайте, а в газету попадают дополненные тексты. В то же время есть материалы, которые пишутся только для интернета.

Дальше контент «переупаковывается» для соцсетей. Это не просто репосты в группы всех подряд ссылок на сайт. Мы отбираем подходящий контент, наносим текст на изображения, если нужно – делаем короткие ролики из фото, подаем информацию в виде инфографики. Делаем все, чтобы привлечь внимание.

Наша аудитория активная и хорошо идет на контакт. Мы давно используем соцсети для поиска героев публикаций. Радуемся, когда посты хорошо комментируют, отвечаем на вопросы. И этот процесс выходит за рамки 8-часового рабочего дня.

На аккаунт @orshanka.by в «Инстаграме» подписан каждый четвертый пользователь этой соцсети из нашего региона. И подписчики прибавляются с каждой неделей благодаря ежедневному обновлению. Там есть свои рубрики, для которых контент готовится специально, без привязки к печатной версии газеты.

В работе с интернет-платформами задействованы все творческие сотрудники редакции.

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

– Здесь для нас секретов нет: метрики на сайте и статистика в соцсетях все рассказывают в подробностях. Ядро нашей аудитории – это

люди 25–44 лет. Они живут в Оршанском регионе. Женщин больше: 65–70 % в зависимости от платформы. Чаще они пользуются смартфонами, а не компьютерами.

Краски к этому обезличенному портрету добавляет реакция на наш контент в соцсетях. Мы видим, чем люди делятся, что комментируют – и это помогает придумывать новые темы, а значит, отвечать потребностям своей аудитории.

– Монетизируете интернет? Каким способом и сколько, если не секрет?

– Мы зарабатываем на своих онлайн-ресурсах уже несколько лет. Рекламодатели начали обращать внимание на наш сайт, когда выросла посещаемость. Сначала мы просто размещали баннеры и готовые тексты. Потом выросли группы в соцсетях – и появился запрос на рекламу там. А в прошлом году мы поняли, что хотим делать рекламу сами, потому что знаем, как лучшее ее «упаковать» для нашей аудитории. Так появились проморолики, тесты, подборки, карточки. Мы не ждем, когда рекламодатель придет к нам сам. Мы придумываем идею и ищем, кому ее продать. И если пятеро откажутся, то шестой согласится.

Сейчас не гонимся за большими заработками. Пока не все готовы принять, что реклама в интернете тоже работает. Что в соцсетях сидят не подростки, а платежеспособные взрослые. Поэтому мы экспериментируем с подачей материала и анализируем реакцию пользователей. Собираем портфолио форматов и статистику, которые помогут нам привлечь новых коммерческих партнеров.

За январь–февраль 2020 года заработали в интернете более 700 рублей.

– Расскажите, из каких частей формируется доход редакции? Трудно зарабатывать?

– Основной доход редакции складывается от подписки и рекламной деятельности. В процентах: подписка – 66 %, 34 % – реклама. Нам зарабатывать никогда не было легко. Когда я стала редактором, редакция была убыточной. Пришлось по крупицам зарабатывать и в короткие сроки выводить организацию на прибыль. Да, больших доходов мы не имеем. То, что зарабатываем, вкладываем в развитие материально-технической базы, в обучение сотрудников, живем исключительно по тем средствам, которые зарабатываем. Последние лет семь редакция работает на самоокупаемости. За собственные средства постоянно об-

новляем материально-техническую базу, отремонтировали все кабинеты и помещения. Два года тому назад с помощью районного бюджета и средств редакции приобрели автомобиль «Джипы Атлас».

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

– Она о людях, их проблемах, заботах и чаяниях. Ведь недаром говорят, что районная газета для читателей самая близкая и родная. Мы пишем о том, что происходит в нашем городе, на соседней улице, в ближайшей деревне.

Сегодня Оршанскому району уделяется большое внимание со стороны Главы государства, правительства. Мы понимаем, что наш район находится в стадии перезагрузки, видим, насколько важно читателям оперативно получать актуальную информацию обо всех изменениях. Интерес к районной газете за последнее время заметно возрос, так как мы кардинально поменяли стиль работы. Изменили дизайн, стали больше писать о проблемах читателей. В прошлом году в газете было опубликовано 64 материала критической направленности.

Хочу заметить, что темы для таких публикаций нам не нужно искать. Читатели их подсказывают сами: через электронные и бумажные письма, сообщения в соцсетях, звонки в редакцию и в ходе личного приема у главного редактора. Еженедельно на страницах «Аршанской газеты» выходят материалы, в которых поднимаются жизненно важные проблемы жителей региона, от, казалось бы, самых мелких – ремонта дорожки, лестницы, до масштабных – качества питьевой воды, условий проживания в общежитиях, благоустройства дворовых территорий, агрогородков. Материалы публикуются под рубрикой «Вопрос ребром».

Наши учредители, большинство руководителей с пониманием относятся к конструктивной критике, и изменения в лучшую сторону заметны очень быстро. После критической публикации мы печатаем ответы заинтересованных служб, а затем повторно выезжаем на место, чтобы оценить ситуацию. В подтверждение изменений обязательно публикуем в газете и размещаем на сайте фотографии «до» и «после».

Считаю, что такая позиция позволит сократить количество обращений в вышестоящие инстанции и поможет быстрее улучшить городскую и сельскую инфраструктуру. А еще – перехватить инициативу у наших оппонентов, которые, как правило, однобоко показывают проблему. Но самое главное – эти публикации сближают нас с читателями, уровень доверия к журналистам растет.

Для того, чтобы газета всегда оставалась интересной и читаемой, она должна соответствовать требованиям времени. Мы пошли на этот шаг в 2017 г., когда занялись разработкой нового дизайна газеты с участием специалистов факультета журналистики БГУ. Газета кардинально изменила облик. Внедрен новый стиль верстки, обновлены шапка газеты, графическое и цветовое решение, на 1-й полосе газеты размещены анонсы, заменены шрифты. Когда газета вышла в новом дизайне, мы получили многочисленные положительные отзывы читателей. Даже номер в черно-белом исполнении выглядит современно и удобен для читателей. Новый дизайн, кстати, привлек новых информационных и коммерческих партнеров.

Редакция стремится учесть в своей работе все рекомендации, полученные во время семинаров Министерства информации и факультета журналистики БГУ и доведенные в виде аналитических записок.

– Есть сложности в распространении? Как вы проводите подписные кампании?

– Региональным СМИ в последнее время достаточно трудно удерживать подписные тиражи и оставаться доступными для своих подписчиков в силу ряда обстоятельств. Это переход на электронные версии получения новостей и информации, появление и развитие мобильной журналистики.

Очень серьезным вопросом в борьбе за подписчика является цена на газету: она складывается из издательской цены и почтовых тарифов на доставку газеты.

Каждые полгода почта пересматривает свои тарифы, и меняются подписные цены на печатные издания. Нужно сказать, что размер тарифов почты зависит от количества выходов газеты в полугодие, и они повышаются каждые полгода на 8–10 %. Таким образом, доля почтовых тарифов в подписной цене доходит уже до 50 %. Экономисты РУП «Белпочта» объясняют это тем, что у них образуются убытки, и повышают они тарифы, чтобы компенсировать расходы по доставке газет по району, деревням.

Получается замкнутый круг: почта повышает тарифы, потому что мало выписывают газет и другой периодики, следовательно, редакции вынуждены формировать подписные цены со значительным повышением из-за роста тарифов. В конечном счете, подписчиков становится меньше в том числе из-за ценовой политики.

Несмотря ни на что, мы продолжаем активно работать с подписчиками. Постоянно проводим подписные кампании с пищевыми предприятиями региона, устраиваем дегустации, акции, конкурсы для почтальонов и распространителей с вручением ценных призов.

– А что с розничной продажей? Можно ее увеличить?

– Газета реализуется через Оршанский районный узел почтовой связи. В розничной продаже – через 9 торговых точек города Орши и 15 торговых точек Оршанского района; также через 17 торговых точек РУП «Витебскоблсоюзпечать» в Орше и по одному киоску в г. Дубровно, Барани, г. п. Болбасово и Бабиничи, через 17 отделений связи «Белпочты» по городу Орше и через 28 отделений по району. В магазинах продается всего около 50 экземпляров, это направление у нас стало не очень востребованным. Более 800 экземпляров газеты реализует «Союзпечать». Они активно работают и по подписке нашего издания через киоски. Для читателей это почти наполовину дешевле. Желающих оформить такую подписку становится все больше.

Мы постоянно проводим для читателей различные конкурсы. Самый популярный – это детский «Сыночки и лапочки дочки». Много тематических конкурсов: для дачников, любителей животных.

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

– В коллективе редакции работают 15 человек, 6 из них – это творческие сотрудники, которые ежедневно держат руку на пульсе жизни региона, освещают все важные события, рисуют портрет современника, рассказывают о том, чем живет Оршанщина, что волнует ее жителей. Мне повезло с коллективом. Сотрудники очень трудолюбивые, творческие, креативные, ответственные. Никогда не считаются со временем работы, готовы ради дела работать сверхурочно. Я ценю всех и считаю, что каждый профессионал с большой буквы.

В региональных СМИ недавно пришли к тому, что в штате должен быть редактор сайта. На своем примере мы видим, что и этого мало. Если мы хотим развивать сайт и соцсети, монетизировать их, над этим нужно работать не меньше, чем над печатной версией газеты. Для расширения штата требуются дополнительные средства. Монетизация интернета пока, к сожалению, не дает таких возможностей.

– *Что посоветуете молодежи? Идти в журналистику или нет?*

– Если вы просыпаетесь утром и понимаете, что не можете прожить ни дня без строчки, если в вас неиссякаемый фонтан идей, мыслей, проектов, задумок, если в выходной день вы думаете, о чем будет ваша следующая публикация, тогда вам точно на журфак. Значит, вы готовы посвятить свою жизнь этой непростой, беспокойной, сумасшедшей, но чертовски увлекательной и интересной профессии. Признаюсь честно, если кто-то думает, что в век высоких технологий журналисту работать намного легче, это неправда. Эта профессия для терпеливых, выносливых, талантливых и сверхработоспособных людей. Но это того стоит! Это правда.

Беседовал Дмитрий Синяевский

«ГАЛОЎНАЕ ПРЫЗНАЧЭННЕ ГАЗЕТЫ – БЫЦЬ ПАТРЭБНАЙ ЛЮДЗЯМ»

*Інтэрв'ю з Аленай Ярашэвіч, галоўным рэдактарам
установы «Рэдакцыя газеты “Астравецкая праўда”»*

– *Што для вас газета, у якой вы працуеце?*

– НАША раённая газета «Астравецкая праўда» заўсёды была ў маім жыцці, з самага дзяцінства. Я памятаю, як чыталі яе мама і тата, а я разглядала чорна-белыя фотаздымкі, каб знайсці на іх знаёмыя твары, як потым сама стала яе чытаць. Менавіта таму яна – НАША, яна – член сям'і, які часам расказваў і пра маіх родных і любімых людзей.

А потым і я сама спрычынілася да стварэння газеты – працуючы ў школе, пісала невялікія артыкулы пра школьнае жыццё, поспехі вучняў і таленавітых настаўнікаў. А ў 2009 годзе лёс прывёў мяне ў рэдакцыю – і я стала яе часткай.

Сёння ўжо не ўяўляю свайго жыцця без любімай газеты і роднага калектыву, які робіць яе цікавай і непадобнай на іншыя.

– *Як мяняецца раённая газета ў лічбавую эпоху?*

– Гісторыя нашай раённой газеты пачалася ў 1941 годзе. З таго часу мінула шмат вёснаў і зім – і, зразумела, паміж тым, што было і што мы маем цяпер, велізарная прорва.

Сёння пад крылом раённой газеты дзейнічаюць некалькі сродкаў масавай інфармацыі. Па-першае, гэта газета «Астравецкая праўда»,