

РЕГИОНАЛЬНАЯ ГАЗЕТА ЗА РУБЕЖОМ: ВОЗМОЖНОСТИ ВЫБОРА

Соответственно типологическим характеристикам периодики, которые в своей основе опираются на социальную направленность целевой читательской аудитории, контентную стратегию, учредительскую принадлежность, можно утверждать, что во всех странах мира существуют печатные издания малых форм, функционирующие для небольших территорий. Различия в языке, дизайне, формате и объеме подобных изданий только подтверждают наличие тенденций в их типологической общности.

Основным содержанием газеты регионального характера является местная тематика, отражающая социально-экономическое и культурное развитие региона. Такая газета является дополнением к более объемным общенациональным изданиям, так как рассказывает о событиях местного значения, людях, живущих и работающих в конкретном месте. В то же время важные политические события и факты не выпадают из общего контекста издания.

В многообразии функций печатных средств массовой информации обычно выделяют три направления – редакционное, техническое и коммерческое. Рассматривая специфику региональной газеты, целесообразно сделать акцент на анализе редакционной деятельности издания, которое очерчивает главную задачу – публикацию новостных материалов. Под термин «новостные» подпадают все газетные материалы: колонки комментаторов, бытовая информация, юмористические заметки, даже кулинарные рецепты и медицинские советы. В широком смысле этого понятия вся информация является новой для конкретной целевой аудитории.

Сравнительный анализ редакционной деятельности белорусских и зарубежных журналистов, который подразумевает

оценку их творческой и менеджерской работы, указывает на идентичную организаторскую парадигму, имеющую эволюционную специфику.

В региональных белорусских медиа руководителем является редактор, который занимается преимущественно выработкой редакционной стратегии газеты и курирует подготовку материалов для каждого выпуска. В большинстве небольших городских и местных изданий работают несколько человек, которые выполняют все редакционные задачи: пишут заметки, делают набор, макетируют страницы, организуют распечатку тиража, определяют адреса для рассылки и все остальное, что требуется для выпуска. Чаще всего редакционный состав ограничен, а в подготовку содержания газеты вовлечены внештатные работники.

На следующем уровне руководства региональных газет находятся редакторы отделов. Местные региональные новости составляют основу контента, поэтому редактор новостей занимается сбором и подготовкой этих материалов. В белорусской практике, например, редактор отдела городских новостей несет ответственность за освещение местных событий, организует и контролирует работу репортеров: распределяет задания между ними и оценивает качество их работы, принимает участие в творческом процессе. Подготовленные материалы отдаются в секретариат газеты. За рубежом в обязанности новостного редактора также входит поиск фактов, фотоиллюстраций, написание, редактирование материалов и т. д. Отличительной особенностью является подготовка конечного продукта. В западноевропейских газетах макетирование полосы происходит на уровне каждого отдела. Тематическая полоса «уходит в печать» полностью составленной и оформленной именно в отделе. Единственное, что может измениться по известным причинам (тавтология, смысловое несоответствие и пр.), – это заголовки статей, с которыми работает специалист, проверяющий весь номер в целом накануне выхода. В обязанности выпускающего редактора входит определение окончательного вари-

анта заголовков, когда он работает с полным текстом газетного номера. Это обстоятельство определяет оптимизацию работы редакции в целом.

Редакторы, как и репортеры, часто специализируются на какой-либо одной или нескольких темах, скажем, на вопросах социальной жизни, образования или политики. Чтобы подготовить материал на определенную тему, журналист должен быть информированным в различных областях знания. Репортеры, как правило, готовят материалы по своим темам, в которых разбираются достаточно глубоко и по которым имеют большое количество источников. Но в небольшой региональной газете приходится работать над темами более широкого диапазона, становиться репортерами широкого профиля.

Опыт свидетельствует, что первостепенное значение для такого специалиста имеет умение писать. Человек, обладающий способностями к журналистике, в состоянии собрать необходимый для статьи, иногда очень далекий от его интересов, специфичный материал. И наоборот, весьма сложно обучить журналистскому искусству специалиста, владеющего научным материалом, но не имеющего публицистических навыков. Поэтому для хорошего журналиста неперенным условием квалифицированности является опыт работы в качестве репортера широкого профиля, который он может получить в региональной или местной газете.

Занимающийся редактированием материала сотрудник редко переписывает его полностью. Чаще всего редактирование выполняет опытный репортер, умеющий быстро написать заметку или статью на основе материалов, получаемых им от авторов с места события. Такая методика применяется в целях ускорения подготовки материала или в случае, когда оригинал, полученный от внештатного автора, несовершенно, требует литературной обработки. На журналиста-редактора ложится ответственная миссия не только улучшить текст, но и не испортить его, особенно в части искажения фактов, когда за внешней красотью фразы теряется ее смысл.

В небольшой белорусской газете один человек вполне может исполнять обязанности редактора местных новостей и новостного редактора, распределять задания между репортерами, редактировать поступившие материалы, писать заголовки и готовить макеты полос.

Что касается зарубежных изданий, то распределение обязанностей по выпуску очередного номера происходит несколько иначе. При небольшом штате сотрудников в газете у каждого имеется свой «фронт» работы. Контентное содержание планируется по тематическим полосам, которые закреплены за определенными журналистами. Последние готовят материалы в зависимости от утвержденного объема и иллюстрируют информацию по своему усмотрению. Каждый материал имеет условный заголовок. Нередко в конечном варианте заголовки меняются кардинально, и журналист-автор не имеет к этому претензий. Однако конкретная информация по теме, ее иллюстрирование, макетирование остаются прерогативой журналиста, готовившего полосу. Такая персонификация работы повышает ответственность работника, заставляет его быть универсалом, который стремится совершенствовать конечный продукт, находить возможности для использования новых инструментов. Анализ работы региональных изданий Швеции – газет «Юсдаль постен» (г. Юсдаль), «Эстран», «Барометерн» (г. Кальмар), «Холандс ньюхетер» (г. Истад) и других [2] – подтверждает сделанный вывод.

Для получения информации региональные издания пользуются тремя основными источниками: материалами собственных сотрудников, публикациями информационных агентств, сообщениями внештатных корреспондентов о местных (городских) новостях. При изменении штата сотрудников печатного издания прослеживается прямо пропорциональная зависимость от использования источников информации. Уменьшение числа журналистов приводит к уменьшению разнообразия конечного продукта. Кроме того, местные многотиражные газеты оказываются в более затруднительном положении, поскольку

спектр получаемой информации масштабно ограничен. Можно сказать, что такие газеты пользуются в большей степени одним источником – местной информацией, получаемой от внештатных авторов. В газете минимизируется количество сотрудников, способных осуществить выпуск издания. Журналисты становятся универсалами по необходимости, в редакции остаются самые сильные и выносливые. В многотиражной газете это становится перманентным. Что касается негативной стороны, то зачастую небольшой штат редакции, искусственная универсальность, технические и финансовые трудности отражаются на качестве издания.

Это положение можно сравнить с экономическим кризисом, когда в некоторых странах газеты, чтобы сократить затраты, оптимизируют журналистские обязанности, сокращают работников, а некоторые газеты вообще закрываются. Здесь следует отметить, что специфика редакционной деятельности региональной печати сопряжена с социальным назначением этого вида средств массовой информации.

Для иллюстрации приведем примеры Федеративной Республики Германии последних лет, где кризисные явления отразились на местной прессе [1, с. 32]. Чтобы преодолеть кризис, немецкие издания заключают соглашения о сотрудничестве или сливаются. Самым шумевшим стало слияние газет – надрегиональной «Ди Вельт» и местной «Берлинер Morgenpost», принадлежащих издательскому дому Акселя Шпрингера. Теперь эти издания делает одна команда. Другие издательские дома отказываются от главной редакции или сокращают затраты за счет сотрудничества с другими концернами. Особенно остро этот процесс затронул информационный рынок Восточной Германии, где нередко сливаются даже конкурирующие местные издания. Ослабевшие газеты перекупаются более сильными игроками, что приводит к увеличению доли участия основных издательских домов страны.

Есть и другие способы преодоления кризиса. Во-первых, это выпуск дополнительных цветных журнальных приложений.

Так, издательский дом газеты «Франкфутер Альгемайне Цайтунг» [3] запустил новое приложение, посвященное стилю жизни, которое должно пробудить у читателя тягу к потреблению, привлечь рекламодателей. Во-вторых, наблюдается тенденция присоединения региональных вкладок к национальным изданиям. Еще один способ привлечь постоянных читателей – это практика внедрения бесплатной пробной подписки на фиксированный срок, т. е. использование известных маркетинговых приемов.

Все это говорит о том, что идет поиск путей нового существования и дальнейшего развития местной периодики во всех странах при любых экономических условиях. Во все времена люди хотят владеть новой информацией, несмотря на меняющиеся возможности. Однако если перед читателем встает вопрос выбора для подписки на периодическую прессу, то практика доказывает, что приоритетной остается местная в ущерб общенациональной. Здесь играет фактор многообразия медиа, представленный различными источниками – радио, телевидением, объектами новейших технологий. Важнейшая общенациональная информация в любом случае попадает к потребителю, а новости небольшого региона можно получить только через местную печать. Издателям следует учитывать эту особенность в осуществлении редакционной деятельности региональной прессы.

В силу особой специфики региональные газеты играют большую роль в развитии общественного мнения. Причем их деятельность не ограничивается начальными фазами – возникновением и формированием, а проникает в социальную среду. Местная печать имеет большее влияние на людей, которые осознают собственную причастность к обсуждаемым социально значимым темам, даже если это актуальные проблемы внутренней и внешней политики государства. Освещение локальных событий видится в этой связи не менее важным. Поэтому ошибочно мнение о том, что крупные национальные издания в силу масштабов распространения имеют большие возможности

как в поиске необходимой информации, так и в ее комментировании, нежели местные.

Общественное мнение в данном случае выступает как симбиоз общественного, группового и индивидуального сознания. В его формировании происходит столкновение различных суждений и мнений, где личный опыт, авторитетность отдельных персоналий на локальном уровне имеют большое значение. Интерес читателей возрастает и подогревается психологической мотивацией, что, в свою очередь, выступает доминантой в определении общественного мнения. Из этого следует, что региональные газеты могут прогнозировать эффективность влияния на мотивированную аудиторию и получают возможность корректировать свою деятельность.

Концептуальность и действенность малых форм печатной периодики обоснованно находятся в поле зрения исследователей журналистики. Анализ функционирования газет, распространяемых локально, рассматривается как точечное определение средств и методов работы журналистов, имеющих стратегическую цель – продуктивное развитие местных средств массовой информации. Отвечая на возникающие в новых условиях вопросы, связанные с региональной журналистикой, исследователи используют разнообразные методы, в том числе и разработку теории, основанную на богатейшей отечественной истории и практике. Зарубежный опыт функционирования региональной прессы также является предметом анализа и осмысления как пример продвижения данного сегмента средств массовой информации на медиарынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Капуцинский, Р. Империя: искусство репортажа / Р. Капуцинский; пер. с польск. – М.: Логос, 2010. – 320 с.
2. Материалы международного проекта «БГУ – Медианститут Fojo (Швеция)» за 2005-2011 гг.
3. Frankfurter Allgemeine Zeitung. Зарубежные СМИ. / Источник: http://meboom.iworker.ru/companies/?letter=F&sort_by=registration&sort_dir=desc&page=19.