«ЛЯХАВІЦКІ ВЕСНІК» – ГЭТА ТВОРЧЫ АСЯРОДАК

Інтэрв'ю з Маргарытай Кухта,
галоўным рэдактарам раённай газеты «Ляхавіцкі веснік»

– Што для Вас газета, у якой Вы працуеце?

– Лічу, што для мяне і маіх калег гэта магчымасць для творчасці, магчымасць данесці свае думкі, меркаванні, перакананні, ідэі да шырокай аўдыторыі.

Не сакрэт, што ў рэгіёнах раёнка – часцей за ўсё адзіны сродак, з якога атрымлівае мясцовую інфармацыю большасць насельніцтва. Такім чынам, гэта інструмент, дзякуючы якому журналісты дапамагаюць сваім падпісчыкам быць у курсе раённых, абласных, рэспубліканскіх (і не толькі) падзей.

Асабіста для мяне раённая газета «Ляхавіцкі веснік» – гэта творчы асяродак, які выхаваў мяне як журналіста, даў цікавую прастору для творчасці і развіцця, стаў пляцоўкай, дзе можна эксперыментаваць і самарэалізоўвацца.

– Як мяняецца раённая (абласная) газета ў лічбавую эпоху?

– Галоўнае, што яна мяняецца, імкнецца адказваць усім запытам часу. І ў плане дызайну, які з нумара ў нумар удасканальваецца, напаўняецца інфаграфікай; і адносна тэматычнага складніка, які становіцца больш арыентаваны на аналітыку, журналістыку меркаванняў і цікавых ідэй.

Сёння інтэрнэт-рэсурс і друкаванае выданне павінны працаваць адно на аднаго і ў выніку выдаць ідэальны медыяпрадукт. Для гэтага даводзіцца шукаць сродкі, якія б звязалі традыцыйны СМІ і інтэрнэт-рэсурс. Напрыклад, сёння ўвайшлі ў актыўнае выкарыстанне спецыяльныя сімвалы ў газеце, QR-коды і г. д.

– Якія праблемы ёсць? Што Вы можаце вырашыць самі, а ў чым патрабуецца дапамога дзяржавы (дзяржаўных органаў)?

– На жаль, адна з праблем раённых газет – падзенне тыражу. І ў вырашэнні гэтага пытання нашаму выданню (нават з улікам таго, што насычанасць на тысячу насельніцтва вельмі зайздросная – больш за 190) хацелася б больш разумення і падтрымкі з боку паштавікоў, аддзела ідэалагічнай работы, штатных ідэолагаў на прадпрыемствах і ў арганізацыях. На жаль, для іх пытанні падпіскі на раённае і іншыя выданні часта адыходзяць на апошні план. Мы шукаем і прапануем

новыя формы работы з насельніцтвам, калектывамі прадпрыемстваў і арганізацый і з гатоўнасцю адгукаемся на прапановы, ідэі чытачоў, падпісчыкаў, у тым ліку патэнцыяльных.

– Якім Вам уяўляецца будучае Вашай газеты?

– Упэўнена, традыцыйныя СМІ будуць заўсёды. Пытанне, як з цягам часу яны трансфармуюцца. Лічу, што рэгіянальнае выданне стане ў будучым унікальным СМІ на базе мясцовых матэрыялаў, у першую чаргу з аналітычнай афарбоўкай. І купляць або падпісваць выданне будуць тыя, хто хоча не толькі быць у курсе апошніх падзей, але і знайсці адказ ужо ў друкаваным выданні: якім чынам гэта адбылося, што стала перадумовай, што лічыць аўтар наконт гэтага. Нашай галоўнай мэтай стане магчымасць дапамагчы чытачу сфарміраваць сваё меркаванне на базе прачытанага, даць нагоду паразважаць.

«ПОДСТРАИВАЕМСЯ ПОД ТРЕБОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО МИРА»

Интервью с Маргаритой Кухта,
главным редактором районной газеты «Ляхавіцкі веснік»

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

– Безусловно, трудно. А легко быть не может и не должно. Современная газета давно перестала быть просто печатным изданием, сегодня это мини-медиацентр, который объединяет традиционное издание и интернет-версию, а также аккаунты и группы в социальных сетях и мессенджерах. Поэтому каждый день редактора состоит из огромного количества задач, направленных на то, чтобы аудитория оперативно, достоверно получала информацию по разным каналам. А они, в свою очередь, учитывая интересы пользователей, должны быть уникальными и интересными.

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

– Печатное издание должно работать на увеличение пользователей в социальных сетях и посетителей на сайте, а интернет-ресурс должен