

О РАБОТЕ РАЙОННОЙ ГАЗЕТЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ И ПЕРСПЕКТИВАХ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ В КОНВЕРГЕНТНОЕ СМИ

*Томара Рудак, главный редактор гродненской
районной газеты «Перспектива»*

Будущее СМИ зависит от их конвергентности. Именно поэтому необходимо продолжать развитие мультимедийной составляющей изданий. Задача редакций – обеспечить постепенную трансформацию традиционных печатных изданий в конвергентные. Сегодня средствам массовой информации необходимо бороться за сохранение и рост читательской аудитории. Что делается по реализации этих целей газетой «Перспектива»?

Сегодня у нашей газеты довольно приятное лицо. Она заметно выделяется на медийном поле республики. И все потому, что постоянно находится в творческом поиске. Как в плане своей привлекательности, так и по наполняемости. Ориентиром в этом служат зарубежные издания. В частности, поучителен шведский опыт, а также немецкий. Не скажу, что мы стараемся копировать те или иные бренды, но берем их за основу. Порой, может, не совсем удачно, но мы не стоим на месте. Не так давно я была на курсах в БГУ, где получила возможность с помощью специалистов взглянуть на издание глазами своих коллег, отметить положительные стороны и обратить внимание на те проблемы, которые требуют решения. Главную проблему в нашей деятельности можно было бы определить как экономическую. Она самым непосредственным образом связана с проблемой востребованности издания и его популярности. В прошлом году газета имела 264,6 тыс. рублей от подписки и 196 тыс. рублей от рекламы. Прочие доходы составили 6,7 тыс. руб. В этом году планируется получить 280 тыс. рублей от подписки и 300 тыс. рублей от рекламы. Увеличение доходов в этом году планируется в сумме 38,3 тыс. рублей. Не так уже и много. Не секрет, что многие рекламодатели Гродненского района предпочитают размещать свою рекламу в городских газетах. Да и такие небедные организации, и как «А1», «МТС», банки, салоны красоты, гипермаркеты, наши предложения о сотрудничестве откладывают в долгий ящик. А вот с другими сельскими регионами они охотно идут на контакт. Потому мы решились на такой ответственный шаг, как регистрация газеты в газете «ПРОГОРОД». Боюсь строить планы, но в прошлом году доходы от рекламной газеты составили около

20 тыс. рублей. Окупаемость – 110 %. Реклама – это живые деньги в кошельке редакции. Но добыть их очень сложно. Потому приходится держать в штате три единицы рекламных редакторов, которые, словно шахтеры руду, ежедневно «добывают» потенциальных рекламодателей.

Теперь о тиражной политике. Практика показывает: ошибки в определении оптимального тиража чреваты серьезными неприятностями. С низким тиражом мало надежды получить выгодную рекламу: для рекламодателей тираж издания – один из самых главных аргументов. Немногим лучше завышенный тираж. При его росте приходится закупать больше бумаги и оплачивать ее хранение. Растет оплата и типографских услуг, и распространения. Взвесив все «за» и «против», наши экономисты пришли к выводу, что оптимальный тираж «Перспективы» должен быть не менее 6 тыс. экземпляров, тогда экономия затрат на содержание издания составит 25 %, то есть типографские услуги настолько будут дешевле. Реально ли его иметь? Да, и еще раз ДА!! На территории только нашего района проживает около 50 тыс. населения (по данным последних статистических сведений), из которого более 22 тыс. – трудоспособного возраста. По наполняемости наша газета ничуть не уступает другим, вполне презентабельна, разве что тематика публикаций несколько смущает гродненского читателя и рекламодателя. Но тот, кто ищет, всегда найдет выход. Отсюда и рождение газеты «ПРОГОРОД». При ее объеме 16 полос в месяц мы получили, как я уже говорила, прибыль. Выпущено 58 номеров. Газету уже знают в городе, и рекламодатели потихоньку начинают активизироваться. Рассматриваем мы и еще один вариант – развитие коммерческой деятельности. Планируем взяться за изготовление оригинал-макетов буклетов для предприятий и организаций, другой информационно-справочной продукции. В этом плане поучителен опыт соседей из Бреста и Гомеля. К слову, они поделились с нами наработками. Пока нас сдерживает отсутствие материальной базы, хотя если победит проект по линии трансграничного сотрудничества Литва-Латвия-Беларусь, над которым работает отдел культуры совместно с редакцией, то есть надежда на осуществление планов.

Пару слов о распространении газеты. Хотя по-прежнему газета доставляется в почтовые ящики, время диктует новые правила: она должна быть на столе к утреннему кофе. Однако продавцы киосков «Белсоюзпечать» не особо стремятся продвинуть районное издание на городском рынке. И мы несем убытки от непроданных экземпляров. Хотя сознательно идем на это: рекламодатель-то у нас городской. И если он не найдет в продаже газету, не станет у нас размещать рекламу. Для при-

влечения интереса населения к газете коллектив редакции в начале подписных кампаний проводит Дни подписчика в трудовых коллективах и по месту жительства. Организуются конкурсы как среди читателей, так и среди отделений связи, почтальонов.

Важным условием реализации государственно-информационной политики является постоянная работа по повышению идейно-содержательного уровня издания. Происходит постоянное обновление рубрик, актуализация тематики в соответствии с требованиями времени. До сведения читателей всегда доводится актуальная информация республиканского уровня. В то же время в газете недостаточно выступлений руководящих работников органов власти по актуальным вопросам. Маловато аналитических материалов по важным проблемам социально-экономической и общественно-политической жизни района. В публикациях нередко преобладает констатация фактов без конкретного анализа состояния работы субъектов хозяйствования. Значительное место в газете занимают публикации о состоянии дел в трудовых коллективах, выполнении ими прогнозных показателей. Пропагандируются положительные тенденции в социально-экономическом развитии организаций, предприятий. Хорошо налажена обратная связь с читателем. И не только в газете, но и на сайте. На страницах газеты нашли «прописку» более 50 рубрик. Ежемесячно выпускаются тематические страницы «Подъем», «Человек и закон», «Здоровье», «Экология», «Перекресток», «Крутящий момент», «События и факты», «Панорама», «СредаТочия» и другие. Большое внимание уделяется военно-патриотической тематике. Готовятся тематические выпуски, приуроченные к важным датам в жизни республики. К примеру, к 75-летию освобождения Беларуси – открыты рубрики «Живи и помни», «Точка на карте», «Память».

Особое внимание уделяется пропаганде государственной политики по поддержке молодежи, вопросам участия молодых людей в общественной, экономической и политической жизни района. Раз в месяц выходит тематическая страница «Перекресток». Вопросы воспитания, обучения детей, работа учреждений дошкольного и общего среднего, дополнительного образования освещаются в выпусках тематической полосы «Образовательный портал». Широко представлены в газете темы морали и нравственности, работа правоохранительных органов. С целью профилактики заболеваний всесторонне освещается работа здравоохранения.

На страницах издания налажен диалог читателя и газеты. Периодически проводятся опросы населения с опубликованием в прессе ответов

на проблемные вопросы. В редакции работает «горячая линия». Все обращения анализируются, принимаются конкретные меры реагирования. Все руководители организаций своевременно реагируют на критические выступления. Большинство руководителей достаточно активно сотрудничают с газетой.

Восемь лет назад появился сайт учреждения. Он несколько раз претерпевал изменения. И вот в конце прошлого года появилась четвертая его версия. А вместе с ней возросла и посещаемость. Ежедневно до 2 тыс. читателей там находят интересную для себя публикацию. Работа сайта организована так, что с него легко перейти на сайты отделов райисполкома, вышестоящих организаций и предприятий. События в стране, регионе, мнения, конкурсы, реклама – далеко не полный список тех проектов и рубрик, которые размещены на нем. И самое отрадное, что практически все пользуются популярностью. Самый высокий рейтинг у рубрики «На контроле у председателя». Оно и понятно: людям хочется знать, какие планы ставит власть, как они выполняются. К чести газеты, ее электронные версии стали разлетаться, как горячие пирожки. Кроме того, наша информация имеет привлекательность и востребована многочисленными сайтами других изданий. Мы интегрированы во всех соцсетях. Наиболее популярна информация «Перспективы» в социальных сетях – «Одноклассники», «ВКонтакте» и «Инстаграм». Это если говорить о количестве подписчиков и вовлеченности их. Это значит, что они комментируют, ставят лайки и делятся мнениями. Однако не только это должно радовать нас. Мы должны заботиться о монетизации сайта. И первые шаги в этом направлении уже сделаны. За пару месяцев получено 100 тыс. рублей.

Периодичность выхода и объемы вещания радиопередач обеспечивались согласно плану – 5 раз в неделю по проводной сети и 66,98 УКВ. В программах радиовещания освещаются, в основном, события, происходящие в регионе. Однако популярность радио сегодня небольшая. Потому назрела необходимость в том, чтобы открыть вместо него свое «РайТВ». Сейчас решается вопрос его регистрации, заканчивается ремонт студии и начнется установка оборудования. Три раза в неделю по 40 минут будут идти передачи на канале «Zala». Подобраны кадры, определена тематика. И есть надежда на то, что, спустя пару недель, максимум – месяц, нас можно будет увидеть в эфире, а вместе с этим на «YouTube».

А теперь о проблемах. К сожалению, в работе коллектива редакции не все так обстоит радужно. Есть много подводных камней, кото-

рые сбивают рабочий ритм. Это, в первую очередь, отсутствие опыта у кадров, трудовой стаж которых в среднем составляет 4 года. Нехватка специалистов по рекламе. Невысокая зарплата не стимулирует желание молодежи приходить на работу в редакцию. Сегодня все хотят, по меньшей мере, 600–700 рублей. Причем сразу со студенческой скамьи. Однако ставки, которые утверждены Министерством труда, не позволяют прыгнуть выше крыши. А ждать пять лет никто не желает. (К сведению: средняя зарплата по редакции в прошлом году составила 721,50).

Возможно, если бы был такой стимул, как место в общежитии, не говоря уже о квартире, можно было бы чем-то заманить специалистов. Но этого мы тоже не можем предложить. Сегодня четверо работников газеты нуждаются в жилье, ютятся на съемных квартирах, а я со страхом думаю о том, чтобы они не стали искать себе место «потеплее», как это сделала одна из талантливых журналистов Ника Кожух, перебравшись в Минск. Обидно, когда ты вкладываешь силы в работника, а он бежит в поисках лучшей доли. Надеюсь на то, что ситуация изменится в лучшую сторону.

«ГАЗЕТА МЕНЯЕТСЯ, МЕНЯЕМСЯ И МЫ»

*Интервью с Ольгой Селезнёвой,
главным редактором газеты «Гомельские ведомости»*

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

— Главредом быть круто! Потому что, работая в этой должности, получаешь массу полезных навыков и шлифуешь важные качества характера, которые в тебе заложены: организованность, терпение, умение слушать и слышать, обязательно — тактичность. Это и удовлетворение от того, что ты можешь регулировать информационные потоки в своем регионе или городе, влиять на формирование мнения у людей на то или иное событие. Вокруг главного редактора всегда очень насыщенное информационное поле. Быть в курсе происходящего, стать частью события и, в конце концов, истории, быть сопричастным — это здорово!

Главный редактор — это человек, который может проверить свои силы и реализовать себя во всех сферах деятельности редакции. Сделать ярким и насыщенным номер газеты, организовать работу на сайте издания так, чтобы он стал местным «Гуглом», обеспечить хозяйствен-