

Праўда, нашу інфармацыю з сайта неаднаразова выкарыстоўвалі іншыя СМІ, у прыватнасці рэспубліканскія, прычым дадаючы дэструктыўныя каментарыі. Гэта вельмі небяспечна для нашай рэпутацыі.

Мы працуем вельмі шмат. Падчас за дзень неабходна напісаць матэрыялы на 3-4, а то і 5-6 тэмах, пры гэтым не зрабіўшы памылак, якія могуць сабе дазволіць рэспубліканскія СМІ. Як, напрыклад, аднойчы на адным з цэнтральных каналаў прагучала: «Газ, нарэшце, прыйшоў на Палессе, у Докшыцкі раён».

## **КУЛЬТУРНЫЙ ОБРАЗ РЕГИОНАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ В ЭПОХУ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВЫЗОВОВ**

*Инна Кандаурова, главный редактор  
районной газеты «Навіны Старадарожчыны»*

Создавая культурный образ издания, мы исходим из того, что маленькие редакции в регионах сегодня решают масштабные политические и общественные задачи. Региональная пресса по степени влияния на общественное сознание не уступает республиканской, а в чем-то и превосходит ее. Каждый год 19-тысячное население нашего небольшого района уменьшается на 300 и более человек, а тираж районной газеты «Навіны Старадарожчыны» остается на прежнем уровне при 2 % процентах списания. И это при том, что идет цифровая трансформация, развивается интернет-версия и активизируется работа в социальных сетях. Стоит учитывать и такой фактор, что при проведении подписной кампании административный ресурс в районе не применяется. Наше издание занимает 3 место в области по насыщенности экземплярами на 1000 человек. Это означает, что читательская аудитория не только не уменьшается, но и увеличивается за счет среднего и молодого поколения.

Как правильно распорядиться этими активами для реализации своих задач в эпоху современных вызовов? Любая газета – это прежде всего разумный баланс между «твердыми» и «мягкими» новостями. Выдержать этот баланс из номера в номер помогают практический опыт и интуиция. Новости политического характера дополняются темами житейского плана, которые будут наиболее близки жителям региона. Например, если публикуем рецепт – то от жителя своего района с проекцией на наши традиции; для рубрики «Чудо природы» находим то,

что встречается в наших местах, например, супер-картофелина или необычный гриб. Мы много экспериментировали в этом плане. Неожиданно востребованными у читателя оказались такие материалы последних страниц, как древний жанр притчи, как тексты старых песен, белорусских народных и советских. Подобные темы помогают реализовать идеологическую составляющую опосредованно, тонко и результативно дополняют главное. Нельзя недооценивать роль такого точечного воздействия. Как говорится, от слова «халва» во рту сладко не станет, но ведь этот эффект можно создать или усилить при помощи профессиональных средств и приемов.

Центральный блок материалов – это публикации о деятельности руководства страны, области, района. Мы освещаем эту тематику чаще всего в проекции на ситуацию в районе. Иногда подчеркиваем эту тематическую связку с помощью рубрик («Президент сказал – в районе сделано», «Проекция на практику», «Ракурс»), иногда – с помощью визуальных элементов. Например, если тема недели – «Содружеству Независимых Государств – 20 лет», то мы дополняем материал БЕЛТА авторской колонкой «Строим вместе», а если Глава государства отмечает, что Беларусь – главный торговый партнер Нижегородчины, то этот тезис также комментируем вполне компетентно, что помогает сделать плодотворная работа сообщества журналистов и блогеров России и Беларуси «Друзья-Сябры». При сообществе есть замечательная школа журналистики «Мастерская Бай-Ру». Переподготовку там прошли все корреспонденты нашей газеты, а журналист Виктория Игнатчик за свои успехи даже получила право на стажировку в Москве. Многие аналитические тексты появились благодаря этому творческому содружеству. Аналитическая журналистика – это вообще штучный товар, а для районной газеты тем более. Но наши молодые корреспонденты пробуют силы в остросоциальной и политической аналитике. Я как редактор очень поощряю их именно в этом виде журналистики, даже если не всегда получается все блестяще. Главное – конструктивность идей, взвешенность оценок, авторский подход и комфортный для читателя формат. Взгляды журналиста-районщика и жителя района очень часто совпадают. Нередко это вообще тот единственный аналитический материал в периодической печати, который прочитывается и воспринимается жителями региона. Так бывает, что аналитическая журналистика республиканских СМИ в основном своем объеме находится в отрыве от массового читателя как по темам, так и по формату. Роль районной прессы в том, чтобы

рассказать своему читателю, помочь ему разобраться в непростых социально значимых проблемах, трудно переоценить.

Информирование о работе местной власти – это традиционно заметки с рабочих совещаний и проводимых мероприятий, комментарии представителей этой власти, актуальные интервью, репортажи. Здесь все жанры хороши, кроме отчета, который мы принципиально не используем. Наши главные правила: максимальная простота, сжатость и живость изложения. Одна из постоянных наших рубрик «Обращение на контроле власти» – очень простая, но результативная. Это информационная серия, где публикуются итоги рассмотрения райисполкомом обращений граждан и о принятии мер по принципу «было – стало». Речь может идти о благоустройстве улиц, об удалении аварийно опасных насаждений, о введении нового автобусного маршрута, о том, что в деревне отремонтирована линия электропередач. По клиповому подобию организованная лента новостей представляет панораму работы власти и, если брать шире, – эффективности социальной политики. Подобные мозаичные формы действительно работают при освещении вопросов социально-экономического развития региона, которые не являются наиболее выигрышными. Лучше такие темы преподносить по такой схеме: картинка, цифра, факт, комментарий. Кстати, лаконичность таких форм не делает их легкими для исполнения, скорее наоборот. Активное и широкое сотрудничество с местной властью – тоже очень выигрышная позиция. Право на такое сотрудничество надо заслужить. Нельзя требовать безоголванного доверия со стороны учредителя, не заслужив его прежде самому и не проявив свое умение строить диалог с властью. Здесь с обеих сторон все зависит от субъективного фактора. Например, в нашем районе новый молодой председатель районного Совета депутатов начал проводить все сессии не в зале заседаний, заслушивая доклады, а с выездом на места – на предприятия, в деревни, проблемные точки. Вместе с новыми формами работы власти появились и другие журналистские подходы: стали больше публиковать репортажей, живых, эмоциональных. Такие тексты более охотно прочитываются, на них более живая реакция, а попутно журналисты могут открыть много других тем.

Степень читабельности усиливается от разумной доли критики. Под разумностью стоит понимать конструктивность. Мы часто слышим напутствия в свой адрес: «Больше, больше критики!». А может ли и должно ли ее быть много при нынешней, достаточно высокой планке качества материалов в целом и критических, в частности? Думаю, нет. Ведь,

поднимая проблему, журналист должен рассмотреть ее в деталях и предложить путь решения. Это важные вопросы, и подходить к их решению нужно ответственно. Например, есть справедливые претензии наших читателей к качеству хлеба, производимого местным заводом. Проблема усугубляется тем, что власть планирует закрыть предприятие, что сразу же стало не очень приятной новостью для маленького города. Тема для критики, безусловно, имеется. Невозможно публиковать подобные материалы без тщательной проработки вопроса. Результатом может быть нанесение ущерба имиджу власти. Будучи членом райисполкома, знаю все доводы администрации по этому вопросу. Как депутат прошу провести заседание президиума с выездом на предприятие, с привлечением представителей руководства отрасли. Дополнительно привлекаю к обсуждению темы экспертов. На выходе имеем материал, где подробно и понятно разъясняется, почему сложилась острая ситуация, почему единственный выход – закрытие завода (с конкретными фактами и цифровыми выкладками), почему модернизацию проводить нерационально, как будет теперь решаться вопрос обеспечения населения качественным продуктом, куда пойдут после сокращения люди. Думаю, это был правильный подход в решении такой непростой проблемы. Сколько таких материалов могут подготовить корреспонденты районки в неделю или в месяц и нужны ли иные – хлесткие, реактивные, без аналитической составляющей? На популярность издания работает не только критика негативных явлений. Надо учитывать и то, что человек инстинктивно тянется к позитиву. Формируя контент номера, всегда выстраиваем позитивный, эмоциональный контекст. Считаю это очень важным, едва ли не главным. Все мы знаем базовые приемы позитивного копирайтинга, но думаю, что он работает, только когда сам журналист реально позитивен.

Доверие читателей усиливает постоянный диалог. Жители нашего района привыкли делиться на страницах газеты своими мнениями о проблемах не только в стране и в районе, но и в мире. Почти в каждом номере публикуются опросы читателей в рубриках «Что нас волнует?», «Народный корреспондент», «Блиц-опрос». «Слово – людям», «Есть мнение». Достоинство этих простых форм в том, что они максимально близки к условиям непосредственной коммуникации. Темы бывают самые разные, от «Идем на выборы?» до участия в крещенских купаниях. Укрепляют дружбу и доверие с жителями района конкурсы, обязательно с призовым фондом. Лучше чередовать «твердые» новости на актуаль-

ные политические темы с темами бытовыми, легкими (у нас, например, после конкурсов профессионалов «Ты лучший» и «Моя династия» шли соревнования на лучшую новогоднюю частушку, на лучшее признание в любви ко дню святого Валентина). Подписка на газету тоже всегда проходит с вручением маленьких подарков «со смыслом». Жители регионов – это хозяева на своей земле, труженики, созидатели. Зимой мы проводим подписную акцию «Урожай в подарок» (дарим читателям семена сортовых культур), летом – «Вкусная баночка» (дарим закаточные крышки для консервирования).

Редакция не только участвует во всех общественных и благотворительных акциях, но и нередко берет на себя координирующую роль. Мы успешно проводили сбор средств на лечение тяжело больных детей, вели информационное сопровождение и помогали в возведении православного храма методом народной стройки, в акциях по озеленению района, в народных субботниках. Этот термин «народный» в отношении общепольных дел ввели в обиход района журналисты нашей районной газеты.

Формирование культурного образа издания – процесс нелегкий, включающий многие составляющие: темы, жанры, диалог с властью, читателями, визуальный образ, соответствие читательским ожиданиям и многое другое. Некоторые аспекты этой темы были обозначены, о многом стоит говорить отдельно. Культурный образ – это учитывание человеческой составляющей, без которой газета нежизнеспособна.

## **«ИНТЕРЕСНЫЙ КОНТЕНТ СОХРАНИТ ИНТЕРЕС ЧИТАТЕЛЕЙ»**

*Интервью с Эльмирой Карповой,  
заведующей отделом социальных проблем  
хотимской районной газеты «Шлях Кастрычніка»*

– Как вы оцениваете состояние региональных СМИ?

– К сожалению, у региональных СМИ узкая специфика и маленькое количество потенциальных подписчиков в отличие от республиканских. Но это не делает их ограниченными и ущемленными. В любом регионе можно развиваться. Основной плюс районных СМИ – отсутствие конкуренции в рекламном поле, что позволяет больше зарабатывать на рекламе. Но для этого необходимо активизировать работу в этом направлении.