

«КРАЙ СМАЛЯВІЦКІ» – НОВАЯ МОДЕЛЬ РАЙОННОЙ ГАЗЕТЫ

Д. П. Синявский

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
siniavsky@yandex.ru*

В публикации описывается новая модель районной газеты, разработанная и внедренная летом 2023 года.

Ключевые слова: медиахолдинг; районная газета; архитекtonика; моделирование издания; медиаконцепция.

«THE SMALYAVITSKI REGION» AS A NEW MODEL OF A REGIONAL NEWSPAPER

D. P. Siniauski

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: D. P. Siniauski (iniavsky@yandex.ru)*

The publication describes a new model of the district newspaper, developed and implemented in the summer of 2023.

Key words: media holding; district newspaper; architectonics; publication modeling; media concept.

В условиях цифровизации медиапространства популярность газет падает, но не так быстро, как ожидалось. Из опубликованного 10 августа 2023 г. отчета PwC Global Entertainment and Media Outlook, посвященного оценке мирового рынка печати, следует, что печатные версии газет и журналов дают редакциям порядка 80 % дохода. По прогнозам, к 2026 году этот показатель снизится всего на 5–6 % [1]. По нашим оценкам и комментариям главных редакторов районных газет, в Республике Беларусь доля дохода редакций от печатных версий еще выше. Этот фактор говорит не только о необходимости активнее работать в интернете,

чтобы увеличить долю присутствия и дохода, но и об исключительной важности дальнейшего развития печатных версий газет.

Опираясь на многолетнюю исследовательскую и практическую работу с региональными газетами Беларуси, можем утверждать, что за последние 5 лет есть прогресс в их развитии. В производство внедрены технологии, разработанные и обобщенные в исследованиях факультета журналистики БГУ по заказу Министерства информации. Однако отмечается и некоторая инертность редакционных коллективов, нежелание журналистов работать интенсивнее, переходить на сложные аналитические жанры, придумывать яркие и структурированные заголовочные комплексы, качественно иллюстрировать публикации. В районных газетах часто встречаются материалы на целую полосу, но это не аналитика, а отчеты либо интервью. Заметно, что многие журналисты продолжают заниматься «строчкогонством». Проще отработать одно событие на целую полосу, чем делать того же объема аналитику или заполнять страницу несколькими материалами, которые надо отдельно подготовить, озаглавить, проиллюстрировать и сделать комментарии к фотографиям.

По оценкам главного управления идеологической работы и по делам молодежи Миноблисполкома, газета «Край Смалявіцкі» по ряду критериев была одной из отстающих в Минской области. Это положение не соответствовало статусу динамично растущего Смолевичского района, насчитывающего более 54 тыс. жителей с райцентром – городом-спутником Минска. Для придания редакции газеты нового импульса развития Миноблисполком летом 2023 года принял решение о ее присоединении к информационному агентству «Минская правда», в составе которого уже были газеты Минского, Дзержинского и Узденского районов. Генеральный директор информагентства Лариса Коршун поставила задачу сделать «Край Смалявіцкі» самой современной газетой, соответствующей запросам аудитории, чтобы в дальнейшем трансформировать по этому образцу и остальные районные газеты агентства. В процессе обсуждения мы пришли к выводу, что в Беларуси и зарубежье приемлемых образцов таких газет нет. Отмечается определенный спад в креативе газет стран Западной Европы и Америки, а в нашей стране редкие издания достигли их уровня. Кроме того, районные газеты пошли по пути сокращения периодичности и полосности, что оставляет еще меньше пространства для творческого маневра. Поэтому нами была разработана новая модель районной газеты на основе технологий и практических работ в этой сфере.

Опыт работы с районными и областными газетами позволяет делать вывод о том, что для охвата аудитории и сохранения популярности областным газетам необходимо стремиться шире освещать республиканскую и международную повестку, публиковать аналитику. Районные газеты, напротив, должны быть как можно ближе к людям, их жизни и проблемам, охватывать все населенные пункты района, а не только райцентр или райисполком. Эта идея и легла в основу медиаконцепции.

Для достижения такого охвата необходимо было увеличить количество материалов в номере, отслеживать упоминаемость людей и населенных пунктов. Полосность еженедельника увеличили с 20 до 24, причем все полосы печатаются в полноцветном исполнении. Была полностью изменена модель номера газеты. Общепринятый подход рубрикации по темам был заменен на рубрикацию по локациям. Людям сейчас интересны новости, которые происходят рядом, а герои публикаций – они сами или их соседи. Девиз издания – «Газета пра сваіх». На каждый сельсовет района выделено по одной полосе, в полосную рубрику вынесено название сельсовета и перечислены все населенные пункты. Рубрики материалов на странице – названия населенных пунктов сельсовета, о которых идет речь в публикациях. В колонти-туле подсвечены белой вывороткой упомянутые населенные пункты, остальные остаются серыми. В следующем номере журналисты уже стараются охватить другие деревни и агрогородки сельсовета, чтобы в течение месяца был упомянут каждый населенный пункт. Новости райцентра занимают 2–3 страницы, там рубриками являются названия улиц, на которых происходят события. Сельсоветы и город Смолеви-чи поделены между журналистами редакции, у каждого есть четкая задача по наполнению соответствующих полос. На каждой странице должно быть не менее 5 материалов с фотографиями, с учетом иллюстрирования становится около 3–4 тыс. знаков текста. Поэтому писать приходится кратко, емко и без повторов, съемка фото осуществляется авторами материалов. Поскольку материалы короткие, нет необходимости делать в них врезки. Медiateкст и так разбит на приемлемые для быстрого восприятия отрезки.

Увеличение объема газеты до 24 полос было связано с ее новой структурой. Необходимо было сделать первую полосу в таблоидном стиле (такие газеты лучше продаются), выделить страницу для политических новостей и аналитики, вместить республиканские социальные новости, сделать полосы райцентра и сельсоветов, напечатать программу теле-

видения, советы, развлечения и рекламу. В каждом номере структура должна сохраняться, чтобы читатель получал ожидаемое качество издания.

Структура номера газеты «Край Смалявіцкі» по полосам:

1 – Полоса таблоидного типа, содержащая 4–7 анонсов публикаций номера. За 4 выпуска должны быть охвачены райцентр и все сельсоветы района. Кроме этого, над логотипом перечислены названия всех населенных пунктов района, где есть учреждение образования, так как они являются центрами местной жизни и новостей.

2 – «Палітыка». Подборка новостей с телеграм-канала «Пул Первого» и аналитический материал по актуальной теме.

3 – «Грамадства». Социальные новости республиканского масштаба (зарплаты, пенсии, образование, здравоохранение, культура и др.).

4 – «Інтэрв'ю з нашым чалавекам». Разговор с местным деятелем, слова и дела которого имеют значение для широкой аудитории района. Это может быть как руководитель, так и любой другой успешный и интересный человек.

5 – «Кропка на карце раёна». Задача этой рубрики подробно рассказать об истории и настоящем каждого населенного пункта района, а также известных мест. Такая информация в дальнейшем аккумулируется на сайте, что повышает его посещаемость по низкочастотным запросам.

6–7 – «Смалявіцкія навіны». Новости райцентра.

8 – «Драчкаўскія навіны». Новости Драчковского сельсовета.

9–10 – «Сядзі і глядзі». Программа ТВ. Программу телевидения читатели привыкли получать так, чтобы она была напечатана на одной извлекаемой из газеты тетрадке. Но центральный разворот мы решили ею не занимать.

11 – «Жодзінскія навіны». Как известно, город Жодино областного подчинения, он не является райцентром. А пригород – Жодинский сельсовет – входит в состав Смолевичского района.

12 – «Забалацкія навіны».

13 – «Зеленаборскія навіны», «Велікакаменскія навіны». Новости Зеленоборского сельсовета и индустриального парка «Великий камень».

14 – «Курганскія навіны».

15–16 – «Сядзі і глядзі». Продолжение программы ТВ и анекдоты.

17 – «Пекалінскія навіны».

18 – «Пліскія навіны».

19 – «Слабадскія навіны».

20 – «Усяжскія навіны».

21 – «Забавы і агародніцтва». Гороскоп, календарь, рецепты, советы, тосты.

22–23 – Реклама.

24 – Реклама и прогноз погоды на неделю.

В каждый номер вмещается 70–80 публикаций, тогда как ранее было 30–40. Объем работы журналистов значительно увеличился, но за счет проработанной архитектуры, четких задач, методических рекомендаций и понятной схемы работы они справляются. Как отмечает главный редактор газеты Наталья Антоненко, их вдохновляют хорошие отзывы читателей и руководства района. Информация добывается как через поездки по району, так и при помощи сети созданных сообществ в Вайбере по сельсоветам, телеграм-каналам, группам в социальных сетях. Необходимость насыщения газеты контентом согласно внедренной концепции заставляет редакцию ритмично работать, расширять тематику и географию публикаций, больше взаимодействовать с жителями района по всем каналам, увеличивая популярность газеты и влияние на общественное мнение при помощи всех медиаресурсов редакции.

Бібліографічні посилання

1. Mapping the world of print // fipp.com. 2023. 10 Aug. [Electronic resource]. URL: <https://www.fipp.com/news/mapping-the-world-of-print/#> (data of access: 11.09.2023).