

С о ю з ж у р н а л и с т о в Р о с с и и

# Журналистика

медиарынок





## ЛУЧШИЕ ГАЗЕТЫ РОССИИ

Августовский номер нашего журнала полностью посвящен итогам конкурса «10 лучших газет России-2016». Время проведения конкурса несколько затянулось, в прошлом году итоги были подведены в мае. Мы решили сместить сроки, с тем, чтобы назвать победителей и обсудить то, чем сегодня живет пресса России, в возможно большей аудитории.

Традиционно таким форумом становится фестиваль «Вся Россия», который Союз журналистов России проводит в сентябре в Дагомысе. В этом году для награждения победителей мы воспользовались любезным приглашением воронежских коллег на Всероссийский и региональный медиафорум, за что выражаем им огромную благодарность. А разбирать «по косточкам» газеты победителей и дипломантов будем в Дагомысе.

**Большое спасибо нашим экспертам,** перелопатившим гигантский массив материалов. На конкурс прислано 102 заявки из 41 региона, представляющие все Федеральные округа РФ. Самой активной стала Воронежская область. По сравнению с прошлым годом число участников практически не изменилось, а их состав обновился наполовину (52 новых участника).

**Эксперты оценивали издания** по сумме отдельных показателей: контент, обратная связь, дизайн, работа в интернете и социальные проекты. Учитывались также экономика и участие в развитии отрасли. Если проинтегралить, получится: качество издания плюс его значимость для местного и

профессионального сообществ.

Среди лидеров — конкуренция нешуточная. Члены Экспертного совета при обсуждении сетовали: хорошо бы не 10 лучших, а дюжину, еще лучше 15.

**Эксперты в обзорах** порой демонстрируют интерес к одним и тем же полосам, одним и тем же находкам, одним и тем же проектам. Мы намеренно не стали это править. Если вашу газету похвалили разные люди, изучавшие ее в автономном режиме, значит, вы на верном пути.

**С каждым годом мы все точнее** воплощаем главную идею конкурса — обзор актуального опыта российских изданий по созданию и распространению общественно значимого контента. В этот раз мы усилили внимание к экономике редакций и надеемся, что в будущем продолжим этот крен.

**Некоторая избыточность** наблюдается в отношении спецпроектов, но, наверное, сегодня это отражает текущую ситуацию. Все бросились с головой в проектную деятельность, справедливо увидев именно в ней, а не в инфографике и других модных фишках, реальный фактор конкурентоспособности с новыми медиа.

**Большое спасибо** всем нашим старым и новым друзьям, щедро поделившимся опытом! Надеемся на новую встречу в конкурсе «10 лучших газет России-2017»!

### «ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИАРЫНОК»

Учредитель журнала —  
Союз журналистов России

Журнал зарегистрирован Министерством Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций 15 января 2003 г.  
Рег. ПИ № 77-14531

#### РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

В. Богданов (председатель), Т. Александрова,  
А. Копейка, О. Куприн, Л. Левин,  
Д. Муратов, М. Ненашев, М. Федотов

**РЕДАКЦИЯ:** В. Л. Касютин, главный редактор;

М. Вяткин, зам. главного редактора;  
Т. Чулкова, компьютерная верстка

Первая обложка: Андрей Попов

Адрес редакции и издателя: 119021,  
Москва, Зубовский бульвар, д. 4,  
Союз журналистов России,  
«Журналистика и медиарынок»

Телефон/факс:

(495) 637-50-78

[www.jourmedia.ru](http://www.jourmedia.ru)

E-mail:

[jurmedia@inbox.ru](mailto:jurmedia@inbox.ru)

Подписка на журнал «Журналистика и медиарынок» оформляется только через редакцию журнала (Союз журналистов России).

Подробности на обложке.

Журнал отпечатан  
ООО «ТДДС-Столица-8»  
111024, Москва,  
шоссе Энтузиастов,  
д. 11а, корп. 1

Заказ П8479

Номер подписан  
в печать 25.08.2017 г.

Формат 60\*90/8.

Бумага  
мелованная.

Гарнитура-Футурис.

Печать  
офсетная.

Объем

12 п. л.

Тираж

1000 экз.



19



56



94

п е р е д о в и ц а

1 Лучшие газеты России

**н а ш к о н к у р с**

10 лучших газет России-2016

3 Экспертный совет конкурса  
«10 лучших газет России-2016»

4 Итоги конкурса «10 лучших газет России-2016»

10 **Владимир КАСЮТИН** Мама, что мы будем делать

19 **Александр КОЛЕСНИЧЕНКО** На лицо — красивые,  
а внутри...

24 **Мария БАЗУНОВА** «Шоу должно продолжаться»,  
или Как удержать читателя

33 **Наталья СКВОРЦОВА** Моя газета

43 **Михаил ВЯТКИН** Проекты при газете или газета  
при проектах?

56 **Сергей ЛАПЕНКОВ** Проектируя жизнь к лучшему

68 **Татьяна ЧЕРЕПАНОВА** Как сохранить читателя-2

74 **Владимир СКОРОБОГАТЬКО** Квалоид:  
настоящее и будущее

82 **Сергей ЛОГИНОВ** «Жизнь — веселая игра,  
а игра прекрасна»

90 **Дмитрий ФЕДЕЧКИН** Когда стабильность —  
не признак мастерства

**п о р т ф е л ь ч и к**

ж у р н а л и с т с к а я к у х н я

94 **Жанна ГАПЛЕВСКАЯ** Волшебное тесто для «Еюшки»

# ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ КОНКУРСА «10 ЛУЧШИХ ГАЗЕТ РОССИИ-2016»



**Касютин Владимир Леонидович**, председатель Экспертного совета, секретарь Союза журналистов России, главный редактор журнала «Журналистика и медиарынок», кфн, Москва



**Базунова Мария Евгеньевна**, главный редактор газеты «Знамя победы», ксн, Сухой Лог, Свердловская область



**Балдицын Василий Вячеславович**, секретарь Союза журналистов России, генеральный директор, главный редактор газеты «Ставропольская правда», кюн, Ставрополь



**Вырковский Андрей Владимирович**, доцент факультета журналистики МГУ, дфн, Москва



**Вяткин Михаил Григорьевич**, заместитель главного редактора журнала «Журналистика и медиарынок», секретарь экспертного совета, Москва,



**Дзюбинская Светлана Аркадьевна**, начальник отдела периодической печати Управления периодической печати, книгоиздания и полиграфии Федерального агентства по печати и массовых коммуникаций, Москва



**Колесниченко Александр Васильевич**, доцент факультета журналистики МГУ, кфн, Москва



**Лапенков Сергей Владимирович**, исполнительный директор АНРИ, Москва



**Логинов Сергей Владимирович**, начальник отдела информационной политики и СМИ Пензенской области, Пенза



**Моисеев Сергей Николаевич**, президент Союза издателей «ГИПП», Москва



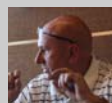
**Олешко Евгений Владимирович**, доцент факультета журналистики УрФУ, кфн, Екатеринбург



**Речицкий Леонид Антонович**, председатель Московского городского отделения СЖР, доцент Академии медиаиндустрии, кфн, Москва



**Скворцова Наталия Николаевна**, директор Автономной некоммерческой организации «Центр журналистских технологий», Нижний Новгород



**Скоробогатко Владимир Владимирович**, доцент РГГУ, автор книги «Графическая формула прессы», медиаэксперт, Москва



**Федечкин Дмитрий Николаевич**, заместитель руководителя аппарата губернатора и правительства Челябинской области, Челябинск



**Черепанова Татьяна Алексеевна**, член президиума Пермской краевой организации СЖР, руководитель Школы практической журналистики, Пермь



**Шафир Тимур Владимирович**, секретарь Союза журналистов России, руководитель международного отдела СЖР, Москва

# Итоги конкурса «10 лучших газет России — 2016»

## ПОБЕДИТЕЛИ



**ВЕЧЕРНИЙ КРАСНОТУРЬИНСК** — главный редактор Арцыбашев Александр Борисович,  
город Краснотурьинск, Свердловская область



**ВОРОНЕЖСКИЙ КУРЬЕР** — главный редактор Подгайный Борис Владимирович,  
город Воронеж, Воронежская область



**ГОРОДСКИЕ ВЕСТИ** — главный редактор Безпятых Валерий Александрович,  
город Ревда, Свердловская область



**КУРЬЕР.СРЕДА.БЕРДСК** — главный редактор Коморникова Галина Владимировна,  
город Бердск, Новосибирская область



**МОЁ!** — главный редактор Мазенко Владимир Станиславович,  
город Воронеж, Воронежская область



**ПАРМА-НОВОСТИ** — главный редактор Истомина Елена Михайловна,  
город Кудымкар, Пермский край



**ПЕНЗЕНСКАЯ ПРАВДА** — главный редактор Шишкин Павел Вячеславович,  
город Пенза, Пензенская область



**СВОБОДНЫЙ КУРС** — генеральный директор «Алтапресс» Пургин Юрий Петрович,  
главный редактор Овчинников Владимир Алексеевич, город Барнаул, Алтайский край



**ЧЕЛЯБИНСКИЙ ОБЗОР** — главный редактор Моргулес Дмитрий Юрьевич,  
город Челябинск



**ЯКУТСК ВЕЧЕРНИЙ** — генеральный директор ИД «Норд-Пресс» Левин Леонид Ирмович,  
Республика Саха (Якутия)

## ПЕРСОНАЛЬНЫЕ НОМИНАЦИИ

**БЕЛОУСОВ Вячеслав Васильевич** — за вклад в развитие местной прессы России

**КЕЙБОЛ Людмила Викторовна** — за вклад в развитие местной прессы России

**МАЛЬЦЕВА Наталья Алексеевна** — за вклад в развитие местной прессы России

## ДИПЛОМАНТЫ

**BONUS**, Уфа, Республика Башкортостан, Валитова Надежда Александровна — за реализацию проекта «Поможем вместе», направленного на поддержку попавших в трудную ситуацию граждан

**БАМ**, Тында, Амурская область, Требушевская Надежда Анатольевна — за вклад в развитие интерактивной модели российской прессы

**БЕЛГОРОДСКАЯ ПРАВДА**, Белгород, Белгородская область, Ерёмин Сергей Николаевич — за вклад в развитие визуальной модели российской прессы

**БЕРЕЗНИКОВСКИЙ РАБОЧИЙ**, Березники, Пермский край, Мальцева Наталья Алексеевна — за вклад в развитие бизнес-модели российской прессы

**БОРИСОГЛЕБСКИЙ ВЕСТНИК**, Борисоглебск, Воронежская область, Татьяна Петровна Писклова — за вклад в развитие содержательной модели российской прессы

**В КАЖДЫЙ ДОМ СЕВЕРОУРАЛЬСК**, Североуральск, Свердловская область, Арцыбашев Александр Борисович — за вклад в развитие интерактивной модели российской прессы

**ВЕСТИ**, Новохоперск, Воронежская область, Алистратова Галина Ивановна — за реализацию общественно-

значимых проектов «На связи», «Где родился», «День рождения»

**ВЕСТИ ПРИДОНЬЯ**, Павловск, Воронежская область, Федоренко Антонина Дмитриевна — за вклад в развитие интерактивной модели российской прессы

**ВЕСТНИК БАЛТИЙСКА**, Балтийск, Калининградская область, главный редактор Светлана Стегниенко — за реализацию общественно значимой акции «Календарь в подарок»

**ВЕСТНИК СОВЕТА МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ ТОМСКОЙ ОБЛАСТИ**, Томск, Томская область, Лиманская Наталья Викторовна — за вклад в развитие местного самоуправления в России

**ВЕЧЕРНИЙ КАРПИНСК**, Карпинск, Свердловская область, главный редактор Александр Арцыбашев — за вклад в разработку модели распространения и продвижения российской прессы

**ВЕЧЕРНИЙ СЕВЕРОДВИНСК**, Северодвинск, Архангельская область, главный редактор Вячеслав Белоусов — за реализацию общественно-значимых проектов «Энциклопедия города», «Дом Пикуля», «Народный контроль»

**ВЛАСТЬ СОВЕТОВ**, Выселки, Краснодарский край, главный редактор Светлана Писаренко — за вклад в развитие модели проектной деятельности российской прессы

**ВОЛЖСКАЯ ПРАВДА**, Волжск, Республика Марий Эл, главный редактор Александр Лукаев — за вклад в развитие бизнес-модели российской прессы

**ВОРОНЕЖСКИЙ КУРЬЕР**, Воронеж, Воронежская область, главный редактор Подгайный Борис Владимирович — победитель

**ВОСКРЕСЕНСКАЯ ЖИЗНЬ**, Воскресенское, Нижегородская область, главный редактор Грачев Александр Николаевич

## 10 лучших газет России-2016

— за реализацию общественно значимой акции «Прозрение»

**ГЛОБУС**, Серов, Свердловская область, главный редактор Александр Борисович Арцыбашев — за вклад в развитие бизнес-модели российской прессы

**ГОЛОС ПРАВДЫ**, Полтавская, Краснодарский край, главный редактор Горбань Диана Александровна — за вклад в развитие бизнес-модели российской прессы

**ГОРОДСКИЕ ВЕСТИ. ЕЖЕНЕДЕЛЬНИК ПЕРВОУРАЛЬСКА**, Первоуральск, Свердловская область, главный редактор Вертлюгова Ольга Сергеевна — за реализацию общественно значимых проектов «Город чемпионов», «Крутящий момент», «Оранжевое настроение», «Бизнес-ланч»

**ГОРОДСКИЕ НОВОСТИ**, Красноярск, Красноярский край, главный редактор Южакова Елена Михайловна — за вклад в развитие модели управления редакцией российской прессы

**ГРАНИ**, Новочебоксарск, Чувашская Республика, главный редактор Кольванова Наталия Витальевна — за реализацию общественно значимых акций «Соберем в школу», «Грани помогают», «Доброта как солнце светит»

**ДИАЛОГ**, Полевской, Свердловская область, главный редактор Рыбчак Елена Анатольевна — за реализацию общественно значимых проектов «Герой нашего времени», «Создадим летопись Полевского вместе», «Папаня»

**ЗА ИЗОБИЛИЕ**, Россось, Воронежская область, главный редактор Карузина Елена Сергеевна — за реализацию общественно значимой акции «Инструкция по применению»

**ЗАДОНСКАЯ ПРАВДА**, Задонск, Липецкая область, главный редактор Первеев Виталий Николаевич — за реализацию общественно-значимых проектов «Переменка», «Как живёшь, глубинка?»

**ЗАРЕЧЕНСКАЯ ЯРМАРКА**, Заречный, Свердловская область, главный редактор Ладейщикова Татьяна Олеговна — за реализацию общественно значимых проектов «Юбилейная карта года», «Заречный — город мастеров», «Жить не тужить»

**ЗАРЯ**, Егорлыкская, Ростовская область, главный редактор Шевченко Оксана Владимировна — за реализацию общественно значимого проекта «Снимок издалека»

**ЗАРЯ**, Полтавка, Омская область, главный редактор Мороз Валентина Ивановна — за реализацию общественно значимого проекта «Заря» идет в школу»

**ЗАРЯ**, Смоленское, Алтайский край, главный редактор Неугодова Нина Александровна — за вклад в развитие визуальной модели российской прессы

**ЗАРЯ КУБАНИ**, Славянск-на-Кубани, Краснодарский край, главный редактор Дейнега Владимир Михайлович — за вклад в развитие проектной модели российской прессы

**ЗВЕЗДА**, Бобров, Воронежская область, главный редактор Горских Елена Владимировна — за реализацию общественно значимых проектов «Экскурсия по селу», «Ретроспектива», «Экономим в кризис»

**ЗВЕЗДА**, Щучье, Курганская область, главный редактор Давтян Елена Валентиновна — за вклад в разработку модели распространения российской прессы

**ЗМЕИНОГОРСКИЙ ВЕСТНИК**, Змеиногорск, Алтайский край, главный редактор Кейбол Людмила Викторовна — за вклад в развитие проектной модели российской прессы

**ЗНАМЁНКА**, Гурьевск, Кемеровская область, главный редактор Копытова Татьяна Борисовна — за вклад в разработку модели распространения российской прессы

**ИРБЕЙСКАЯ ПРАВДА**, Ирбейское, Красноярский край, главный редактор Юдакова Лариса Арсеньевна — за вклад в развитие содержательной модели российской прессы



**ИСКРА**, Еткуль, Челябинская область, главный редактор Воронова Елена Юрьевна — за вклад в развитие визуальной модели российской прессы

**ИСКРА**, Оричи, Кировская область, главный редактор Уланова Гузель Фаритовна — за реализацию общественно значимых акций «Поможем ребенку», «Сильная мама», «Поверь в мечту!»

**КАЛАЧЕЕВСКИЕ ЗОРИ**, Калач, Воронежская область, главный редактор Гриднев Анатолий Иосифович — за вклад в разработку модели распространения и продвижения российской прессы

**КАЛИНИНГРАДСКАЯ ПРАВДА**, Королев, Московская область, главный редактор Павлова Елена Викторовна — за реализацию общественно-значимых проектов «Я буду вечно петь сирень», «Город науки», акции по спасению научно-исследовательского судна «Космонавт Виктор Пацаев»

**КАЛТАНСКИЙ ВЕСТНИК**, Калтан, Кемеровская область, главный редактор Василишина Татьяна Ивановна — за реализацию общественно значимой акции «Аллея детства»

**КАНСКИЕ ВЕДОМОСТИ**, Канск, Красноярский край, главный редактор Цевун Любовь Николаевна — за вклад в разработку модели распространения и продвижения российской прессы

**КАНТЕМИРОВСКИЙ ВЕСТНИК**, Кантемировка, Воронежская область, главный редактор Милещенко Виктор Николаевич — за вклад в разработку модели распространения и продвижения российской прессы

**КОПЕЙСКИЙ РАБОЧИЙ**, Копейск, Челябинская область, главный редактор Викалюк Анна Ивановна — за вклад в развитие визуальной модели российской прессы

**КРАСНОЕ ЗНАМЯ**, Глазов, Удмуртская Республика, главный редактор Лехницкая Людмила Ивановна — за вклад в развитие модели проектной деятельности российской прессы

**КРАСНОЕ ЗНАМЯ**, Елец, Липецкая область, главный редактор Демин Роман Вениаминович — за вклад в разработку модели распространения и продвижения российской прессы

**КРАСНОЕ ЗНАМЯ**, Нефтекамск, Республика Башкортостан, главный редактор Сабитова Людмила Валерьяновна — за реализацию общественно значимых акций «Ценный кадр», «В полет — с «Красным знаменем», «Твори добро»

**КРАСНОКАМСКИЕ ЗОРИ**, Николо-Березовка, Республика Башкортостан, главный редактор Валиева Ирина Рафисовна — за реализацию общественно значимых акций «Мой коллектив — моя крепость», «Народный контроль»

**КРАСНЫЙ СЕВЕР**, Вологда, Вологодская область, главный редактор Кузьминская Надежда Александровна — за реализацию общественно значимой акции «Вологодские журналисты против сиротства»

**КРАСНЫЙ СЕВЕР**, Салехард, Ямало-Ненецкий автономный округ, главный редактор Снегирёв Алексей Викторович — за реализацию общественно значимых проектов «Обманутые рабочие», «Постигнуть глубину земную»

**КРЫМСКИЕ ИЗВЕСТИЯ**, Симферополь, Республика Крым, главный редактор Иванченко Ирина Ивановна — за реализацию общественно значимых акций «Герои жили рядом», «Чистая речь»

**МАРИЙСКАЯ ПРАВДА**, Йошкар-Ола, Республика Марий Эл, главный редактор Панченко Василий Васильевич — за вклад в развитие модели проектной деятельности российской прессы

**МАЯК**, Сосновый Бор, Ленинградская область, главный редактор Кострова Елена Игоревна — за вклад в разработку модели распространения и продвижения российской прессы

**МОЙ ПРО ГОРОД**, Киров, Кировская область, главный редактор Анзорова Анастасия Александровна — за вклад в развитие бизнес-модели российской прессы

**МОЙ ГОРОД**, Берёзовский, Кемеровская область, главный редактор Соколова Ирина Александровна — за вклад в развитие организационной модели российской прессы

**МОЛОДЁЖНЫЙ ВЕСТНИК**, Липецк, Липецкая область, главный редактор Бровкин Дмитрий Леонидович — за вклад в разработку модели распространения и продвижения российской прессы

**НАРОДНАЯ ГАЗЕТА СОЧИ**, Сочи, Краснодарский край, главный редактор Рылова Наталья Александровна — за реализацию общественно значимых акций «Борьба с энергетическим спрутом», «Невыносимый запах бытия», «Операция «БОМЖ». Жители Хосты против!»

**НЕЙВА**, Новоуральск, Свердловская область, главный редактор Стрельцова Елена Владимировна — за вклад в развитие модели проектной деятельности российской прессы

**НОВАЯ КАМА, АЛАБУГА НУРЫ**, Елабуга, Республика Татарстан, главный редактор Муллагалиева Гульшат Равилевна — за реализацию общественно значимых акций по поддержке детей с ограниченными возможностями.

**ОЛЬХОВАТСКИЙ ВЕСТНИК**, Ольховатка, Воронежская область, главный редактор Зыкова Ольга Васильевна — за реализацию общественно значимых акций «Возродим кинофильмы Виталия Сороки», «Победим туберкулез вместе»

**ОНА+**, Якутск, Республика Саха (Якутия), главный редактор Левина Людмила Николаевна — за реализацию общественно значимых акций «Детям нужен дом», «Дерево добра»

**ОРДЫНСКАЯ ГАЗЕТА**, Ордынское, Новосибирская область, главный редактор Сабурова Нина Юрьевна — за реализацию общественно значимых акций «Свет памяти», «Все дети — наши!», «Быть отцом!»

**ОРЕНБУРЖЬЕ**, Оренбург, Оренбургская область, главный редактор Суркова Любовь Викторовна — за вклад в развитие модели проектной деятельности российской прессы

**ПЕНСИОНЕР**, Екатеринбург, Свердловская область, главный редактор Березнякова Наталья Дмитриевна — за реализацию общественно значимого проекта «Осеннее очарование»

**ПЕРЕКРЕСТОК**, Белая Калитва, Ростовская область, главный редактор Алипова Светлана Анатольевна — за вклад в развитие интерактивной модели российской прессы

**ПРИЗЫВ**, Домодедово, Московская область, главный редактор Труфанова Татьяна Евгеньевна — за реализацию общественно значимого проекта «Пишем историю вместе»

**ПРИЗЫВ**, Бутурлиновка, Воронежская область, главный редактор Богодуховский Виктор Валерьевич — за реализацию общественно значимого проекта «История старой фотографии»

**ПРИХОПЁРЬЕ**, Поворино, Воронежская область, главный редактор Фомич Ольга Ивановна — за вклад в развитие содержательной модели российской прессы

**ПРО ЛЕСНОЙ**, Лесной, Свердловская область, главный редактор Клименко Ольга Сергеевна — за реализацию общественно значимых проектов «Первый шаг», «Лесной моего детства», «Папа — это круто»

**РАЙОННЫЕ ВЕСТИ**, Тагинская, Ростовская область, главный редактор Игнатова Наталья Николаевна — за вклад в разработку модели распространения и продвижения российской прессы

**РУДНЯНСКИЙ ГОЛОС**, Рудня, Смоленская область, главный редактор Азаркевич Людмила Эдуардовна — за реализацию общественно значимых акций «Рудня — родины исток» «Творческая провинция»

**РЯЗАНСКИЕ ВЕДОМОСТИ**, Рязань, Рязанская область, главный редактор Зайцева Галина Александровна — за вклад в развитие визуальной модели российской прессы

**САТКИНСКИЙ РАБОЧИЙ**, Сатка, Челябинская область, главный редактор Зайцева Светлана Васильевна — за вклад в развитие модели проектной деятельности российской прессы

**СЕВАСТОПОЛЬСКАЯ ГАЗЕТА**, Севастополь, главный редактор Клочкова Ирина Геннадиевна — за реализацию общественно значимой акции «Наследие»

**СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ**, Владикавказ, Республика Северная Осетия-Алания, главный редактор Касаев Алан Черменович — за реализацию бизнес-проекта «Анализ отраслевого рынка»

**СЕЛЬСКАЯ НОВЬ**, Богучар, Воронежская область, главный редактор Андросова Елена Васильевна

**СЕЛЬСКИЕ НОВОСТИ**, Бреды, Челябинская область, главный редактор Цыганова Александра Александровна

**СЕМЕРОЧКА**, Воронеж, Воронежская область, главный редактор Пырков Денис Николаевич

**СЕМИЛУКСКАЯ ЖИЗНЬ**, Семилуки, Воронежская область, главный редактор Оконь Максим Анатольевич

**СТАЛЬНАЯ ИСКРА**, Аша, Челябинская область, главный редактор Григорьева Зоя Геннадьевна

**СУРГУТСКАЯ ТРИБУНА**, Сургут, Ханты-Мансийский автономный округ-Югра, главный редактор Меркушев Владимир Иванович

**ТОРЖОКСКАЯ НЕДЕЛЯ**, Торжок, Тверская область, главный редактор Мухина Людмила Ивановна

**ТЮМЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ СЕГОДНЯ**, Тюмень, Тюменская область, главный редактор Скорбенко Александр Николаевич

**УЧАЛИНСКАЯ ГАЗЕТА**, Учалы, Республика Башкортостан, главный редактор Тагирова Фаниса Анваровна

**ХАБАРОВСКИЙ КРАЙ СЕГОДНЯ**, Хабаровск, Хабаровский край, главный редактор Омельчук Оксана Алексеевна

**ЦЕНТР**, Ижевск, Удмуртская Республика, главный редактор Люкин Максим Петрович

**ЧАС ПИК В ВЕРХНЕЙ ПЫШМЕ**, Верхняя Пышма, Свердловская область, главный редактор Кондратьев Олег Федорович

**ЧЕРЕПАНОВСКИЕ ВЕСТИ**, Черепаново, Новосибирская область, Никифоров Пётр Фёдорович

**ШАЛИНСКИЙ ВЕСТНИК**, Шала, Свердловская область, Сивков Дмитрий Сергеевич

**ШАХТИНСКИЕ ИЗВЕСТИЯ**, Шахты, Ростовская область, Севостьянова Белла Анатольевна

**ЭХО**, Промышленная, Кемеровская область, Вострикова Ольга Викторовна

**ЯСНО!ЦЕНТР**, Ижевск, Удмуртская Республика, заместитель главного редактора Романова Анастасия Сергеевна

&amp;



# Мама, что мы будем делать

*Про горячих и холодных редакторов, жизнь и смерть, социально-душевный формат, а также новую оргмодель редакции*

Газеты российской провинции за год стали беднее, и финансами, и содержанием. Корпорация чуть ли не в полном составе выстроилась в очередь за господдержкой.

Стали резче типологические черты у тех, кто действует с оглядкой на аудиторию. Прорисовывается тяготение к конкретным форматам: деловая газета, квалоид, культурно-просветительская, официальная газета и еще какой-то новый тип, которому пока не дали названия. Что-то вроде «социально-душевное издание».

**КТО-ТО ВООБЩЕ ЗА ГРАНЬЮ.** А как еще можно назвать существование редакции без технологических документов? Это же видно невооруженным глазом по первой попавшейся на глаза полосе. Впрочем, контора, выпускающая в мир бумажный мусор, может быть вполне успешной, например, в отношениях с другими конторами.

Часть коллег скулсилась и машинально выполняет: «Делай раз, делай два». Вроде бы все так же добротное, а как будто сдувшийся шарик. Подозреваю, что не последнюю роль в эпидемии пессимизма сыграли пророки, с упоением топчущиеся на бумажных страницах.

На каждой встрече с журналистами кто-нибудь обязательно спросит: — Но ведь газеты умрут? — Дорогуша, — подмывает ответить, — что за патологическое влечение к смерти? Если ты собираешься жить вечно — учись хоть чему-то и не парься о будущем.

**Вот твой список глаголов:** искать, писать, снимать, верстать, продвигать, продавать, утешать, помогать, объединять.

**А вот список профессий на случай смены места работы:** фотограф, дизайнер, пиарщик, спичрайтер, краевед, общественник, орговик, тамада.



ВЛАДИМИР КАСЮТИН, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ  
ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА КОНКУРСА  
«10 ЛУЧШИХ ГАЗЕТ РОССИИ-2016»

Что бы там ни происходило с бумагой и как бы ни прогрессировали массы в онлайн-не, хорошие рассказчики и борцы за правду всегда будут нужны людям.

Да, благодаря обилию информации у нас становится хуже память. Все труднее удерживать порхающее внимание. Но любопытство, тщеславие, страх, корысть, жалость, участие по-прежнему с нами. Вряд ли где-



Илл. 1

нибудь когда-нибудь люди лишатся качеств, заставляющих внимать ремеслу журналистов. Разве что в произведениях графоманов-фантастов, списавших будущее с плаката эпохи ожидания коммунизма. Поэтому не будем плакать, спустимся на землю и займемся экспериментами.

### В СОВЕТСКИЕ ВРЕМЕНА РЕДАКЦИИ ЖИЛИ ПО ОДНОМУ РАСПИСАНИЮ.

Теперь всяк лепит по своему. Некоторые доэкспериментировались до одного корреспондента в штате. Иногда это происходит по причине нехватки денег.

Исходя из предположения, что локальная газета по-прежнему нужна:

- a) для развития территории;
- b) частным лицам;
- c) самой редакции,

поэкспериментируем с помощью участников конкурса «10 лучших газет России». Построим организационную модель редакции, заточенной на жизнь, не вечную, но сердечную.

## ОТДЕЛ ДЕНЕГ

Денег, увы, катастрофически не хватает всем: маленьким и большим, технологичным и косным, слабым и сильным. Поэтому, прежде всего, редакции необходим отдел денег, где денно и ночью ломают головы, как заработать и сэкономить. Полтора десятка пунктов из сборного бизнес-плана от тех, кто проверил эти предложения на практике.

**1 Ввести должность коммерческого директора** — газета «Заря», Алтайский край. Коммерческий директор «зачистила» организации и предприятия района на предмет подписки, чем значительно увеличила тираж, а также привлекла бизнес из соседних городов для размещения рекламы. В написание рекламных текстов активно вовлекаются собственные журналисты.

**2 Сменить типографию, перейти на еженедельный выход** — газета «Саткинский рабочий», Челябинская область. Это позволило снизить расходы на бумагу и печать на 24%.

**3 Сократить рабочую неделю** для части сотрудников и перейти на дистанционную работу с журналистами — газета «Час Пик в Верхней Пышме», Свердловская область.

**4 Использовать для долгосрочного и оперативного планирования редакцией систему управления** проектами «Мегаплан», мессенджер Telegram и сервисы Google — Издательская группа «ВК-медиа», Свердловская область.

**5 Перевести на аутсорсинг уборку помещений** — газета «Краснокамские зори», Республика Башкортостан. Вдвое сократились затраты на оплату труда сотрудника.

**6 Продавать школьную и художественную литературу**, сборники местных авторов, сувениры, открытки, канцелярские товары, как это делает в своем магазине «Добрая книга» редакция газеты «БАМ», Амурская область.

**7 Продавать в рамке из багета копии с газеты**, вышедшей в день рождения именинника, заменяя передовицу материалом о нем — газета «Марийская правда», Республика Марий Эл.

**8 Печатать на ризографе** бланки, брошюры, листовки, делать платные фото — газеты «Ирбейская правда», Красноярский край. Редакция планирует купить переплетный станок.

**9 Издавать глянцевый рекламно-информационный журнал** — газета «Волжская правда», Республика Марий Эл, выпускает «RESPECT дайджест «ВП» (Илл. 1).

**10 Зарабатывать на ивентах** — газета «Городские вести», Ревда, Свердловская область. Каждое проводимое мероприятие при поддержке спонсоров теперь не только авторитет и промо, трафик и популярность, но и живые деньги. Редакция также проводит мастер-классы, куда собираются желающие научиться лепить из глины, делать оригами, расписывать пасхальные яйца. Участие платное, в среднем с группы получается собрать около 4000 рублей.

**11 Выпустить специально для рекламодателей медиакит с разъяснениями и образцами форматов рекламных предложений** — газета «Березниковский рабочий», Пермский край. «БР» также провел ребрендинг своего учебного центра, теперь это пространство развития «Клевер», приносящее 20% дохода издателю. «Клевер» сегодня — это более 25 учебных программ для взрослых и 15 — для детей, в том числе каникулярные городские лагеря дневно-го пребывания (Илл. 2).

**12 Формализовать рекламные предложения** — газета «Pro Город», Киров, выделила 10 основных жанров: Презентация, Опыт применения, Тест-драйв, Интервью имиджевое, Интервью инсайдерское, Репортаж, Отзыв, Лайфхак, Удивительное рядом, Рейтинги.

**13 Вывести основную часть рекламы в отдельную газету, распространяемую бесплатно** — газета «Голос правды», Краснодарский край. Это позволило потеснить конкурентов. «Голос правды» также размещает рекламу на 11 рекламных конструкциях. При редакции работает типография, печатающая бланки, этикетки, грамоты, открытки и даже избирательные бюллетени.

**14 Открыть пункты продажи лотерейных билетов и выдачи товаров интернет-магазинов** — издательская группа «ВК-медиа», Свердловская область. В одном из офисов местный житель купил билет, выигравший миллион (!) рублей.

## ОТДЕЛ ТИРАЖА

Если построить кривую надежд и разочарований, испытываемых нами по отношению к почтовому ведомству на протяжении полутора десятилетий, выйдут острые зубы. Казалось бы, тема закрыта. Все, кто действительно озабочен доставкой газеты читателям — занимается ею сам, насколько позволяют особенности территории и собственные возможности.

Удивительно, но в дискуссию о распространении по-прежнему вступают свежие спорщики. Это похоже на кривую ветку комментариев в социальной сети, создаваемую усилиями тех, кто не читал написанное до них.

**ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ ВЫПУСК ДЛЯ ПАРТНЁРОВ**  
**Березниковская НЕДЕЛЯ**

**Блюдо дня:**  
**Нативная реклама**

**В составе:**

- креативность от лучших журналистов города
- красота дизайнерских решений
- увлекательность идеи
- польза для читателя
- эффективность воздействия

*И всё это — на основе индивидуального подхода и эксклюзивной идеи*

**Заказ:**  
**20-15-60**  
**20-15-61**

**НОВОЕ РЕКЛАМНОЕ МЕНЮ:**  
**ТОЛЬКО У НАС**  
**И ТОЛЬКО ДЛЯ ВАС**

Илл. 2

## ОДИН ИЗ ГЛАВНЫХ ТРЕНДОВ — БЕСПЛАТНОЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ.

Процесс сначала затронул частные рекламные газеты, потом перекинулся на информационные еженедельники мегаполисов. Теперь этот тип дистрибуции осваивают издания не только регионального, но и локального уровня. **Бесплатной, к примеру, стала газета «Маяк» (Ленинградская область), разом увеличив тираж до 25 тыс. экз.**

В регионах с демографическими проблемами поговаривают о переводе всей местной прессы скопом на бесплатные рельсы: «Все равно на подписке не разбогатеешь». С одной стороны читателя испортила советская власть, приучив, что цена местной



Илл. 3

газете — копейка. Продолжает традицию интернет, говоря, что информация вообще должна быть бесплатной. С другой стороны почтовая служба, несмотря на регулярные приступы оптимизма, так и не смогла адекватно ответить на вызовы времени и пространства.

Однако жив, жив курилка! Например, **тираж газеты «Перекресток» (Ростовская область) только по подписке — около 12 тыс. экз.**

Несколько предложений для маркетингового плана редакции, удерживающей и привлекающей платных читателей.

**1 Издать спецвыпуск «Зеленый номер» с советами местных жителей к началу сезона садово-огородных работ — газета «Голос**

правды», Краснодарский край. Каждый подписчик получил в подарок пакет семян огурцов, редиса или петрушки от спонсоров. Подписаться на «Голос правды» можно в пяти местах: в редакции, у курьеров, в библиотеках, в сельских администрациях, в ЕРКЦ.

**2 Применить смешанное (платно-бесплатное) распространение** — газета «Вечерний Карпинск», Свердловская область. Адреса получателей бесплатных экземпляров менялись. Это позволило увеличить и подписку, и розничные продажи.

**3 Отправить в полет на легкомоторном самолете победительницу конкурса подписчиков** — газета «Красное знамя», Республика Башкортостан. Партнером акции стал учебно-методический центр малой авиации.

**4 Печь пирог и разыгрывать ежемесячно между подписчиками ми-именниками** — газета «Вести», Воронежская область. Пирог пекут студенты и преподаватели поварского отделения местного техникума, вручают директор и журналисты.

**5 Реализовать проект «Читающее» такси», газета «Волжская правда», Республика Марий Эл. В фирму пассажирских перевозок еженедельно передаются резервные (контролируемый возврат) номера газеты и свежие выпуски журнала.**

**6 Разыгрывать между подписчиками короткие туры для отдыха** — издательская группа «ВК-медиа», Свердловская область. Победители отправились в двухдневное путешествие к горячему минеральному источнику в Тюмень.

**7 Предложить победителям розыгрыша среди подписчиков — крайне необходимые в домашнем хозяйстве вещи** — «Канские ведомости», Красноярский край. Редакция выставила на кон 100 литров бензина, мешок сахара, палатку, сертификат салона красоты и велосипед.

## ОТДЕЛ ИНТЕРАКТИВА И СПЕЦПРОЕКТОВ

На заре Интернета нам казалось, что коммуникация больше не будет односторонней, что нет жизни без интерактива. Реальность не советуется с романтиками. По-прежнему телеканалы и радиостанции, газеты и даже веб-сайты имеют свой хлеб с маслом, не обращая внимания на аудиторию, либо имитируя близкие отношения.

Наши предложения для тех, кто «кушать не может», если за столом нет читателя.

**1 Создать в сетях узкотематические паблики** — газета «Городские новости», г. Красноярск. Группа газеты в «Одноклассниках» называется «Просто о полезном». В названии не упоминается издание (!), ссылки на сайт посетитель получает в конце постов. Группа



Илл. 4

в Google+ посвящена Универсиаде-2019, которая пройдет в Красноярске. В Pinterest выбраны темы памятников и идей для творчества. В мессенджере Telegram открыт канал «Городские новости».

**2** Через портреты шести современных местных девушек нарисовать образ русской женщины военных лет — газета «Эхо», Кемеровская область. Для проекта «У войны не женское лицо» реквизит для съемок редакция собрала с помощью читателей через социальные сети.

**3** Купить вместе с читателями новый велосипед 80-летнему пенсионеру, сбитому нарушителем правил дорожного движения — газета «Час Пик в Верхней Пышме», Свердловская область. Водитель не отозвался на призыв газеты возместить ветерану ущерб. Денег, собранных журналистами с помощью читателей, хватило также на помощь больному ребенку.

**4** Выпустить настольную игру-сувенир — газета «Березниковский рабочий», Пермский край. К юбилею города редакцию придумала «ходилку» «Березниковиум: Великий Солёный путь». Игроки передвигаются по клеткам, зарабатывают и тратят кристаллы соли, при помощи мобильного и QR-кодов узнают новое о городе и отвечают на вопросы викторины. На игровом поле можно найти мэра, идущего на работу, горожан, жарящих шашлыки в неположенном месте, спрятавшегося бездомного котенка и др.

**5** Провести конкурс красоты для женщин и публиковать на сайте реплики, рассуждения, факты биографии участниц — газета «Городские вести Ревда», Свердловская область. Материалы, размещенные на сайте, подняли трафик. Еще в одном проекте «Городских вестей» — «Ревда. Реформа» 15 человек худели под присмотром тренера, а победительница потеряла за три месяца почти 30 кг.

**6** Предложить проголосовать в группе «ВКОНТАКТЕ» за участников фотоконкурса «Признайся мне» — газета «Красное знамя», Удмуртская Республика. Подписчики газеты получали 50 дополнительных баллов от редакции.

**7** Объявить конкурс свадебных фотографий — газета «Шахтинские известия», Ростовская область. И редакция, и читатели так полюбили конкурс, что он проводится ежегодно (Илл. 3).

**8** Предложить школьникам написать мини-истории «Как мама с папой познакомились» — газета «Нейва», Свердловская область. Журналисты с восторгом читали вслух детские описания.

**9** Собрать фото на конкурс «Мой безбашенный класс» — газета «Pro город», г. Киров. Журналисты издания, которое всегда славилось оригинальными конкурсами, предложили юным читателям прислать необычные фото с одноклассниками.

**10** Устроить фотоохоту на владельцев автомобилей — газета «В каждый дом Североуральск», Свердловская область. Владелец опознанной машины, попавшей в кадр на страницах газеты, получает приз — банку «незамерзайки».

## ОТДЕЛ ИСТОРИЙ

Знаете ли вы, что Россия — чемпион мира по производству телесериалов? Львиная доля этих разных по качеству фильмов — на историческую тему. Не остается в стороне от исто-



рии и пресса. Конечно, копаться в прошлом проще и безопаснее, чем описывать настоящее или фантазировать о будущем, хотя и здесь случаются грозные находки. Год от года исторических материалов в наших газетах все больше. Если раньше глубже революции не заглядывали, то сейчас в дело пошли более ранние культурные слои. Из тем, вошедших в график работы нашего экспериментального отдела.

- 1 **Во чторядились наши бабушки.** История народного костюма Бутурлиновской слободы — газета «Призыв», Воронежская область.
- 2 **Потомки староверов, отзовитесь!** Потомков староверов, переселившихся в Якутию полтора столетия назад, разыскивает человек, предки которого принадлежали к старинному купеческому роду — газета «Якутск вечерний», Республика Саха (Якутия).
- 3 **Как народная молва поделила Кантемировку на крайки.** Официальные названия улиц райцентра порой не совпадают с народными — «Кантемировский вестник», Воронежская область (Илл. 4).

- 4 **Генеалогический детектив Олеси Черкасовой.** Библиограф городской библиотеки восстановила историю своей семьи до 1665 года — газета «Копейский рабочий», Челябинская область.
- 5 **Зимние забавы. Как проводили холодное время наши земляки в 1950-е, 1960-е, 1970-е годы** — газета «Звезда», Воронежская область.
- 6 **Из крестьян в купцы. Первый юсьвинский коммерсант заработал деньги на золотых приисках в Сибири.** Генеалогическое древо, которое составила Татьяна Нечаева, такое большое, что помещается только на полу — газета «Парма новости», Пермский край.
- 7 **Уступать дорогу крестным ходам и арестантам. Какие правила дорожного движения действовали в Воронеже на заре автомобилизации** — газета «Мое!», Воронежская область.



Илл. 5

**БЕССМЕРТНЫ** вкусно рассказанные истории о людях. Нам интересно сравнивать себя с другими, примерять их поступки, сделанные в сложных обстоятельствах, радоваться совпадению оценок и ощущений. Все в нашей корпорации голосуют за «человека на полосе», подразумевая каждый свое. *Холодный редактор* с пафосом рассуждает о роли «человека труда» — хоть конспект доставай. Цитирует модные словечки, типа «визуал» и «лонгрид». А на страницах или веб-сайте все тот же унылый фальшак от Ухудшанского. Убери фамилию и профессию персонажа — печатай, где хочешь, хоть в «Правде айсберга», хоть в «Маяке барханов».

*Горячий редактор* ищет новых героев, придумывает яркую поддачу, не опуская планку качества текста. Даже если заголовок в стиле скандальных телепрограмм, нутро иное. Из телевизора сочатся страсти к замочной скважине и наживе. Здесь — доброжелательность и искреннее желание поделиться радостью нового знакомства с миром.

- 1 Трактористка баба Маша. Жительница Рождественского в 94 года может отремонтировать трактор и сыграть на балалайке — газета «Прихоперье», Воронежская область (Илл. 6).
- 2 Тридцать лет в лесу и без отпуска. В его лесном хозяйстве — 6 тысяч гектаров — газета «Пензенская правда», Пензенская область.
- 3 По завету предков, или Беседа со жрецом. Жрец, чичмарий, художник, педагог — газета «Волжская правда», Республика Марий Эл. В гостях у издания приверженец древней религии мари.
- 4 Оставила свою роспись. Пенсионерка каждый день лезет на стену, чтобы украсить храм — газета «Воронежский курьер», Воронежская область (Илл. 5).
- 5 По обе стороны камеры. Житель Семилук играл в массовке «Войны и мира», а сейчас сам снимает односельчан на пленку — газета «Воронежский курьер», Воронежская область.
- 6 Дворцовая жизнь. Шесть историй о тех, благодаря кому она кипит — газета «Городские вести Первоуральск», Свердловская область. Неформальный разговор к юбилею Дома культуры о его работниках: швее, звукооператоре, художнике по свету, дизайнере сцены, главном инженере, директоре (Илл. 7).
- 7 Продукт советской эпохи. Как в кабинете председателя Совета ветеранов уживаются красное знамя и иконы — газета «Городские вести Первоуральск», Свердловская область. Издание ведет рубрику «По кабинетам», в подверстке — инфографика «Пять интересных предметов в кабинете».

## ОТДЕЛ ЗДОРОВЬЯ И СПОРТИВНОЙ ЖИЗНИ

Когда приходишь на кладбище, ужасаешься: как много умирает людей, в том числе совсем молодых. Причин много, одна из видимых — состояние общественного здравоохранения. Это при социализме принуждали за здоровьем следить и пациентов, и докторов. Теперь хочешь — лечись, если есть деньги и связи, не хочешь — как хочешь.

Медицина в минусе, значит в плюсе потребность у людей в информации, как сохранить здоровье и уйти живым из больницы. *Холодный редактор* публикует тексты о болячках, скачанные из сети. *Горячий* — пишет реальные истории болезней.

- 1 Врачи не смогли вылечить трехмесячную девочку. Она умерла через месяц после прививки («Парма новости», Пермский край).
- 2 Карпинского фронтовика избил медбрат в больнице? («Вечерний Карпинск», Свердловская область).



### Трактористка баба Маша

Жительница Рождественского Мария Жарикова в 94 года может отремонтировать трактор и сыграть на балалайке



Энергичности бабы Маши можно только позавидовать

Елена Мещерякова

РАЗБОРЯТЬ и собрать мотор от любого трактора, завести машину с ручника, исплать, засопеть, припробовать — всё это для Марии Жариковой звание настолько знакомое, что кажется, дай возможность, она хоть сейчас сядет за руль и выйдет в поле. Многие в её возрасте с трудом передвигаются, а баба Маша до прошлого года огород в 15 соток под лопату засаживала. Не страдала Мария Васильевна и присущие в её возрасте ослаблению слуха — через дом слышит, если стучится в соседке.

Из учительницы — в трактористки

Этот шабрен, потому что раньше в незнакомой стране, её любимый инструмент — балалайка. Она и сейчас летит, а вспомит её в руки, да сыграет что-нибудь веселой мелодией. Мелодии эти не слишком задорные, да и тему удавляться, мелодист баба Маша отнюдь не была никакой. Мечты девятинадцатилетней девушки и готовившиеся поступать в педагогический институт да война. Вместо того чтобы стать учительницей, Мария пришлось сесть на трактор и пахать землю.

Когда война началась, тут уж не до учбы было. Остескают: «Маша, най работай». И и пошла. Сначала на почту телеграфисткой. Но в колхозе не хватало рабочих рук, и Machine по почте всех и прямо забрала. Коку поля обрабатывать? Стали женщины набирать в трактористы бригаду. И Macha туда пошла. Двенадцать лет было, летач, по две на трактор. Все примерно моего возраста. Сначала как на курсы в МТС, выданы по тракторной станции — от автора) записала.

с. 3

Илл. 6

- 3 Дотянула до кровавого кашля и осталась без легкого («Красный север», ЯНАО).
- 4 Будет ходить! Может «звенеть». Почему после протезирования суставов лучше не расставаться с выпиской из больницы («Красный север», ЯНАО).

Если вы обнаружили, что в попавшейся вам на глаза газете регулярно и подробно освещаются локальная спортивная жизнь, посмотрите выходные данные. Бьюсь об заклад — она будет иметь неплохой тираж. Более того, в этой газете есть что почитать, помимо спорта. Как пример, газеты: «Нейва» (Свердловская область), «Голос Правды», «Власть Советов» (Краснодарский край).

*Горячий редактор* понимает, что спорт на страницах — это не рекорды и результаты,



Илл. 7

это внуки, дети читателей, да и они сами. *Холодный* — уверен, что все, что не интересно ему самому и Ивану Ивановичу из районной администрации, — чепуха на постном масле, и в лучшем случае публикует за деньги мелким шрифтом благодарности за соревнования и поездки. Хотите получить балл в копилку лояльности аудитории — реформируйте отдел партийной жизни в отдел спортивной жизни.

- 1 Не прошел мимо дворового сельского матча.** Играй «по чесноку». Граждане трех государств сошлись в футбольном турнире, который прошел... в огороде главы сельского поселения — «Воронежский курьер» (Воронежская область)
- 2 «Движение — жизнь»** — это проект редакции газеты «Свободный курс» (Алтайс-

кий край). Цель журналистов — приобщить к здоровому образу жизни больше жителей региона.

**3 Книга о районном спорте** — «История физкультуры и спорта в Щучанском районе» издала редакция газеты «Звезда» (Курганская область). В книге более 50 авторов. Подобный проект может стать типовым для каждой местной газеты страны.

## ОТДЕЛ НОВОСТЕЙ

**Лет семь твержу как заведенный: локальные новости — конкурентный ресурс местной газеты.** Разбейся в лепешку, а выдай хотя бы раз в две недели по информашке из каждого населенного пункта района. И не только вести с полей и сельских администраций, а весточку о том, как в одном селе пошел на пенсию почтальон, которому исполнилось 75. А в другое приехали гости с другого конца страны, в третьем — на реке зацвели лилии. Пока это больше глас вопиющего, но примеры уже есть и они радуют.

**«Расскажи-ка, мне, подруга, как живет мое село!»** — так назвала разворот новостей редакция газеты «Змеиногорский вестник» (Алтайский край). Одни названия сел чего стоят: Саввушка, Локоток, Тушканиха, Отрада. И новости: об аренде плотинки для рыбалки; переезде библиотеки; установке фонарей; ремонте моста; семейном юбилее; старом спортивном зале и т.д.

## ОТДЕЛ ОБЩЕСТВЕННОЙ ПОЛЬЗЫ

- 1 Дороги Новоуральска.** Второй год подряд газета «Нейва», Свердловская область, выпускает карту ремонта дорожной сети Новоуральска. Каждый читатель получает не только полную информацию о том, сколько метров дороги будет отремонтировано у его дома, но и сроки, в которые должен быть выполнен этот ремонт.
- 2 «Народный бюджет»** — еще один проект «Нейвы» по сбору народных инициатив и предложений с последующим включением в бюджет округа для финансирования. Собрано 1262 заявки, которые рассмотрела специальная комиссия, часть уже получила финансирование из бюджета.
- 3 Культ установления личности. Цикл публикаций о проблемах мигрантов в России** — газета «Воронежский курьер», Воронежская область. Героиня публикации «ВК» получила паспорт после 20 лет нелегальной жизни.
- 4 Прокуратура требует снести «Ляпушку»** — «Якутск вечерний», Республика Саха (Якутия). По результатам публикаций в «ЯВ» прокуратура республики провела проверку, признала строительство незаконным и предписала Минфину республики прекратить





**11** Нет забытых могил. Навели порядок на захоронениях в память о героях Великой Отечественной войны редакция газеты «Кантемировский вестник», Воронежская область и читатели газеты.

**12** То, что мы не закончили, мы закончим. Через пять месяцев после жестокого убийства дочери и матери главе администрации Перлевки снова угрожают — газета «Семилукская жизнь», Воронежская область. Редакция третий год следит за драматической ситуацией в селе (Илл. 8).

**13** Вы подарили Мишеньке жизнь — обозреватель «Семилукской жизни» Наталья Фокина стала инициатором масштабной благотворительной акции, в которой приняло участие 10000 человек.

Илл. 8

любые денежные расчеты по нему, а застройщику — снести виллу.

**5** Воронежцы рискуют ударить в грязь лицом. Почему в нашем городе в межсезонье так грязно и что с этим можно сделать — газета «Мое», Воронежская область.

**6** Чистая Ревда. Во дворе раскопали и бросили? Жалуйтесь — газета «Городские вести Ревда», Свердловская область. Журналисты ведут акцию «Чистая Ревда», публикуя фотографии брошенных раскопов в газете и сети под хэштегом «#ревдагрязь».

**7** Мы не хотим быть участниками аварийного движения. Ревдинцы, не дожидаясь властей, засыпали щебнем опасные ямы на четырех улицах города — газета «Городские вести Ревда», Свердловская область.

**8** Пьяный двор. Горожане устали от соседства круглосуточной закусочной — газета «Семерочка», Воронеж. Что делать в такой ситуации, типичной для нашего времени, разбирались журналисты.

**9** Получают за семерых. Доходы глав районов в несколько раз выше средней зарплаты — газета «Парма-новости», Пермский край. Как менялся их заработок с начала правления и что за это время они сделали для своей территории.

**10** Призраки Белой Калитвы. Зброшенные здания города — газета «Перекресток», Ростовская область. Журналисты рассказали о брошенных объектах, напомнили об их истории и попытались узнать о дальнейшей судьбе построек.

— «МИР ТЕКСТАМИ НЕ

ИСПРАВИШЬ, НО...», написал в авторской колонке в газете «Оренбуржье» Вильям Савельзон, Золотое перо России. Он процитировал коллегу Алину Шкатову, спасшую от навета честного полицейского. — «И правда победила. Но, честно признаться, в массе своей, мы, журналисты, донашиваем славу великих предшественников, как донашивают одежду старших новые поколения», — печалится Савельзон.

Прав, прав мастер. Велико в нашем полку число граждан, искусных лишь в словесных упражнениях об общественной пользе. И газеты научились делать соответствующие. Одежка яркая, а ни уму ни сердцу.

Холодные редакции описывают какой-то другой мир, почти не пересекающийся с нашим.

Горячие — рубятся за правду и справедливость, невзирая на толстые и тонкие обстоятельства.



## НА ЛИЦО — КРАСИВЫЕ, А ВНУТРИ...



Российская пресса пытается идти в ногу со временем. Таково главное впечатление от изданий, присланных на конкурс «10 лучших газет России — 2016». Почти все перешли на цвет, почти все публикуют в первую очередь новости, а не публицистику.

С иерархией тем и работой с источниками — хуже. У многих главная первополосная новость — это отчет о мероприятии, а заметки о конфликтах нередко пишутся со слов одного собеседника без попытки пообщаться с другими участниками противостояния.

АЛЕКСАНДР  
КОЛЕСНИЧЕНКО,  
ДОЦЕНТ КАФЕДРЫ  
ПЕРИОДИЧЕСКОЙ  
ПЕЧАТИ ФАКУЛЬТЕТА  
ЖУРНАЛИСТИКИ МГУ  
ИМ. М.В. ЛОМОНОСОВА,  
ЧЛЕН ЭКСПЕРТНОГО  
СОВЕТА КОНКУРСА

Экспертам было предложено оценить 98 изданий, присланных на конкурс «10 лучших газет России — 2016». Большинство из них — это районки с тиражами 2—6 тыс. экземпляров. **Поэтому вначале — о районках.**

Зная «кухню» таких изданий, можно предположить, что делаются эти газеты силами трех-пяти журналистов, включая главного редактора. Каждый сотрудник еженедельно сдает несколько полос формата А3, и при такой загруженности многим приходится писать, в буквальном смысле не отрывая головы от компьютера.

Казалось бы, в такой ситуации сложно требовать высококачественную журналистику. Тут бы номер успеть сдать, «дыры» на полосах заткнуть и сделать это в рамках приличия.

**Однако вопреки ожиданиям подавляющее большинство газет оказались более чем симпатичными.** Да, возможно, это действительно лучшие 3% российских районок, которые отправили на конкурс три своих лучших выпуска за год. Но даже разовые достижения не случайны. Нельзя просто так прыгнуть в высоту на два метра. А если прыгнул однажды, то сможешь прыгнуть еще. И если прыгнули одни, то прыгнут и другие, когда начнут так же тренироваться.

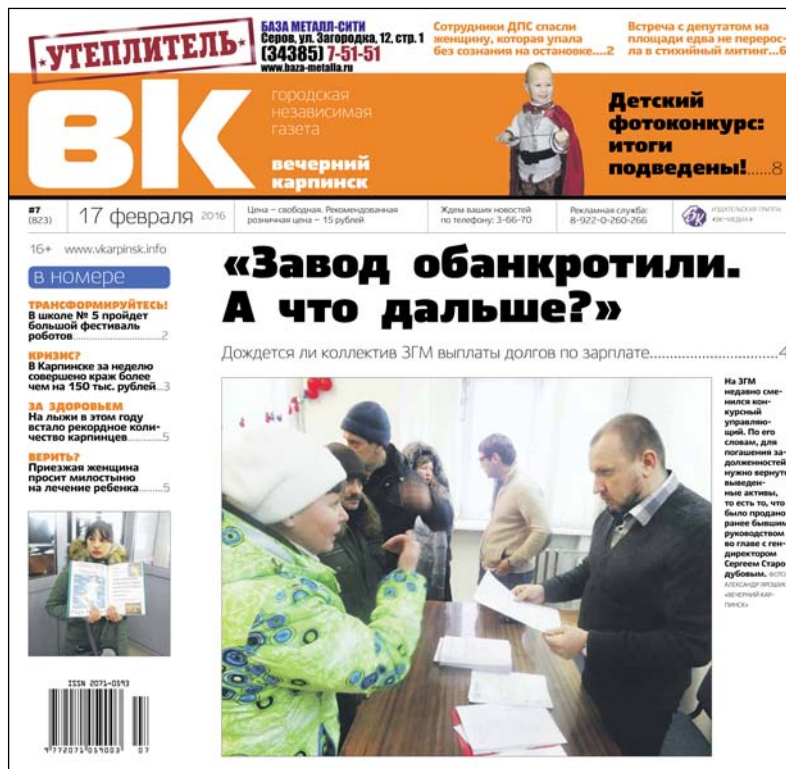
**Практически все присланные на конкурс издания выглядят современно.** Это касается и цветности (почти все издания полноцветные либо, по крайней мере, имеют часть цветных полос, включая первую), и подробности полос (никто не практикует «кирпичи», а у многих на полосе представлено по пять и более материа-



Илл. 1

лов), и иллюстративного ряда (качественные фотографии, коллажи, инфографика).

Разнообразна и жанровая палитра изданий. Встречаются сложные жанры, такие как расследование или житейская история. Много обратной связи с аудиторией, острых публикаций по результатам обращений в редакцию. Часть газет представляют собой **полноценные издания для семейного чтения**, в которых каждый найдет для себя что-то интересное. И, наконец, отраднo то, что в газетах доминируют именно новости, информация, а не публицистика, что было характерно для советской журналистики.



Илл. 2

**Во времена моего студенчества в начале 2000-х годов на факультете журналистики МГУ проводилась конференция, посвященная районной прессе.** И главный вывод той конференции заключался в том, что за первое постсоветское десятилетие районные газеты почти не изменились. Такая же верстка, такие же жанры, такое же восхваление местного начальства и «героев труда». Только место КПСС заняла другая партия. Теперь же я могу утверждать, что районки поменялись. По крайней мере, наиболее передовая их часть. Местная журналистика становится другой, что не может не радовать. Тем более, что это — самая востребованная журналистика. За пределами крупных городов люди читают прежде всего местную прессу, а не центральную или региональную.

Но если с дизайном районных изданий прогресс налицо, то работу с информацией часто успешной назвать нельзя.

# Главная беда районов — засилье того, что немцы называют «Termin-Journalism» (в переводе с немецкого «Termin» — встреча, мероприятие, заседание).

В информационной повестке многих изданий доминируют отчеты о мероприятиях: заседания, концерты, соревнования, вручения дипломов, встречи выпускников, чествования ветеранов и тому подобное.

Да, возможно, эти события достойны упоминания (на новостном безрыбье и это — рыба). Да, одна из функций СМИ — раздача символических статусов: об одном мероприятии написали, о другом написали много, то есть оно важнее, а о третьем не написали ничего, и его как бы не было. Да, читателям приятно увидеть себя в газете, и в этой связи публикации о мероприятиях — один из способов привязать аудиторию к изданию. Наконец, еще есть договоры об информационном обслуживании, есть ведомственная подписка, и тогда заметка о церемонии — это еще и пополнение редакционного бюджета.

Но сведение информационной картины к описанию мероприятий крайне обедняет повестку издания. Такое блюдо не спасти даже приправой в виде хроники происшествий. Если же про мероприятия писать не нейтрально (что получилось и чего не получилось), а презентационно (как здорово, что все мы здесь сегодня собрались), это — социалистический реализм, когда реальность принято было изображать не такой, какая она есть, а такой, какой она хорошо бы, чтобы была.

Например, что учительница отдает душу, преподавая свой предмет, а ученики все без исключения с теплотой вспоминают эту учительницу до старости лет. Публикации, рассчитанные на дураков, потому что умные прекрасно понимают, что там на самом деле было. Информация, лишенная содержания и смысла. Подобно тому, как на похоронах говорят, каким чудесным человеком был усопший, независимо от подлинного отношения к нему.

Реальность же — это в первую очередь не мероприятия, а жизнь, как она происходит сама по себе, и проблемы, с которыми сталкиваются люди. Этим в идеале и должна заниматься районная газета. Изучать жизнь района, какая она на самом деле и как она меняется (а сейчас все очень быстро меняется). Заниматься бытом, потому что именно он определяет качество жизни. ЖКХ и дороги, работы и зарплаты, образование и здравоохранение. Этим озабочены все или почти все семьи. И если решать проблемы журналисты не обязаны (это — задача представителей других профессий), то привлекать



Илл. 3

## внимание и организовать обсуждение — прямая обязанность и социальная миссия СМИ.

Есть издания, которые прекрасно это делают. Например, газеты «Борисоглебский вестник» (Воронежская область) и «Вечерний Карпинск» (Свердловская область) (Илл. 1, Илл. 2). Главные темы номеров этих изданий — острые проблемные ситуации, касающиеся жителей района. Как это контрастирует с первыми половинами многих других районов, где главная новость недели состоит в том, что кто-то посоветался и подвел итоги!

Во многих представленных на конкурс газетах острые темы есть. Но часто они почему-то запрятаны вглубь издания на одну из внутренних полос. Первая же полоса посвящена тому,

**4** ПОНЕДЕЛЬНИК, 18 ФЕВРАЛЯ 2016

**ГОЛОВОЛОМКА ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ**

### Впору добрых людей просить

**Березниковская пенсионерка потеряла «гробовые» деньги, которые копила 15 лет. Ни полиция, ни прокуратура бабушке ничем не помогли. Даже обидели. Столько лет труда и экономии — и всё впустую. Беда!**

**Татьяна Пилипенко**

Семья, в итоге и возбужденное уголовное дело ей, видимо, не помогло. Доказательств в прокуратуре, выданных на основании заявления, нет. Полиция тоже ничего не нашла. Но полиция не могла доказать, что бабушка не получила деньги от сына. И прокуратура отказалась от обвинения. Полиция не могла доказать, что бабушка не получила деньги от сына. И прокуратура отказалась от обвинения. Полиция не могла доказать, что бабушка не получила деньги от сына. И прокуратура отказалась от обвинения.

**«Прошлое и настоящее Березниковской Гражданки»**

31 Березниковская пенсионерка потеряла «гробовые» деньги, которые копила 15 лет. Ни полиция, ни прокуратура бабушке ничем не помогли. Даже обидели. Столько лет труда и экономии — и всё впустую. Беда!

**Ищем хорошие воспоминания**

Мы хотим работать для вас хорошие воспоминания. Мы хотим работать для вас хорошие воспоминания. Мы хотим работать для вас хорошие воспоминания.

**Еще одна беда многих районов — некорректная работа с источниками.** Часто проблемные материалы пишутся по обращению в редакцию, причем журналисты просто ретранслируют это обращение без попытки связаться с другими сторонами, выяснить их позицию и вообще разобраться, что на самом деле произошло или происходит. Например, возьмем публикацию «Впору добрых людей просить» из газеты «Березниковский рабочий» (Илл. 4).

Материал посвящен пропаже «гробовых» денег у пенсионерки. Женщина сняла деньги с банковского счета, по пути домой зашла в магазин, а дома обнаружила, что деньги исчезли. Полиция возбуждает дело отказалась, а прокуратура отказ признала законным. Все это написано со слов пенсионерки, которая пришла в редакцию и рассказала свою историю.

Пояснений полиции, прокуратуры и подсобного рабочего из магазина, который (рабочий) помог бабушке донести покупки домой, в материале нет. Хотя это более чем необходимо. Не потому что пенсионерка врет. Я охотно верю, что она действительно осталась без денег. Но она могла что-то забыть или недосказать, что показало бы историю в другом ключе. Посмотрите фильм «Рассеমন» и увидите, как каждая новая информация меняет понимание происходящего.

Сравним с публикацией «Terranullius: Ничья земля» из газеты «Борисоглебский вестник» (Илл. 5, Илл. 6). Материал посвящен заброшенным участкам в районном центре. Корреспондент не только прошел по этим местам и подготовил развернутый репортаж с иллюстрациями, но также представил позиции начальника отдела по управлению муниципальным имуществом и земельным ресурсам администрации городского округа, депутата городской думы, имеющего отношение к одному из этих участков, директора местного историко-художественного музея, супруги бывшего командира батальона и бывшего парторга батальона (ранее на одном из этих участков базировался инженерно-саперный батальон, а второй участок — бывший детсад для детей военнослужащих).

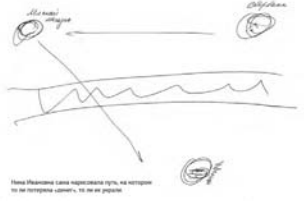
**Журналистика же — это прежде всего репортерская работа.** Сходить, посмотреть, поговорить, опросить все заинтересованные стороны, разобраться для себя, что происходит, и затем изложить читателю свое понимание с опорой на факты и высказывания персонажей. Именно качество репортерской работы определяет качество издания, и в зависимости от этого я как член жюри конкурса ставил свои оценки.

**Теперь про областную прессу. Здесь другие ресурсы: и человеческие (в редакции больше народу), и информационные (в ре-**

Илл. 4

что кто-то выступил с речью или сплался. Хотя есть издания, где первополосная тема — острая, а презентационные — внутри. Например, «Ольховатский вестник» (Воронежская область) (Илл. 3).

Хочется верить, что те, кто поступают иначе, действуют так из цензурных соображений, помещая внутрь номера то, что не пройдет на первой. А вовсе не потому, что искренне считают церемонии и пляски более важными, чем пожар, аварийный дом или обворованный пенсионер.

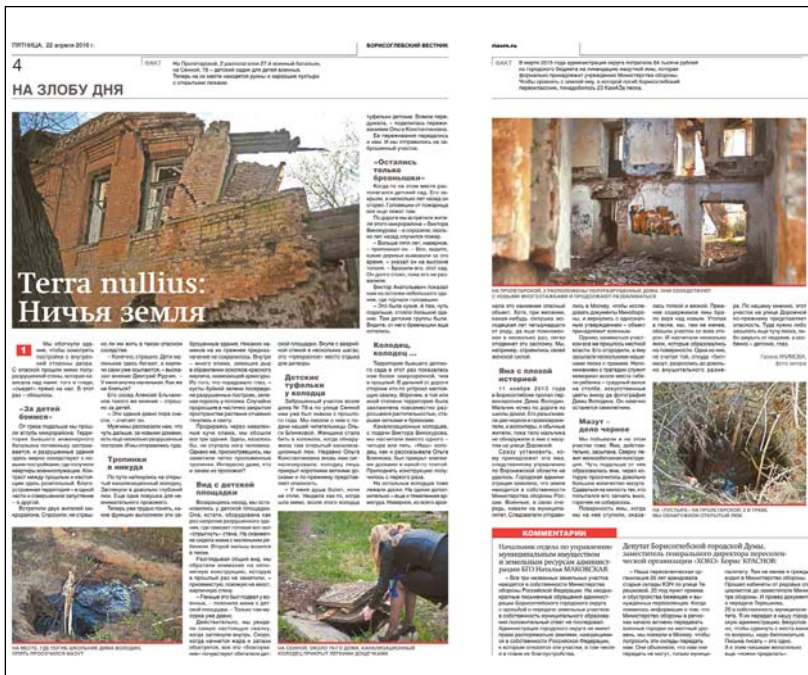


Татьяна Пилипенко, пенсионерка, потерявшая «гробовые» деньги.



Страница из газеты «Березниковский рабочий» с публикацией «Впору добрых людей просить».





Илл. 5

гионе происходит больше событий, чем в районе). К тому же в больших городах обычно свободнее атмосфера, можно называть вещи своими именами и меньше оглядываться на начальство. Да и хороших журналистов в крупном городе найти проще. Больше шансов, что они там вообще есть. Особенно если в городе есть факультет журналистики.

Но конкуренция в областном центре тоже другая. Если районке внимание гарантировано, потому что она — монополист и пишет лично знакомым читателям людей, то региональных газет выходит несколько, а пишут они больше про выдающихся (начальников, спортсменов, преступников и т.д.). Эффект того, что написали «про соседа», тут не работает, и без ярких историй — никуда. Причем нужно находить свои, местные яркие истории, потому что чужих и еще более ярких полно в телевизоре и в интернете.

**Образцовыми региональными изданиями я бы назвал воронежскую газету «Мое!» и якутский «Вечерний Якутск».** Оба издания — еженедельники, оба — толстые (40 и 52 страницы), оба пишут на



Илл. 6

«народные» темы, уделяют много внимания местным происшествиям и критично относятся к происходящему. Эти газеты также отличает хорошая репортерская работа: журналисты звонят, ходят, общаются с очевидцами и ответственными за случившееся, фотографируют. Превращаться же в презентационный листок для областной газеты еще более губительно, чем для районки. Районку будут читать хотя бы от безысходности, какого бы качества газета ни была. Областную же газету, сделанную, чтобы «было приятно» тем, о ком она пишет, аудитория попросту не заметит.



## «Шоу должно продолжаться», или Как удержать читателя

**Н**

есколько месяцев назад я попала в компанию коллег, где оказалась единственным представителем печатных медиа. Более того, малых печатных медиа. Коллеги из «Лайфа» и «Рамблера» не могли скрыть недоуменно-снисходительной полуухмылки: дескать, этот-то динозавр что здесь делает?

Такую позицию можно понять: печатные медиа уступают и проигрывают, как минимум,

в скорости. Тиражи газет уступают в основном и посещаемости сайтов электронных медиа. Еще лет пять назад газетчики вздыхали и безнадежно махали на это рукой, как бы априори капитулируя перед Интернетом. Однако, листая страницы газет, заявившихся для участия в конкурсе, можно увидеть, что многие с удовольствием и азартом царапаются за внимание читателя, чуть реже — работают с аудиторией с глубоким и толковым пониманием сути и нюансов процесса.

Меньшинство распространяет контент в режиме полноценной конвергентной редакции. Большинство, помимо газетных страниц, «ловит и привлекает» ЦА в любимых социальных сетях.

Известная строка из песни с одноименным названием «Show must go on» отлично иллюстрирует процесс взаимодействия с аудиторией современных печатных медиа. Потому что меняются правила игры, появляются новые способы распространения контента, костенеют и теряют эффективность привычные механизмы, но работа с читательской аудиторией, непрерывная стимуляция и удержание ее интереса, как один из основных китов успеха, остается.



МАРИЯ БАЗУНОВА,  
ЧЛЕН ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА КОНКУРСА  
«10 ЛУЧШИХ ГАЗЕТ РОССИИ-2016»

### СТАТИСТИКА И СОЦИОЛОГИЯ

Около половины просмотренных изданий проводят опросы (экспертные, интернет, уличные) и анкетирования своих читателей. Это достаточно высокий показатель. Результаты количественных опросов всегда интересны аудитории, потому что это способ самоидентификации (А сколько человек еще разделяют мое мнение? А я большинство или меньшинство? А где я в жизни данного социума? И т.д.).



Илл. 1

Экспертные опросы интересны читателю персонификацией мнения и аргументированным объяснением. Опросы выгодны журналисту, потому что данные социологических исследований, преобразованные в инфографику, упрощают восприятие текста, помогают вычлениить и заострить внимание на самом главном, являясь, по сути, **элементами объяснительной журналистики**.

У части изданий результаты опросов являются обязательной и привычной составляющей газетной полосы. В «Белгородской правды» рубрика «Опрос» всегда «живет» на второй полосе. Читателей знакомили с результатами опросов и на тему ограничения возраста продажи алкоголя, и на тему знания депутата своего округа.

К сожалению, читателю не рассказывают, сколько человек и когда были опрошены, поэтому нет четкого понимания, насколько точны зафиксированные тренды. Информация подана лаконично: в виде графика с процентным распределением.



Илл. 2

Газета «Городские вести» пошла дальше, помня, что «статистика — все равно что бикини: то, что она показывает, весьма привлекательно, но куда интересней то, что она скрывает». У них результаты опроса в качестве составляющей актуального материала. В публикации «В Свердловской области прожиточный минимум превысил 10 тысяч рублей» они приводят данные опроса о совокупном семейном доходе, отлично иллюстрируя областную новость локальной финансово-экономической ситуацией.

Пока результаты количественной социологии в меньшинстве (наличие статистических данных требуют подготовки и опроса десятков, а то и сотен человек). А вот всевозможные блиц-опросы, опросы и «вопросы недели», «глас народа» прочно поселились на страницах наших газет. Причем наряду с мнениями экспертов в

газетах можно встретить мнения и «простых» людей: пользователей, потребителей, участников...

Результаты таких опросов, как правило, публикуются с именем и фотографией. «Заря Кубани» вместо блиц-опроса по актуальной теме на первой полосе спрашивает читателей о том, что волновало их на этой неделе, и получает в ответ самые разнообразные размышления. Эти размышления, безусловно, интересны амплитудой мнений, хотя есть момент уместности локации этой рубрики именно на первой полосе.

Тем не менее, полученные высказывания могут стать как поводом для отдельных развернутых публикаций, так и помощью в информировании в легкой и ненавязчивой форме о чем-то и, возможно, формировании мнения у целевой аудитории, к которой принадлежит автор высказывания. Потому что любой опрос и высказанное публично мнение, так или иначе манипулятивная технология, которая помогает сформировать мнение у тех, кто не имел четко очерченной позиции.

Все опросы, экспертные оценки и комментарии — важная составляющая в погоне за удержанием интереса читателя, но после ужесточения закона о ПД такие необходимые инструменты взаимодействия с аудиторией потребуют от редакции дополнительных усилий и работы в условиях новых рисков.

## СОЦСЕТИ И ГАЗЕТА

Соцсети все чаще навязывают правила игры. Темы для публикаций мы чуть ли не каждую неделю черпаем именно оттуда. И немудрено! Лишь 3% газет, подавших заявки на конкурс, не имеют своих аккаунтов или

групп в соцсетях (собственных сайтов не имеют 10% газет).

Речь идет в основном об «Одноклассниках» и «ВКонтакте». Но все больше газет заводят свои профили в «Фейсбуке», «Твиттере», «Инстаграме», «Ютубе» и «Пинтересте». Даже столь обсуждаемый «Телеграм» больше не конкурирует с диджиталом.

Газета приспособливает диджитал под собственные нужды: отсюда мы берем новости, мнения, фотографии, переходы на сайт. Такой интерактив полезен, в первую очередь, редакции: одним кликом мы расшариваем новость по сети, тем самым экономя ресурс. Читатель же получает «свободный микрофон» в виде комментария под новостью и персональную «минуту славы» в случае, если его комментарий из сети попадает в газету.

Несмотря на то, что почти все газеты имеют аккаунты в соцсетях, лишь четверть из них переносит то, что пишется в диджитал, на страницы газет. Речь о комментариях. А ведь это еще один отличный способ интерактива. **Пожалуй, первенство в использовании контента соцсетей в газете можно отдать воронежским газетам.** «Вести Придонья» буквально полполосы каждого номера отдают под этот вид контента как самостоятельного жанра.

В рубрике «Голосуют» можно ознакомиться с результатами опроса на тему, где горожане планируют провести отпуск (опрос проводился в «Одноклассниках» и «ВКонтакте»). В рубрике «Пишут» — с письмами читателей, адресованных редакции через соцсети. Тут можно узнать и о

пропаже кота Марсика, который «загулял» с фото гуляки, и о жалобах на работу местного филиала банка и на работу общественного транспорта. Все что угодно.

Единственное, что стоит доработать, так это обратную связь в виде ответов на жалобы читателей в соцсетях. В рубрике «Комментируют» читатели высказываются о возможном отстранении российской сборной по футболу от чемпионата Европы из-за бесчинств болельщиков.

Газета «Курьер. Среда. Бердск» дополняет злободневный материал дискуссией на заданную тему с собственного сайта. Например, газетный материал «Родители собирают подписи против «антисемейного» закона» подкреплен комментариями на полполосы пользователей сайта, которых у этой газеты буквально громадь (Илл. 3).

Этот перенос сетей в газету отлично оживляет оффлайн, наполняет газету разнообразной палитрой, жизнью вне рамок муниципалитета и области, более того, заставляет читателей приобретать номера с их персональной «минутой славы».

Естественно, данный вид сетевого контента в большей степени подходит для малых медиа и общественно-информационных газет, нежели для региональных и деловых изданий. Но опять-таки, уже поминаемые выше **РКН и персональные данные усложняют публикацию комментариев из соцсетей, скорее всего, нивелируют их**, превратив в деперсонифицированных «Сашу К.» и «Машу Л.».

Челябинская газета «Искра» переносит не диджитал в оффлайн, а наоборот, отсылает читателей газеты на



Илл. 3

свой сайт и в группы в соцсетях. Таким образом, даже простая домохозяйка может понять, что больше фотографий с Дня города она сможет найти, зарегистрировавшись в группе газеты (**размещение QR-кода до сих пор непонятно большинству читателей малых медиа**). А получив нужные фотографии, эта домохозяйка начнет генерировать свой контент в виде фотографий, постов и комментариев под новостями.

Удачно сочетают в себе принципы конвергентной редакции и газеты издательской группы «ВК-Медиа» (Свердловская область) и «Парма-Новости». Эти издания отсылают читателя на сайт газеты, приглашая обсудить новость. Сайты газет усилены видеоматериалами и дополнительными подробностями, не вышедшими в печатной версии. Таким образом приведенные в пример **уральские газеты удачно работают над проникновением онлайн-аудитории в оффлайн и наоборот.**

Отдельно стоит упомянуть об интересном опыте «Березниковского ра-

бочего», который, по своей воле отказавшись от собственного сайта («пробовали: не пошло»), глубже многих других работает с аудиторией в соцсетях. Проанализировав, что основная аудитория газеты — пользователи «ВК», они создали там **имиджевые группы, каждая из которых работает по своему контент-плану и продает издательские товары.**

Одна из таких групп газеты — «Березники.Ретро» с фото- и инфоархивами. В группе можно найти ретромузыкальный контент и поучаствовать в разнообразных конкурсах.

Например, в «РетроФото» подписчицы размещали свои портреты, а другие участники их лайкали. Набравшие наибольшее количество лайков выбирали эпоху, лицом которой они хотели бы стать. Лучшим был подарен сеанс визажа в стиле ретро, сделана прическа и устроена фотосессия. Естественно, ход конкурса и итоги освещались в газете.

### МЕССЕНДЖЕРЫ

Согласно данным *eMarketer*, общее количество смартфонов в России в 2017 году достигнет 71,9 млн. Это значит, что каждый второй россиянин будет пользоваться и уже пользуется разными видами мессенджеров. Мессенджеры вытесняют звонки и привычные платные СМС. Однако **лишь четверть заявленных на конкурс газет используют в работе данный вид мгновенной коммуникации.**

И напрасно. Ведь с появлением мессенджеров конкурентная борьба за внимание стала еще жестче.

Коллеги уже писали о феномене якутского и северокавказского

WhatsApp, который буквально захватил внимание жителей этих регионов, консолидировав их в различные группы-каналы получения и обсуждения информации. Как быть офлайн-медиа, зачастую медлительным, неповоротливым и несвоевременным?

Встраиваться в это поле, создавать свои каналы с актуальными и нефейковыми новостями, наоборот, забирать информацию от подписчиков канала. Идти в самые популярные группы города, региона, села, наконец, активно присутствовать там, подтверждая, дополняя или опровергая обсуждаемую информацию. Мгновенно отвечать на вопросы, обмениваться контактами, фотографиями и навязывать свою повестку.

Написать сообщение «в телефон» проще и легче психологически, нежели позвонить. Легче, чем написать письмо на электронку. Ведь в мессенджерах ты зачастую деперсонифицирован, что импонирует и облегчает задачу. Тебе не надо подбирать слова, как во время телефонного разговора.

**Самый популярный мессенджер — WhatsApp. Реже мелькает Viber. Буквально единично реже — Telegram.**

Новохоперские «Вести» в рубрике «СМС-Беседка» публикуют короткие новости, жалобы (без ответов), замечания читателей. За лучшую новость обещают 100 рублей. Насколько актуальны эти 100 рублей за новость — большой вопрос.

«Волжская правда» в рубрике «Группа «Волжск». Я в курсе!» публикует присланные фотофакты с текстовой подклишкой. Отсылками на мессенджеры WhatsApp, Viber и другие

возможные каналы связи пестрят колонтитулы «Городских вестей» Ревды и Первоуральска.

Внятной, серьезной работы с мессенджерами в виде взаимонаправленного обмена информацией с читателями, а не только сбором мнений и фотографий, не встретилось! И это очень тревожный сигнал, показывающий, что газеты и здесь отстают в экспансии своего контента.

### ПИСЬМА ЧИТАТЕЛЕЙ И ГОРЯЧИЕ ЛИНИИ

Такой вид связи с аудиторией, как письма (зачастую отправленные «Почтой России»), по-прежнему держат пальму первенства в налаживании коммуникации с читателями. И если какие-то жалобы с сайта редакции часто оставляют без внимания, публикуя их в виде неких критических замечаний, то письма читателей сопровождаются подробным ответом.

В искусстве обратной связи с аудиторией покорила «Курьер. Среда. Бердск». Буквально под каждым материалом идет предложение написать на электронную почту и поразмышлять, поделиться мнением на данную или близкую ей тему.

Например, в конце материала «Семь вопросов о дополнительном образовании» размещено предложение написать на электронный адрес, ответив на вопрос: «Сколько дополнительных занятий в неделю посещает ваш ребенок?». В материале «Железным забором закрыли дороги» читателям в конце предлагают прислать ответ на вопрос: «Владельцы домов сделали благое дело?».

Таким образом, читатель вовлекается в непрерывный обмен мнениями

на самые разные темы. Он, по сути, становится сотворцом газеты, ведь потом свое мнение он может встретить на газетной полосе.

Кроме привычных писем и ответов, которые отправляются в газету стихийно, все чаще офлайн-издания проводят горячие линии с возможностью задать вопросы онлайн и даже посмотреть линию в «Ютубе». Газета «Тюменская область сегодня» проводила прямые линии с ведущими специалистами профильных департаментов по актуальным вопросам, а на прямую линию с губернатором читатели прислали в газету 375 вопросов.

Еженедельный прием в общественной приемной «Пензенской правды» ведется крупными городскими и областными чиновниками.

«Вечерний Северодвинск» открыл «Ледовый штаб «Вечерки», который зимой принимает жалобы и борется с сосульками. Летом популярностью пользуется «Ямочный штаб «Вечерки», куда стекается вся информация о наиболее проблемных участках дорог внутри дворов.

«Воскресенская жизнь» организует горячие линии в рубрике «Дежурный по району». Часто письма читателей становятся поводом для журналистских расследований, превращаясь в лонгрид.

Малые медиа должны наполовину состоять из писем читателей и ответов на их вопросы. Удивило то, что есть такие, что состоят из чего угодно, только не из читательского творчества и откликов. Это притом, что **в малых городах газета должна закольцовывать на себе общественный интерес, являясь антропо-**

**центричной изначально, а не административно-совещательной по сути.**

**АКЦИИ. ПРОЕКТЫ. КОНКУРСЫ** — та составляющая жизни газеты, без которой сегодня, пожалуй, не живет ни одно издание. Другой вопрос, насколько они необходимы и какая польза будет в итоге. Ведь часто редакционный коллектив затевает акцию по принципу «а давайте сделаем/проведем...», не отдавая до конца отчет, в какие временные и финансовые затраты эта идея может вылиться. Не понимая, на какие промежуточные задачи надо разбить реализацию проекта для достижения конечной цели. Такая движуха ради движухи.

**Любая движуха должна преследовать достижение хотя бы одной из двух, на мой взгляд, основных целей:**

**1** Улучшение имиджа издания и, как следствие, монетизацию проекта в виде новых подписчиков или хотя бы удержание внимания настоящих читателей и подписчиков;

**2** Выполнение конкретной социальной миссии (оказание помощи нуждающимся, просветительская деятельность во всех сферах жизнедеятельности человека).

Все, что не относится к этим двум основным целям, — заигрывание с аудиторией и изматывание коллектива.

Отдельно хочу отметить окологазетную деятельность «Березниковского рабочего», которая превратилась в самостоятельное коммерческое направление. Это, пожалуй, уникальный



Илл. 4

пример, когда **на базе газеты фактически создано самостоятельное направление, приносящее вполне ощутимый доход.** Речь о пространстве развития «Клевер» — учебном центре «Березниковского рабочего». Сегодня это коммерческое подразделение, которое приносит организации 20% дохода.

**Интересны акции по буккроссингу «Учалинской газеты»** <http://uchalinka.ru>: установке буквodomиков в местах наибольшего скопления людей, сделанных по заказу и на средства редакции и «Городских вестей» Первоуральска. Они осуществляют «круговорот» нескольких сотен книг в библиотеке, созданной при редакции.

На базе газеты «Заря» (Полтавка) действует **пресс-клуб**. Создав несколько лет назад в заброшенной типографии, редакция сама его содержит, не только принимая спикеров, но и проводя мастер-классы местных умельцев. К сожалению, о монетизации данного направления информации нет.



Илл. 5

Другие околোগазетные проекты, которые в будущем могут принести изданию дивиденды в виде кадров, — школы журналистики «Шахтинских известий» и «Березниковского рабочего».

**Газетные ивенты** стоит упомянуть отдельно. Это события и мероприятия, призванные привлечь внимание читателей и омолодить читательскую аудиторию. Это не только авторитет и промо, это еще и трафик на сайт, популярность и зачастую деньги.

Это **велопрогулки** «Городских вестей» и «Городских вестей. Первоуральск», Библионочь «Городских вестей. Первоуральск», соревнования по зимней рыбалке «Все на лед» «Стальной искры», патриотико-просветительский проект «Кузнецовская тропа» «Тюменской области сегодня», поэтический баттл «Пензенской правды», детский творческий проект «Первый шаг» газеты «Пролесной».

К сожалению, не все эти инициативы и проекты редакциям удалось монетизировать. Преуспели в этом «Городские вести», зарабатывающие и

на велопробеге, и на мастер-классах «Город мастеров» (4000 рублей за каждый мастер-класс).

**Спорт и ЗОЖ.** Особенно модными, привлекающими внимание читателей в 2016 году стали всевозможные **«похудейки»**. Отлично реализовали такие проекты «Красный Север» (г. Салехард), «Вечерний Карпинск», «Городские вести», «Эхо». Целыми семьями худели читатели газеты «Ясно! Центр».

Отошли от формата похудения, проведя конкурс на выносливость «Сильная мама», в газете «Искра» (г. Оричи). Проект «Свободного курса» «Движение — жизнь» на примере алтайских вивов рассказывает историю поддержания ими здорового образа жизни.

**Краеведение.** Сюда можно отнести проекты и конкурсы о малоизвестных фактах родного города и села, его туристическом потенциале. В результате редакционной синергии в проведении акции по спасению дома Валентина Пикуля в Северодвинске «Вечерним Северодвинском» была организована большая просветительская работа и, что самое главное, спасен от сноса дом писателя.

Хорошо и визуально интересно реализован конкурс газеты «Диалог» «Узнай свой город»: читатели отгадывали, какой объект изображен на старой фотографии, и приносили сегодняшний снимок этого объекта. Самые лучшие фото были удостоены призов.

Интересный с точки зрения краеведения проект «История одного дома» реализуется газетой «Центр». Там рассказывают, как устроена жизнь в самых известных и необычных домах Ижевска. Герои материалов — старожилы — вспоминают, как жили в

этих домах в советское время. Публикации породили большой отклик со стороны читательской аудитории. Многие бывшие соседи, потерявшие связь, нашли друг друга.

Проекты, посвященные **внутреннему туризму**, успешно реализуются в «Заре» (г. Бобров), «Змеиногорском вестнике», «Искре» (с. Еткуль), «Канских ведомостях», «Перекрестке», «Тюменской области сегодня», «Саткинском рабочем», «Шалинском вестнике».

**Благотворительность.** Таких проектов и акций в газетах, пожалуй, преобладающее большинство. Журналисты «Пензенской правды» рассказали историю 13-летнего Сережи Кетова, страдающего тяжелым недугом. Откликнувшиеся на газетную публикацию не только помогли ребенку наполнить мешок Деда Мороза, но и подарили два костюма новогоднего волшебника.

Газета «Мой PRO Город» совместно с салоном красоты стильно и модно постригла детей, живущих в детдоме.

Большое количество газет — «Бонус», «Вести Придонья», «Вестник Балтийска», «Копейский рабочий» и многие другие — организуют сбор средств, привлекают спонсоров и рассказывают о судьбах инвалидов и онкологически больных детей. Поднимают достаточно закрытую тему синдрома Дауна в рамках проекта «Радужные дети» в «Городских вестях», оказывают помощь дому престарелых читатели «Кантемировского вестника».

Плюсом к вышеуказанному практически все издания занимаются профилактикой социального сиротства, помогают устраивать в семьи детей-сирот.

**Гражданская инициатива и народный контроль.** Это проекты, связанные с активным участием общественности в жизни города и контролем над их осуществлением. Так, вместе с общественностью и читателями журналисты газеты «Змеиногорский вестник» создали общественные структуры контроля за работой органов власти и различных служб, запустили онлайн-школу общественных контролеров. Всего вышло 10 специальных приложений, подготовлена и издана брошюра для общественных контролеров (Илл. 4).

Похожий проект «Народный контроль ЖКХ» реализует газета «Вечерний Северодвинск». Большая часть их материалов посвящена капитальным ремонтам домов.

Газета «Глобус» реализует масштабный проект «Визитеры — общественное наблюдение», вышедший за рамки муниципалитета.

Проект «Народный контроль» «Нейвы» вырос из другого проекта — «Дороги Новоуральска». Газета самостоятельно разработала карту ремонта дорожной сети Новоуральска, куда нанесла все участки дорог и тротуаров, запланированных к ремонту в текущем году, с указанием сроков и сумм выделенных на это из бюджета средств.

Совместный проект этой же газеты и администрации «Народный бюджет» ставил задачей собрать народные инициативы и предложения с последующим включением в бюджет округа для финансирования.

«Сельские новости» совместно с администрацией и жителями реализовали проект по производству соци-

альной рекламы «Ударим словом по беспорядку» (Илл. 5).

**Польза и антикризисные рецепты.** Всегда актуальные и беспроигрышные с точки зрения привлечения внимания проекты. Особенно сейчас, во время огромного выбора товаров и услуг.

«Вечерний Карпинск» в проекте «Новый поворот/Кризис» рассказывает о возможностях кризисного времени, а также о том, как и на чем можно сэкономить, где и когда выгоднее покупать (например, ликбез по покупке ж/д билетов), получать нужные услуги, найти помощь.

В цикле «Кризис-центр» «Воронежского курьера», качественно и затейливо сверстанного, журналисты рассказывали о путях минимизации последствий кризиса применительно к обычному человеку. Например, как открыть ИП, нюансах обращения в ломбарды, разъясняли подводные камни ипотечного кредитования.

«Голос Правды» и «Рязанские ведомости» помогли читателям повысить уровень юридической грамотности, разъясняя читателям, как расторгнуть договор ОСАГО, в каких случаях у жильцов могут отобрать дом и кому положена выплата в 5000 рублей.

«В каждый дом Североуральск» учил экономить. Например, на свадьбах. Журналисты не только дали дельные советы молодым, но и провели масштабное исследование цен на товары для молодоженов в магазинах города. В подвале рубрики есть и специальный блок для рекламодателей «Цена недели», позволяющий монетизировать проект.

Развороты «Жить не тужить» «Зареченской ярмарки» содержат обзор местного рынка и советы читателям, как оптимизировать семейный бюджет («Утепляемся и удивляемся», «Оптимальная аптечка» и др.) (Илл. 6).

«Жизнь и кошелек» «Змеиногорского вестника» родился на примере «Пензенской правды». Раз в месяц газета проводит мониторинг цен на продукты питания, анализирует произошедшие изменения при помощи жителей и экспертов. Читатели используют мониторинг в практической жизни (например, при выборе ингредиентов для салата).

**Отлично монетизирован проект-навигатор по ценам** на группы товаров «Саткинский рабочий». В нем наряду с полезными советами и справочными материалами есть реклама, мониторинг цен и полезные телефоны по теме.

Что смутило: буквально клонированное и неоригинальное слово «кризис» в названиях рубрик.

**Борьба с социальными недугами и болезнями.** Это проекты и акции, направленные на профилактику ВИЧ, туберкулеза, наркомании, алкоголизма и др. «Воскресенская жизнь» организовала акцию «Прозрение», опубликовав 55 материалов объемом 24 полосы, посвященных проблеме алкоголизма в районе.

«Ольховатский вестник» провел совместную акцию с больницей «Победим туберкулез вместе». К акции подключились известные люди района, которые сами сделали флюорографию и призвали всех ольховатцев





Илл. 6

сделать то же самое, чтобы сохранить здоровье.

Газета Торжка реализовала социальный проект «Торжокская неделя против наркотиков!!!» совместно с подростковым клубом «Борец».

**Патриотизм.** Одна из самых масштабных акций, о которой уже неоднократно было написано в ЖиМе, — акция «Бессмертный полк» на Алтае, у истоков которой стояла газета «Свободный курс». В алтайский полк записано рекордное в России количество историй — более 25000. В парадах 9 мая 2016 года участвовало около 50000 человек.

«Саткинский рабочий» в проекте «Национальная палитра» рассказывает о различных национальностях (а их более 50), населяющих Саткинский район. «Ясно! Центр» составляет Книгу памяти участников ВОВ района,

«Призыв» (Домодедово) проводит фотоконкурс «Мой дедушка защищал Москву», «Тюменская область сегодня» — фотоконкурс «Сибирь.doc», популяризирующий жизнь в Сибири и сибиряков, «Пензенская правда» — фототрибуна «Мой день Победы».

Вообще, интерес к военной теме (ВОВ, Гражданской войне, локальным военным конфликтам) не угасает.

**Детская тема.** Все, что связано с выпускниками из детских садов, школ или, наоборот, первоклассниками, всегда получает большой отклик у читателей и отлично монетизируется. Так, «Голос правды» и многие другие издания реализуют проект «Прощай, школа», публикуя фото всех выпускных классов. Делается это бесплатно. За небольшие деньги родителям предлагают поздравить детей и поблагодарить педагогов. Все одиннадцатиклассники на выпускном вечере получают в подарок этот номер газеты. А еще это дополнительный тираж

для газеты. Проект прибыльный за счет поздравлений и рекламы.

Акция «Первый день рождения» газеты «Городские вести» проходит уже не первый год.

На тематической страничке проекта «Волгорята» «Волжской правды» размещены фото детей — участников различных конкурсов, детские рисунки, рекомендации по выбору лучших книг для детей.

Огромное количество всевозможных фотоконкурсов с детьми также имеет хороший отклик у аудитории.

**Собственный PR-продвижение газеты.** Конкурсам и акциям по продвижению издания, эффективности подписной кампании — несть числа. Ну это и верно, потому что было бы странным не использовать имеющийся ресурс в виде газеты и сайта. Аксию «Дерево добра», убивающую сразу нескольких зайцев (увеличение тиража, продвижение газеты и помощь малоимущим) реализует якутская газета «Она+».

Редакция составила список малообеспеченных людей, которые не могут позволить себе подписку, а потом обратилась к известным людям города с просьбой сделать доброе дело в канун Нового года. В итоге нуждающиеся получили не только подписку, но и подарки от друзей и партнеров редакции. Подобную акцию «Больше, чем слова» реализовал и «Березниковский рабочий»: депутаты местной Думы, предприниматели, организации, обычные березниковцы подписали на газету малоимущих земляков.

Тусует редакционных троллей «Воскресенская жизнь», призывая их к совместному сотворчеству. В ре-

дакцию приглашаются критически настроенные люди. «Волжская правда» реализует проект «Читающее такси», отдавая нереализованный возврат газеты компании, занимающейся пассажирскими перевозками. По заверениям коллег, в лице такси они приобрели надежного бизнес-партнера. О том, вырос ли тираж издания, не говорится.

«Вести» (Новохоперск) проводят акцию «День рождения». Это ежемесячный розыгрыш приза среди подписчиков — именинников месяца.

«Дни подписчика» устраивают газеты группы «VK-Медиа», «Городские вести», «Звезда» (г. Бобров). В такие дни можно подписаться на газету со скидкой или получить подарки от редакции. Таким образом, редакции экономят свой ресурс: читатели централизованно и одновременно приходят к ним сами.

Также интересна акция «Счастливый дом», которую проводят газеты группы «VK-Медиа». Они разносят свежий номер по конкретным адресам (каждый раз новый охват аудитории), тем самым организуя промоакцию издания. В газетной публикации об этом событии указывают, сколько стоит подписка и где расположен ближайший пункт подписки на газету.

Масштабно в 2016 году подписную кампанию провела «Семилукская неделя». Газетчики объехали все населенные пункты района. Жители смогли пообщаться с журналистами, рассказать им о проблемах. Вместе с журналистами в населенные пункты выезжали специалисты пенсионного фонда, социальной службы, Росре-



Илл. 7

эстра... Читатели могли на месте заказать необходимые госуслуги.

С апреля по декабрь «Березниковский рабочий» проводил подписную кампанию под названием «Антикризисная подписка». Ее основная идея — в стране кризис, все дорожает, поэтому надо экономить. Они предлагали ловить моменты скидок и подписываться на газету дешевле. Каждый месяц проходила определенная акция со скидкой. Например, в мае — скидка ветеранам ВОВ и труженикам тыла, с июня по август — скидка на подписку в сумме 36 рублей (36 рублей — это плата за проезд от дачи до редакции и обратно).

**РЕЗЮМИРУЯ ОБЗОР ГАЗЕТ НА ПРЕДМЕТ ИХ РАБОТЫ С АУДИТОРИЕЙ**, отмечу, что, несмотря на открыто сложный период в жизни большинства редакций (наверное, один

из самых сложных за последние годы), в газетах есть жизнь. Они не отчаиваются, а «отчаянно шевелятся», сопротивляются, не опускают рук.

Да, иногда шевелятся с запозданием.

Да, не все используют возможные средства и инструменты, чтобы заинтересовать читателя и вовлечь его в сотворчество.

Да, иногда под громким словом «проект» подразумевается одна публикация, а не «тщательно разработанный и планомерно реализуемый алгоритм...».

Но если даже эта единственная публикация заставила задуматься, зажгла сердце и душу, породила цепочку ответных реакций, наконец, побудила оформить подписку — эта редакционная синергия уже не прошла даром.

&

# МОЯ ГАЗЕТА

Довольно давно в одной из телевизионных программ увидела я сюжет, который заставил меня задержаться у экрана. Речь шла о том, что еще в середине прошлого века ученые и военные начали совместную работу над созданием системы радиолокационного распознавания «свой-чужой». Не будучи специалистом в этой области, я тогда поняла главное: задача этой системы — быстрая и четкая идентификация принадлежности объекта...

Про судьбу системы сейчас ничего не знаю, но с жесткой установкой на «свой-чужой» в нынешних реалиях все мы сталкиваемся постоянно...

Исследования Фонда «Общественное мнение» (26.06.2016) показывают, что круг «своих» заметно сужается: опрошенные признавали, что в сложных ситуациях они прежде всего рассчитывают на помощь и совет родных, друзей и работодателей — всех, с кем могут откровенно поговорить о проблеме или обсудить сложившуюся ситуацию. Входит ли местная пресса в круг «своих»?

НАТАЛИЯ СКВОРЦОВА,  
ЧЛЕН ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА  
КОНКУРСА



## «СВОЙ» — «ЧУЖОЙ»: ТЕХНОЛОГИЯ РАСПОЗНАВАНИЯ

Скорее — да, доказательство — сохраняемые тиражи и иные формы устойчивой связи между газетой и читателем... Но, как и системе «свой-чужой», газете важно правильно понять запрос и правильно на него отреагировать: система ошибок не прощает...

Что же предпринимают местные издания, чтобы оставаться с читателем?

Добрая сотня изданий, представленных для участия в конкурсе «ТОП-10 лучших газет России», ищет и находят ответ на этот вопрос. Значительная часть изданий, выходящих ежедневно, в силу разных причин за последние годы поменяла формат: лучшие еженедельники по-новому работают с информацией, оставляя читателю возможность неспешного чтения от номера до номера.

Прочитать почти триста номеров — труд непростой, но большой массив дает представление о том, как изменяется содержательная модель успешных газет, выходящих в провинции. Изменяется, сохраняя за собой базовые задачи издания.

**«Быть курсе!»: информация открывает нам новые возможности...** Информационная повестка дня для местного издания — дело непростое. У еженедельника всегда есть конкурент, который опередит, успеет рассказать о происшедших событиях раньше...

Как говорится, сайт вам в помощь (и правда — сайт газеты выручает в том случае, когда информация действительно признается оперативной), но реалии таковы, что теперь журналисты должны приложить большие усилия, чтобы на информацию читатель свое внимание обратил и значимость ее оценил. Первые полосы почти всех местных изданий отданы анонсам и новостям...

С большим или меньшим успехом их используют и для размещения рекламы, но в качественном издании новости, события и факты, открывающие новые возможности для читателя, — это главное: «Три часа в небе —

и Эрмитаж перед вами» — открытие для жителей Ямала новых авиационных маршрутов из Салехарда в Санкт-Петербург («Красное знамя», Салехард), «Первые малыши» — в Оренбурге заработал новый перинатальный центр («Оренбуржье»), подробные рекомендации по оформлению «дальневосточного гектара» («Хабаровский край сегодня»).

И такие подходы к новостям на первой полосе демонстрируют не только газеты крупных городов. Радует, что с полос городских газет и районов уходят тоскливые до невозможности рубрики типа «Официально» или «На планерке у главы»... И не потому, что не нужна такая информация — она очень нужна и важна людям, живущим в районах, но профессиональные коллективы понимают: информация эта должна быть подана так, чтобы люди прочли и поняли, зачем она им и почему появилась на полосе, какие возможности перед ними открывает...

**Многие издания активно работают с цифровыми данными**, развивают это направление, разъясняя значение этих данных для территории или для конкретного человека. И многие уже **не удовлетворяются традиционными «цифрами недели» или «цифрами месяца», а идут дальше, подкрепляя эти данные серьезными публикациями**. Так, например, в одном из номеров газеты «Красный Север» (Вологда) приведена цифра, дающая представление о масштабе ипотечного кредитования в области. А следом издание размещает публикацию о деятельности коллекторских агентств... Такое соседство на полосе, разумеется, не случайно, цель его — сформировать ответственное обращение с собственными финансовыми ресурсами.

**ВМЕСТЕ! — понятие ключевое...** В ситуации, когда центробежные силы активно работают, **интеграционная функция СМИ становится особо востребованной**. Местные сообщества готовы к решению важных для территории и ее жителей задач, и газеты делают многое для того, чтобы понятие «вовлеченность» становилось в один ряд с пониманием гражданской активности.

Издание объединяет своих читателей на решение проблем территории: «Сообщи, где торгуют отравой!» обращается к своей аудитории газета «Воскресенская жизнь» (Нижегородская область). И призывает всех начать компанию против распространения в районе опасных спиртосодержащих жидкостей, вовлекая жителей в процесс журналистского расследования, которое со временем приобретает широкий общественный характер.

«Живи, а не выживай! Мы в ответе за тех, кого приручили!» — так *глазавская газета «Красное знамя»* призывает земляков включиться в решение вопроса о защите бездомных животных. Журналисты *вологодского «Красного Севера»* объединяют жителей области на активные действия, связанные с проблемами социального сиротства, жители Рев-

ды при поддержке своей газеты организуют общественное движение за качество автомобильных дорог.

Отдельное направление в работе местных газет — помощь людям, попавшим в трудную жизненную ситуацию. В этих случаях газета тоже объединяет людей — традицией становятся обращения изданий к своим землякам, мотивирующие их на участие в добрых делах: газета «Мое!» (Воронеж) на полосе «Милосердие» рассказывает о трех детских судьбах, семьях, нуждающихся в помощи, в «Березниковском рабочем» хочется отметить трогательную первополосную публикацию «Как я потерял все, но нашел Машу», рассказывающая о молодом человеке, получившем компрессионный перелом шейного позвонка, и также нуждающемся в помощи...

И пока не утихают споры о том, кто и как должен помогать людям, попавшим в беду, газеты объединяют своих читателей, чтобы решить проблемы земляков. Вместе...

**Теория и практика своевременного совета: контент вам в помощь...** Читаю газету за газетой и понимаю: давняя шутка о том, что мы живем в стране советов, по-прежнему остается актуальной. Только реалии корректируют ее эмоциональную окраску: теперь советы — важная и очень востребованная составляющая содержательной модели любого издания. Стремительно меняющиеся жизненные обстоятельства ставят перед людьми вопросы, на которые им трудно ответить самостоятельно, создают обстоятельства, с которыми не каждый может справиться... И тут своему читателю на помощь приходит газета, разъясняя, предостерегая, советуя.

Задача таких публикаций — вооружить человека новыми знаниями, снабдить алгоритмом решения тех или иных проблем, вернуть веру в то, что возникшая проблема

— решается и обязательно (обязательно!) будет решена.

Специалисты утверждают, что социализация — это процесс усвоения человеком социального опыта и достижение на его основании определенного (и очень важного для жизни!) результата. Местные СМИ вместе с профессиональными экспертами (юристами, психологами, врачами) активно работают на этой площадке, производя **полезный контент**, современный и востребованный.

Повышение уровня финансовой грамотности населения — одно из важных направлений этой работы. «*Вечерний Карпинск*» размещает материал «Сам себе антиколлектор», отвечающий на большие вопросы нашего времени: как не попасть в кредитную кабалу? как произвести реструктуризацию долга? «Змеиногорский вестник» ведет проект «Жизнь и кошелек», направленный на повышение уровня финансовой грамотности.

Гурьевская «*Знаменка*» в публикации «Дареный конь» оскаливает зубы» разъясняет последствия различных форм мошенничества, а материал «Кредит с нагрузкой», используя традиционный прием «житейских историй», на печальном опыте реального человека рассказывает о приемах, которыми пользуются недобросовестные кредитные организации, обманывая своих клиентов.

Еще одно важное и востребованное направление «советов» — согласование интересов взрослых и детей, приводящих к серьезным семейным конфликтам. Серьезная публикация «Из дома — в картонную коробку» («*Городские новости*», *Красноярск*) не просто рассказывает о деятельности общественной организации, занимающейся поиском пропавших детей — она формулирует серьезную проблему современного общества, в основе которой — столкновение родительских и детских амбиций, разного жизненного опыта, психологические просчеты.

Технологиями выхода из критических для семьи ситуаций читателей «вооружает» практикующий психотерапевт, объясняющий природу возникновения надуманных детских страхов, — и делает это убедительно, спокойно, вселяя в нас уверенность, что проблема поддается решению. Газета «Оренбуржье» в материале «Домашние протесты» поднимает вопросы права ребенка на выбор, идущий вразрез с мнением окружающих взрослых. На искренние и очень «больные» вопросы, встающие перед взрослыми, найти достойные и взвешенные ответы также помогает психолог...

Экспертное сообщество, понимание «болевых точек» современного общества — все это делает «полезный» контент по-настоящему востребованным, а деятельность издания в этом направлении — важной и значимой.

Говоря об этой работе, нельзя обойти вниманием еще одно — третье направление «полезных советов» — **прагматичный подход к решению вопросов организации жизни и быта семьи**.

«*Березниковский рабочий*» учит читателей проверять качество продуктов в местных магазинах, *первоуральские «Городские вести»* в публикации «Лучше Суздаль, чем Шри-Ланка» советуют, где можно провести новогодние праздники, североуральская газета «*В каждый дом*» подсказывает бюджетные варианты празднования свадьбы, *ревдинские «Городские вести»* дают рекомендации, как легче перенести знойную погоду, сопровождая их лайфхаками, а *серовский «Глобус»* в материале «Трое вышли из леса» советуют, как заблудившемуся человеку выжить в лесу (Илл. 1).

Все эти проблемы, большие и маленькие, могут возникнуть у любого человека, в любой семье. И газеты понимают это, помогая своему читателю, предостерегая его, советуя, вооружая полезными знаниями на основе доступных журналистских технологий: классический прием «вопрос-ответ» позволяет читателю соотнести свои проблемы с проблемами других людей и воспользоваться их опытом, профессиональный статус привлекаемых экспертов формирует у аудитории доверительное отношение к рекомендациям, а прием информационного пакета, освоенный рядом изданий, помогает структурировать разнообразные виды информации.

**Неспешное чтение: увлечения и развлечения...** Читая местную прессу, приходишь к невеселому выводу о том, что познавательные и развлекательные ресурсы наших изданий пока не балуют разнообразием: в активе — довольно значительные по объему и количеству материалы, связанные с историей родного края, небольшие рецензии на различного уровня культурные события, сканворды, анекдоты, изредка — забавные карикатуры. Начинаешь понимать тех, кто в свободную минуту в поисках занимательного от газеты поворачивается к телевизору...

Именно поэтому важно и нужно отметить те попытки, которые коллеги предпринимают в стремлении увлечь и развлечь свою аудиторию. Пола-

гаю, что с большим интересом читатель прочтет о том, как впервые в Елабуге прошла «Ночь науки» («Новая Кама», Елабуга), из публикации «Все у вас, как на параде...» («Сельские новости», пос.Бреды Челябинской обл.) узнает о сложившихся правилах общения в межрайонных автобусах, сельских магазинах, традициях приветствия в деревнях и, возможно, посмотрит на себя со стороны (Илл. 2).

Газета «Мое!» (Воронеж) знакомит с новым видом развлечений — реалисти-квестами, а кировская «Мой ПроГород» специально для мужчин создала словарь «женских» слов... Порой — это чтение увлекательное, иногда становится забавным, но и с учетом этих попыток не оставляет мысль о том, что разработка познавательно-развлекательного направления у местной прессы пока не в приоритете...

### **КОРОТКО — О ЖАНРАХ: КАК ЭТО У НАС ПОЛУЧАЕТСЯ**

Сколько бы теоретики и практики медиа не дискутировали о важности жанрового разнообразия в СМИ, репортаж, интервью и портрет остаются базовыми для тех изданий, которые были представлены на конкурс.

**Репортаж** в местных изданиях встречается не так часто... хотя и странно это, потому что для аудитории провинциальных территорий СОБЫТИЕ как факт общественной или личной жизни всегда интересно и востребовано. И есть примеры, которые нас в этом убеждают...

Масштабный разворот «Мы не хотим быть участниками аварийного движения!» («Городские вести», Ревда) вполне соответствует требованиям жанра: есть нерешаемая властями проблема, есть событие (жители города собрались, чтобы самостоятельно засыпать ямы на дорогах), имеющее свою «географию» (четыре улицы города), есть введенный журналистом прием хронометрирования происходящего, а главное — есть граждански активные люди, своим примером показывающие властям, как нужно решать важную для города проблему, объясняющие свою мотивацию... А еще есть разные точки зрения на событие, представлена реакция властей и реакция общественности, есть ссылка на группу ВКонтакте «Скорбим по дорогам Ревды», где дискуссия развивается — все, что убеждает нас в профессионализме издания и его сотрудников...

«Я чувствую, что живу не зря» («Белгородская правда»), — говорит о себе сельский фельдшер Татьяна Ковалева. Используя сугубо репортажный прием (один день из жизни сельского фельдшера), журналист включается в процесс, наблюдает за тем, как складываются человеческие отношения, фиксирует яркие (зачастую — просторечные) диалоги — в общем, работает на создание «зффекта присутствия», который позволит читателю в финале не просто получить представление о том, чем занят сельский медработник, но и увидеть потрясающего человека, преданного своему делу, отдающего силы и время своим землякам. Так из репортажа возникает портрет — вот и защитой чистоту жанра!

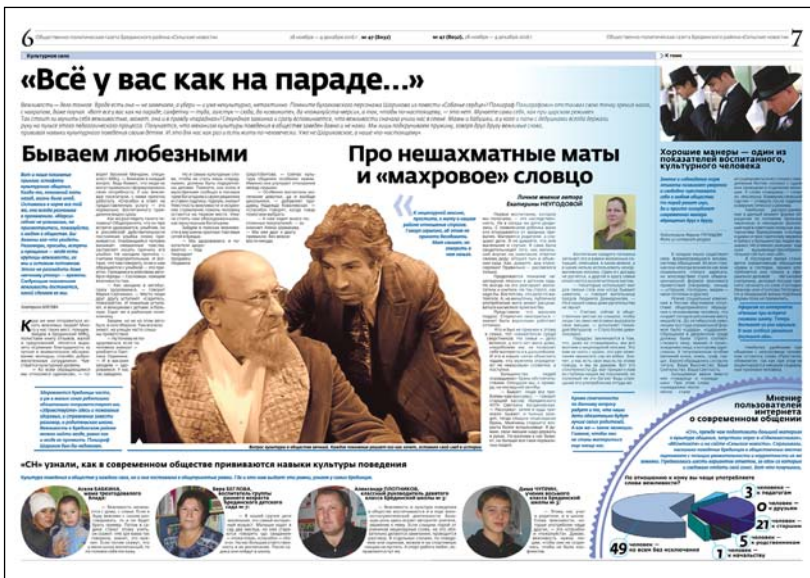
В публикации «Ночь, улица, фонарь... машина» («Мой город», Березовский, Кемеровская обл.) присутствуют все признаки репортажа: событие (первый в городе автоквест), журналист О. Стальберг, которая участвует в одной из команд, развитие действия (проходят этап за этапом), время прохождения квеста (2 часа 31 минут 2 секунды) и впечатления участниц. Включенность журналиста в событие способствовала тому, что вместе с ним читатель пережил целый спектр эмоций, почувствовал азарт его участников, позитивную энергетику события.

Непритязательный, на первый взгляд, материал «Как «звездочки» на Луну собирались» о занятии, посвященном Дню космонавтики, которое проходило в детском саду («Городские новости», Красноярск) отвечает, тем не менее, всем признакам жанра: есть событие (пусть и не очень масштабное), представлены его участники, включенные в процесс, есть развитие действия и журналист, его фиксирующий... Важно отметить еще и наличие прямой речи, дающей представление о характерах участников события... Написанный тепло и искренне, репортаж так же легко читается...

Роль фото в репортаже невозможно преувеличить... Фотография делает событие зримым, позволяет увидеть происходящее в деталях. Хорошая репортажная фотография в местных изданиях не так часто встречается, именно поэтому хочется отметить фоторепортаж «Отведали вкус русской зимы!» («Красный север», Вологда), передающий атмосферу праздника, репортаж газеты «Заря» (с. Смоленское Алтайского края) «Продолжение будет!» об акции по очистке лыжной трассы и многие другие работы, подтверждающие тезис о том, что репортажная фотография — мощный ресурс любого издания.

В общем, все-таки считаю необходимым отметить, что репортаж с его базовыми





Илл. 2

журналистом... радуемся, когда ответы совпадают... задумываемся, если — нет.

**Портрет** — весьма популярный жанр в местном издании. Удивительные герои — потрясающие судьбы. Встреча с такими людьми — радость для журналиста. Может, именно поэтому большинство публикаций в этом жанре оставляют светлое, позитивное воспоминание... Читаю в газете «Призыв» (Бутурлиновка, Воронежская обл.) материал «91 свечу на торте задул одним махом»...

Столько лет за плечами, такой жизненный опыт накоплен — может, и разворота другому журналисту не хватило бы, но читаю в подзаголовке: «Инвалид ВОВ бутурлиновец Александр Готов солидную дату встретил с гармошкой в кругу друзей и родных», а во врезке — цитата: «И никому никогда не позволил меня жалеть, щадить и давать поблажку на инвалидность». Вот он — характер, мощный и настоящий! Вот она — достоверность, потому что в публикации мы буквально слышим интонацию ветерана — активно используется прямая речь. И вот он — профессионализм журналиста, который, рассказывая нам о своем герое, создает его зримый портрет...

Привлекает внимание серия портретов в проекте «Соленые судьбы» («Березниковский рабочий», Пермский край). Проект реализуется при поддержке «Уралкалия» и работа эта, как представляется, важна и нужна всем — предприятию, изданию, читателям.

Так уж случилось, что героями портретных зарисовок и очерков очень часто становятся ветераны. Без сомнения, привлечет внимание читателя публикация «Лесной человек Гаврилыч» (газета «Хабаровский край сегодня»). Шаг за шагом журналист (и мы вместе с ним) открывает для себя человека, вслушивается в его рассказы, отбирая важные эпизоды, уточняя детали, сохраняя в рассказе героя некоторые просторечия... И вот он перед нами: сначала — мальчишка, который от голода не мог ходить, затем — специалист лесного хозяйства, ежедневно отмеряющий десятки километров по лесным тропам и относящийся к каждому дереву как к живому существу, а нынче — еще и неутомимый фотохудожник, работы которого можно найти в нескольких десятках книг и, конечно же, в выпущенном на собственные средства фотоальбоме, хранящем красоту его и нашего тоже — мира. Герой публикации сделал свой жизненный выбор, мы осознаем систему его — и ценностей, понимаем масштаб характера — и это несомненная заслуга журналиста...

Хорошая история всегда привлекательна. Особенно — если содержит уникальный материал... Уникальный материал и хорошо рассказанная история в публикации «Оркестр должен играть, даже если случилось ЧП...» (газета «Мое!», Воронеж). Забавные истории, дающие представление о специфике работы оркестра в нестандартных условиях циркового представления, отношение героя к цирковым традициям, — все это присутствует в публикации и работает на создание многомерного портрета увлеченного человека.

Журналист достигает этого эффекта, используя классические профессиональные приемы: в материале много наблюдений, активно используется прямая речь, хорошая фотография добавляет расположения к герою. Человек этот стал нам по-настоящему интересным, поэтому, скорее всего, срабо-



тает и еще один журналистский/редакционный прием — ссылка на видеосюжет, размещенный на портале мое-online.ru ...

Газета «*Вестник Балтийска*» знакомит с еще одной удивительной героиней, имя которой вынесено в заголовок, потому что это заголовок-цитата: «Евдокия Васькова: «Я люблю улыбаться!» Интерес автора к деталям судьбы, соотношение авторского текста и прямой речи, передающей энергетику героини, прием «событийного» построения материала (от эпизода к эпизоду), дающий представление о становлении героини, непоростом (иногда — довольно горьком) жизненном опыте, и стихи, которые тоже открывают секрет такого долголетия героини — все это работает на создание полномасштабного портрета человека, полного неподдельного жизнелюбия.

Перечисленные выше публикации имеют большой объем, и все усилия авторов направлены на то, чтобы мы так же, как и они, узнали и полюбили их героев.

Хотелось бы отметить еще один прием, который используют коллеги, в работе над материалами этого жанра, хотя, справедливости ради, необходимо отметить, что чистота жанра не везде соблюдается. Публикацию «Село под высокими елями» («*Рязанские ведомости*») формально можно было бы отнести к группе путевых зарисовок. Материал — о селе, но автор использует специфический прием, представляя аудитории портреты встречаемых по пути людей: традиции, жизненный уклад маленького села Ерахтур предстает перед читателями в деталях и неспешных разговорах. Заслуга автора в том, что он умеет наблюдать, вслушиваться и слышать. И ценить в людях то, что они сами считают для себя важным — привязанность к малой своей родине, веру и верность. В итоге, как представляется, мы получили коллективный портрет той самой провинции, на которой держится страна.

Впрочем, может, и не коллективный, а галерею портретов, выписанных с уважением и любовью. Аналогичное чувство возникает и после прочтения материала «Согласие и Соловки: пять домов на два поселка» («*Вести*», Новохоперск). Мини-портреты, предполагающие внимание к деталям, информативны и выразительны (фотографии обязательно нужно отметить).

Проникаешься атмосферой места, возникает искренний интерес к судьбам людей, наладившим свой быт вдали от главных дорог... Почему-то напомнил мне этот материал старую сельскую традицию размещать на центральной стене своего дома фотографии родных в красивых рамках: портреты эти давали представление о разных поколениях и разных временах. И, если это так, то можно считать, что коллективный портрет жителей Согласия и Соловков удался.

Выделяя самые удачные, на мой взгляд, публикации данного жанра, хотелось бы отметить то, что их объединяет. В основе каждой — интересная история, неожиданный ракурс, под которым журналист рассматривает события в жизни своего героя... Это не имеет ничего общего с традиционным «анкетным» подходом к созданию материалов в жанре портрет: сведения о рождении, данные о родителях, воспоминания о школе, создание своей семьи и становление в профессии.

Успех публикации кроется в том ИСКРЕННЕМ интересе журналиста к жизни своего героя, что позволяет возникнуть атмосфере доверия, выявить через неформальные вопросы журналиста самое-самое, то, что человек считает смыслом своей жизни, выслушать его и постараться в работе своей сохранить уникальность его взглядов, рассуждений и даже речевых оборотов. Ибо судьбы людские — это своеобразная энциклопедия времени...

**О том, что болит: проблемные публикации в местной прессе.** Иногда начинает казаться, что с формулировкой «У меня проблема...» мы родились и живем. Первое наблюдение: значительная часть изданий рассматривает проблему как ЗАДАЧУ, которую можно и нужно решить. Наблюдение второе: к обсуждению ключевых для территории проблем СМИ активно привлекают свою аудиторию.

«*Воронежский курьер*» демонстрирует системный подход к решению проблемы как задачи — в активе издания четко структурированные развороты, обязательно представляются несколько точек зрения на проблему, часто формулируются рекомендации или устами экспертов даются прогнозы...

Примером жесткой постановки вопроса может стать разворот в защиту 200 дольщиков, которые уже 10 лет не могут вернуть деньги за гаражи. Композиция разворота, его заголовок «Поскользнулись на крутых виражах», подзаголовки («Десять лет в возбуждении», «Туды-суды», «Положительное «динамо»»), справки и комментарии четко выражают позицию редакции и большой группы людей, оказавшихся не в состоянии решить проблему в правовом поле (Илл. 3).

Не менее убедителен разворот, связанный с проблемами организации здравоохранения. Постоянно действующий интерактивный проект «Дежурный по району» («Воскресенская жизнь» Нижегородской области) нацелен на оперативную помощь людям и конкретное решение проблемы при объединении усилий всех, в чьем ведении она находится. Качественным справочным аппаратом сопровождает проблемные публикации «Белгородская правда».

### У КАЖДОГО — СВОЙ ИНТЕРЕС: «СПЕЦИАЛЬНЫЕ» АУДИТОРИИ МЕСТНОЙ ПРЕССЫ

С первым опытом журналистской деятельности в сознание каждого из нас входит понятие аудитории (в классической формулировке — «неопределенно множественная и качественно неоднородная группа людей, вступающих во взаимодействие со СМИ»). И все мы довольно долго работали, взяв эту формулировку, как принято говорить, за основу.

Пока не столкнулись лицом к лицу с целым рядом серьезных профессиональных проблем. Вдруг оказалось, что очень важно выяснить: сколько людей нас действительно читают, понять — какие они и как на самом деле к изданию относятся. СМИ взгляделись и удивились: «неопределенно множественная и качественно неоднородная» аудитория обрела четкие контуры разнообразных и разноуровневых сообществ, каждое из которых имело свои цели, установки и желания.

Процесс этот можно было бы сравнить с проявкой пленки (хотя и в этой области давно уже имеются другие технологии): сначала проступают общие контуры, затем проявляются детали объекта и только потом видишь полную картину.

Интересы эти, во-первых, диктуются возрастом аудитории. Осознавая важность раннего появления газеты в жизни любого человека, издания начинают работу с **будущими читателя с детского возраста**: воронежская газета «Моё!» предлагает им полосу «Игровая площадка» с картинкой-загадкой, веселой галереей «Моёшкина котика» и детским творчеством.

В еткульской газете «Искра» детям и подросткам адресовано приложение «Фишка», где о планах на лето, поездке в загадочный Аркаим и многих других интересных темах со своими ровесниками разговаривают такие же школьники — делают они это, кстати, весело, азартно, без особых затей... Но стоит только возникнуть в череде этих тем серьезному вопросу (например, почему так важно беречь семью) — меняется интонация, появляется возможность поразмышлять, газета помогает каждому своему читателю стать немножечко взрослее...

Нефтекамская газета «Зеленое яблоко» радуется хорошими нестандартными текстами: живая лексика (но не сленг!) привлекательна для целевой аудитории. Липецкий «Молодежный вестник» активно работает с соцсетями, проводит интеллектуальные дуэли, объединяет ровесников

на проведение благотворительного батла, потому что получивший на батуте травму товарищ нуждается в помощи...

Привязанность к прессе **у людей пожилого возраста** формировалась в течение многих лет, потому что в их жизни была обязательная пионерская газета, комсомольские журналы, много других интересных и полезных изданий. Именно поэтому ветераны — самая активная группа читателей. Но и у них есть проблемы, которые важно обсудить с ровесниками. Газета «Пенсионер» (Свердловская область) делается неформально и тепло: порадуется соответствующей цитатой на первой полосе, подскажет, как идти в ногу со временем, повышая компьютерную грамотность, сообщит о возрождении пионерского движения (сколько поводов для воспоминаний сразу!), даст слово людям всех возрастов в дискуссии, которая возникла в ответ на обидные слова премьера о том, что учитель может и должен решать свои финансовые проблемы самостоятельно, напомнит, наконец, имена кумиров молодости и расскажет истории их жизни. Все в этом издании, включая рубрику «Клуб одиноких сердец», работает на позитивное восприятие жизни в этом возрасте.

Не столь масштабный, но по-человечески добрый и славный проект газеты «Зареченская ярмарка» (тоже — Свердловская обл.) «Старшее поколение» становится для пожилого человека своеобразным компасом в мире самых разных и очень интересных занятий: кружки разнообразного рукоделия, школа финансовой безопасности, поэтическое объединение и даже участие в хоре. Вот пример самого что ни на есть полезного контента — разнообразная информация, работающая на создание комфортной среды для людей «серебряного возраста».

К активному общению пожилых читателей подвигает и егорлыкская газета «Заря»,

предлагая принять участие в проекте «Снимок издалека» — это отличный повод окунуться в приятные воспоминания и поделиться ими с ровесниками. И если досуговые предпочтения пожилых людей зачастую ограничиваются просмотром телепрограмм, то наши коллеги из местной прессы хотят изменить ситуацию, делают все, чтобы вернуть людям этого возраста соответствующий уровень самооценки, создать для них комфортную среду, где они почувствуют себя востребованными.

Конечно, на каждом из возрастных этапов преобладают определенные интересы. Но и вневозрастные тематические ниши также собирают «специальные» аудитории. Людей самых разных возрастов, например, объединяют интересы, связанные с историей своей малой родины. Эта читательская группа местной прессы, пожалуй, самая многочисленная. Уходят в прошлое наукообразные публикации, подготовленные квалифицированными специалистами из музеев и архивов. Потому что, помимо верности историческим фактам, материалы эти должны быть занимательными, увлекать аудиторию, научить её радоваться своим малым открытиям, создавать мосты во времени и даже пространстве...

Увлекательную историю, например, предлагает своим читателям вологодская газета «Красный Север». От найденного надгробья предводителя уездного дворянства Брянчанинова — к почти детективному сюжету, с пропажами и обретением, историей знаменитой семьи и обсуждением, как сохранить этот памятный объект.

Сосновоборский «Маяк» в публикации «Рубеж Сескар: здесь шли бои, гибли суда...» не ограничивается рассказом о том, как горожане восстанавливают военноморской комплекс — тут и история, и краеведение, и энергия общего дела, собравшего людей разных возрастов и профессий.



Илл. 3

А серовская газета «Глобус» в проекте «Край ведаю» увлеченно знакомит читателей с историей надеждинского (серовского) завода...

Особую нишу среди таких познавательных материалов занимает ставшая «модной» и востребованная тема местных преданий и легенд. «Воскресенская жизнь» ведет популярный проект «Азбука преданий и легенд Поветлужья», развивает это направление газета «Краснокамские зори» (Башкортостан) в публикации «Она, как колокол... Какие секреты хранит в себе гора Кызкала?», и буквально «втягивает» читателя в создаваемую изданием временную воронку полоса «Воронежские легенды» («Воронежский курьер»), привлекая интересной версткой, эффектно сочетающей старые и новые фотографии, интригующими подзаголовками, вынесенными цитатами и просто занимательно рассказанной историей (Илл. 4).

Садоводы и огородники — еще одна специальная аудитория, которая активно сотрудничает с местной прессой. Сады-огороды со стопудовыми урожаями некогда были мечтой многих россиян — сколько сил, энергии, времени они требовали от владельцев. Но, как показывают наблюдения и опросы, приоритеты потихоньку меняются: все больше и больше времени садоводы отдают цветам, красивым кустарникам, формируют комфортные и уютные зоны отдыха на своих дачных участках, даже если он невелики. Теперь в садово-огородной, как и в любой другой тематической нише, ориентир на уникальность, нетрадиционные подходы к те-





Илл. 4

ме, привлекающие внимание факта... *Новохоперские «Вести»*, например, в февральском номере дают своеобразный мастер-класс по выращиванию овощей на подоконнике. Сначала объяснили, как пришли к такому решению, потом при помощи фотографа визуализировали процесс, и, наконец, снабдили читателей рекомендациями агронома по уходу за будущим урожаем.

Газета *«Вести Придонья»* в публикации «Что вам надо? — Виноград!» в занимательной форме рассказывают о том, как их земляк выращивает на своем участке виноград. И попутно снабжают всех желающих повторить эксперимент, советами-рекомендациями, которые помогут увеличить урожайность лозы...

А вот разворот Клуба огородников газеты *«Заря»* (р.п. Полтавка Омской обл.) в публикации с забавным названием «У мужа — сад, у жены — помидоры» представляет классическую версию подхода к ведению домашнего хозяйства, восхищаясь любовью к земле и трудолюбием супругов, которые посадили 6 тысяч корней томатов тридцати различных сортов.

**Тема православия в светских СМИ** — частью читателей востребована, но в реализации очень даже непростая. Столкновение представлений о содержательной составляющей данных полос неизбежно: отсюда — различные подходы, которые берут на вооружение местные издания. *«Марийская правда»*, например, довольно успешно реализует интернет-

проект «Батюшка, помоги разобраться», материалы которого регулярно появляются на тематической странице «Православная жизнь».

Проект *«Балтийск православный»* («Вестник Балтийска») представлен номером, который посвящен светлому празднику Пасхи. Газета *«За изобилие»* (*Россошь*) собирает свою аудиторию на полосе «Православный дневник». Сюда же можно отнести и тематическую полосу «БАМ православный» («БАМ», Тында Амурской области), публикации которой основаны на материалах библиотеки Собора Святой Троицы.

**И ВСЕ-ТАКИ — «СВОИ»:  
О БУДУЩЕМ, БЛИЗКОМ И НЕ ОЧЕНЬ...**

Чтение местной прессы — занятие, хоть и трудное, но — увлекательное... Проблематика, характеры героев публикаций, активная позиция журналистов в решении серьезных проблем малых и больших территорий — все это говорит о том, что газета была и остается «своей» в системе сложных общественных отношений... И это подтверждается результатами социологических опросов (ВЦИОМ, 13.01.2017, «Медиапотребление сегодня...»): **77% читают печатные СМИ, 73% признаются, что не готовы от этого чтения отказаться...**

Сохраняемые тиражи и иные формы устойчивой связи между газетой и читателем подтверждают тезис, высказанный в начале этой публикации: местная пресса пока остается в кругу «своих»... Но, как и в системе «свой-чужой», каждый день газете важно услышать и правильно понять основной читательский запрос, а потом правильно и достойно на него ответить.

Чтобы люди, для которых работают журналисты местных изданий, используя все ресурсы своего профессионального мастерства и энергию души, могли сказать — «Эта моя газета!»



# ПРОЕКТЫ ПРИ ГАЗЕТЕ ИЛИ ГАЗЕТА ПРИ ПРОЕКТАХ?

**Сопоставление проектов прошлого и этого конкурса показывает, существенных изменений в этом направлении редакционной деятельности не произошло, новых тенденций практически не возникло**

МИХАИЛ ВЯТКИН,  
СЕКРЕТАРЬ ЭКСПЕРТНОГО  
СОВЕТА КОНКУРСА



**РАДУЕТ, ЧТО ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТАЛА НЕОБХОДИМОСТЬЮ ДЛЯ ВСЕХ АКТИВНЫХ РЕДАКЦИЙ, И ЧТО АУДИТОРИЯ СЧИТАЕТ ПРОЕКТЫ ЕСТЕСТВЕННОЙ ФУНКЦИЕЙ СОВРЕМЕННОЙ ГАЗЕТЫ, СПРОС НА НИХ У ЧИТАТЕЛЕЙ ИМЕЕТСЯ.**

**Н**есколько печалит, что газетным проектам не предшествуют анализ и исследования, которые обоснуют, что реализуемые проекты действительно являются предметом первой необходимости для населения и территории.

На вопрос, какое место конкретный проект занимает в местной повестке дня, пока подразумевается ответ — редакция газеты считает, что важное и достойное.

По крайней мере, в пояснительных записках каких-то иных качественных ответов не нашлось.

Поэтому приходится доверять опыту и интуиции редакторов и журналистов. Разумеется, это тоже очень существенно. Хотя при знакомстве с некоторыми проектами, невольно вспоминаешь Ходжу Насреддина, который потеряв золотую монету (читай аудиторию) в темном саду, ищет ее на пустой улице под фонарем, потому что там искать светлее.

Но есть и изюминки — «Красное знамя» в Нефтекамске отправило летать легкомоторном самолете своего молодого подписчика.

**Если обобщить, освоение проектного пространства нашими региональными газетами идет полным ходом.** Разнообразных важных и значимых проектов, действительно, очень много, охвачены практически все направления деятельности редакций. Жаль, не всегда газетам удается хорошо рассказать о них в своих конкурсных заявках.

Наиболее обосновано были представлены проекты газет, входящих в издательскую группу «ВК-Медиа» а также «Городских вестей» в Ревде и Первоуральске. Они описание присланных работ максимально разложили по полочкам, не забыли показать примененные технологии.

**К сожалению, об эффективности проектных работ тоже мало кто упомянул.** Иногда отмечали, что с помощью проекта удалось заработать некоторую сумму денег (небольшую) или получить какое-то число лайков и просмотров в соцсетях. Но все это без сопоставления с затраченным трудом и вложенными средствами. К тому же лайками и прибылью не всегда можно измерить качество и эффективность редакционных начинаний. Прибыль важна, но в проектах всегда есть некая большая идея.

Поэтому пока приходилось оценивать общественную, социальную активность газет, показатель эффективный, но весьма размытый. Сколько должно быть этой активности, как ее надо распределять в редакционной работе?

Универсальных рецептов здесь нет. Все зависит от конкретного региона и муниципального образования, да и от потенциала редакционного коллектива тоже.

С другой стороны, пассивные — в нашем конкурсе не участвуют. Свои поиски и достижения есть у всех участников конкурса, а не только у победителей.

Присутствует и другая сторона вопроса. **Некоторые газеты выводят работу с проектами и акциями на первое место среди всех других своих работ и обязанностей. В результате теряется качество издания, ущербно выглядят новости и аналитика.** Получаются не проекты газеты, а некое издание при проектах. Жаль, все же газета — это некая сумма, с выдержанным внутренним балансом.

**В газетных проектах выделяются два принципиально разных подхода.** В первом, основные действия происходят вне газеты, а на полосах — только их информационное сопровождение. Второй вариант, когда некая рубрика собирается и преподносится особенным «проектным» образом, а внешние действия и усилия целенаправленно работают на этот содержательный сегмент. Современной региональной газете, районке, нужно и то, и другое.

**При ведении проектов умение его подать, является обязательным.** По содержанию — надо отстроить его материалы от всего другого контента. Графическое оформление — тоже должно быть уникальным. Еще — продумать периодичность и дозированность: чересчур часто — начнет восприниматься как обыденность, слишком редко — забывается исходный замысел.

**Многие проекты делаются в рамках компаний — федеральных и региональных.**

Если это было только отбыванием номера, поступило указание — мы выполнили, вряд ли подобные проекты украсят СМИ и, значит, дадут дополнительные очки в конкурсе. Но можно подойти с выдумкой и с душой, как, напри-

мер, в «Ольховатском вестнике», когда в Год кино они откопали любительские фильмы, снятые еще на пленку. Их автор давно скончался, а материал для местных жителей бесценный. Газета занимается его оцифровкой и постепенно выкладывает в сеть.

**Жаль, что среди поданных на конкурс проектов не нашлось места тем, которые направлены на развитие медийного сообщества.** Хотя такая деятельность упомянута в положении. «Кукуруза» и другие замечательные начинания пока не попали в сферу конкурса.

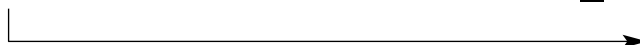
**Проектную деятельность редакции организуют сразу по нескольким фронтам:** в газете, на сайте и в соцсетях. Совершенно правильный подход. Например «Березниковский рабочий» для проекта «Березники. Ретро» создал специальную группу в «ВКонтакте»: и идея привлекает новых сторонников, и газета продвигается.

**Роль газетных сайтов в последнее время изменилась.** Новости, оставаясь в газете, распространились в социальные сети. Но газетный сайт совсем не стал анахронизмом, сайт — это архив, сайт — это справочник и энциклопедия, сайт — это сервисы. А еще, обязательно, сайт — это проекты, и прошлые, и настоящие, и будущие.

Уверен, нашим редакциям с их креативным потенциалом, мастерством и самоотдачей не страшны различные возникающие «внешние» препоны, не страшны даже временные остановки в развитии. Есть время для накопления потенциала, и время для его реализации. Это касается и проектной работы

**Я попытался немного систематизировать конкурсные проекты,** чтобы редакторам и журналистам, когда они присматриваются к достижениям и опыту коллег, легче было проецировать их на себя. Ведь творчество заразно (в хорошем смысле), и чужие достижения у здорового самолюбия вызывают не зависть, а желание претворить эти достижения в своих условиях, при этом сделать лучше и интересней. А еще самому придумать что-то новое.

&



## НАПРАВЛЕНИЕ — ПРОМОАКЦИИ, КОНКУРСЫ И ПОДПИСКА

### ТЕМА — ОРГАНИЗУЕМ ПРАЗДНИКИ И СОБЫТИЯ

● «Власть Советов», Краснодарский край. Редакционный фестиваль «Газетный дворик» для жителей микрорайона станицы Выселки. Жильцов приглашали лично и расклеивали афиши. Привлекли партнеров, организовали тематические площадки: «Будьте здоровы», «Литературная гостиная» и др., не забыли детей и пенсионеров.

### ПОДТЕМА — СПОРТИВНЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ И СОБЫТИЯ

● «Городские вести» (Ревда) и «Городские вести. Еженедельник Первоуральска», Свердловская область. Акция «Велопрогулка «Крутящий момент»» (около 350 участников), привлекали спонсоров. На событии удалось заработать небольшую сумму. Газеты стремятся зарабатывать на всех ивентах.

● «Калачеевские зори», Воронежская область. Организует турнир по мини-футболу для школьников.

Участвовало более 300 мальчишек и девчонок.

● «Час Пик в Верхней Пышме», Свердловская область. Редакция организовала турнир среди подростков по зимний футболу. Охват — областной. Турнир многодневный, с призами.

● «Районные вести», Ростовская область. Были организаторами, информационным партнером и спонсором юношеского турнира по боксу, посвященного Дню Победы. Участвовали команды из 11 поселений Тацинского района.

● «Торжокская неделя», Тверская область. Вместе с подростковым клубом «Борец» организовали турнир по борьбе самбо «Спорт против наркотиков». Нашли средства на призы. Провели встречу участников турнира и его зрителей с врачом-наркологом и с сотрудником полиции из группы контроля за оборотом наркотиков.

● «Калтанский вестник», Кемеровская область. Провели городской шахматный турнир на приз газеты. Кроме кубка и медалей, участники турнира получили подписку на газету.

● «Стальная искра», Челябинская область. Провели соревнования по подледной рыбалке «На первый лед». Партнер — Ашинское общество охотников и рыболовов.

### ПОДТЕМА — ЗАБОТИМСЯ О ПРИРОДЕ

● «Калининградская правда», Московская область. Провели ежегодную благотворительную акцию «Я буду вечно петь сирень». Озеленяли городские территории кустами сирени отечественной селекции. К участию в акции привлекли школьников.

● «Пензенская правда», Пензенская область. Готовясь к столетнему юбилею своей газеты, провели экомарафон. За 100 лет на выпуск газеты ушли тонны газетной бумаги. Вместе с читателями посадили новые деревья, компенсируя утраты, ранее нанесенные природе.

● «Вести Придонья», Воронежская область. Организовали акцию «Птичья столовая», благодаря которой за два месяца в районе стало на 200 кормушек больше.

### ПОДТЕМА — КУЛЬТУРНЫЕ СОБЫТИЯ

● «Городские вести. Еженедельник Первоуральска», Свердловская область. Провели акцию «Библионочь». Тема — «Читаем кино», первоуральская артистка Аделина Рамазанова читала вслух повесть Галины Щербаковой «Вам и не снилось». После прочтения обсуждали с гостями за чаем другие книги.

● «Городские вести. Еженедельник Первоуральска», Свердловская область. Провели фотокросс «Оранжевое настроение». Фотографы делают снимки на заданные темы. Время ограничено — четыре часа. В жюри — лучшие профессионалы и спонсоры. Фотовыставка «Сушка» — продолжение фотокросса.

● «Семилукская жизнь», Воронежская область. К Новому году вместе с читателями и школьниками изготовили декор: пустые картонные коробки обклеили цветной подарочной бумагой. Украсили ими живые ели на площади около Дворца творчества.

### ТЕМА — ПРОВОДИМ КОНКУРСЫ

- **«Змеиногорский вестник», Алтайский край. Проект «Его Величество Крестьянин»** предложили организовать сельские жители. Газета получила грант администрации района. Создали Народную галерею Почета. По результатам конкурса «Крестьянские корни» молодая сельская семья получила в награду телку.
- **«Городские вести» (Ревда), Свердловская область. Конкурс красоты для женщин «Миссис Ревда».** Партнер — местное модельное агентство «Гранд Фэшн». Идея конкурса: жизнь женщины не останавливается после рождения ребенка.
- **«Грани», Чувашская Республика. Конкурс красоты «Мисс Новочебоксарск».** Оценки ставят читатели. Победительница становится на весь год лицом газеты «Грани». Ее фото появляется на календарях и на другой рекламной продукции.
- **«Пензенская правда», Пензенская область. Газетный поэтический баттл.** В канун 100-летия газета возродила выпуск литературных страниц. Для участия в баттле надо написать стихи на заданную тему. Лучшие публикуются в газете. Приз для победителя — издание иллюстрированного сборника его стихов.
- **«Березниковский рабочий», Пермский край. Конкурс «Стильные люди».** Редакционный фотограф запечатлевала улицах стильно одетых горожан. Фото сразу нескольких людей публиковали в газетном номере, кто первый из них дозвонится до редакции, получает приз. Конкурс перерос в одноименную рубрику, герои фотографий рассказывали, во что одеты, о своих правилах стиля и о стоимости одежды.
- **«Калтанский вестник», Кемеровская область. Предновогодняя акция газеты «Лепим свои мечты».** Газета приглашает читателей украсить к Новому году снежными фигурами улицы и дворы. Фотографии активных участников рядом с их творениями публикуются в газете. Победители получают призы.
- **«Березниковский рабочий», Пермский край. Первый городской чемпионат «Запускаем бумажные самолетики».** Газета пригласила березниковцев побороться за бесплатную подписку — сделайте из нашей газеты самолетик и запустите его дальше всех. Было много участников

от 2 до 90 лет. Выиграл 13-летний мальчишка, он помог своей маме, постоянно выписывающей газету, сэкономить семейный бюджет.

### ТЕМА — ПРОДВИЖЕНИЕ ИЗДАНИЯ

- **«Калачеевские зори», Воронежская область. Газета активно работает в соцсетях:** в «Одноклассниках» и «ВКонтакте». Черпает там новости, темы для обсуждения, находит героев для публикаций. Материалы печатаются на тематической полосе. А для продвижения подписки журналисты запускают в группах авторские видеоролики с рекламой самой газеты.
- **«Северная Осетия», Республика Северная Осетия — Алания. Проект «Анализ отраслевого рынка»** газета разработала для привлечения рекламодателей и продвижения их бизнеса. Внимание читателей привлекается через аналитический материал о рынке различных товаров и услуг. За год опубликованы материалы по строительству, мясопереработке, медицинскому обслуживанию др.
- **«Волжская правда», Республика Марий Эл. Совместно с транспортной компанией газета реализовала проект «Читающее такси».** Ежедневно передавали для раздачи в машинах номера газеты «Волжская правда» и журнала «RESPECT». Пассажиры могли полистать периодику, понравившееся номера взять с собой.

### ТЕМА — ПОДПИСКА

- **«В каждый дом Североуральск», Свердловская область. Акция по привлечению подписчиков — розыгрыш тура выходного дня.** Разыгрывали путевки среди всех, кто оформил подписку на I полугодие 2017 года. Подобные акции — традиция Издательской группы «ВК-медиа». В прошлом году среди подписчиков разыгрывался круиз на теплоходе по Волге и Каме.
- **«Она+», Республика Саха (Якутия). Акция «Дерево добра»** проводилась по всей России, но «ОНА+» сделала ее как бы своей. Составили список малообеспеченных людей, которые не могут позволить себе подписку. Обратились к известным людям города с просьбой сделать доб-



рое дело. Многие откликнулись. Ветераны, многодетные семьи, инвалиды получили подписку на «ОНА+».

● **«Похожую акцию «Подписка от известной персоны» провели «Канские ведомости» из Красноярского края.** Известные персоны города и района, руководители предприятий, депутаты и др. подписывали на газету за свои средства учителей, работников культуры, почетных граждан Канска. Получили подписку около ста человек.

● **«Копейский рабочий», Челябинская область, провел благотворительную подписку** для городского общества инвалидов и для Копейского геронтологического центра. Подписано свыше 80 человек.

● **«Кантемировский вестник», Воронежская область. Проект «Районка — в новую семью»** организован для привлечения новых подписчиков. Газета поздравляет молодоженов с рождением новой семьи и дарит им подписку на электронную версию газеты. А потом в публикации рассказывает, как познакомились молодожены, почему решили связать свои судьбы.

● **«Красное знамя», Республика Башкортостан. Для привлечения читателей из числа молодежи газета провела акцию «В полет — с «Красным знаменем».** Подписавшиеся на газету могли прислать заявку для участия в розыгрыше сертификата на ознакомительный полет на легкомоторном самолете. Заявки прислали больше двухсот подписчиков.

● **«Красное знамя», Удмуртская Республика. Газета установила на улице города свою новогоднюю елку.** Игрушки смастерили дети из детского дома. Сотрудники редакции повесили на елку флажки с логотипом газеты. На обратной стороне флажков — скидки на подписку от 1 до 5 процентов. Любой житель города мог снять флажок с елки и выписать газету чуть дешевле.

## НАПРАВЛЕНИЕ — ИССЛЕДОВАНИЯ

### ТЕМА — ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

● **«Семерочка», Воронежская область.** В ходе анализа выяснилось, основные читатели — поколение 45+. Зарп-

лата и пенсия невысокие. Покупают на рынках и ярмарках, в супермаркетах ищут скидки. При ребрендинге скорректировали рекламу. Газета стала больше внимания уделять пенсионерам. В рубрике «Мир увлечений» рассказывает, как в преклонном возрасте можно вести активную жизнь: изучать иностранные языки, ставить спектакли, петь.

### ТЕМА — КОНТЕНТ ИЗДАНИЯ

● **«Воронежский курьер», Воронежская область.** Исследование проводилось среди жителей районов, регулярно читающих газету и представляющих целевую аудиторию. Большинство хотят остаться подписчиками и получать газету через почту, даже несмотря на удорожание подписки. Стало ясно, жителей районов интересуют события, происходящие в облцентре: многие с ним активно связаны работой, родственниками и знакомыми.

● **«Воскресенская жизнь», Нижегородская область. Творческий проект «Газета по заявкам».** В редакцию приглашаются люди, критически настроенные к газете. Они высказывают свои замечания и предложения.

## НАПРАВЛЕНИЕ — АКТИВНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ПОЗИЦИЯ

### ТЕМА — РАБОТАЕМ С ВЛАСТЬЮ. ОРГАНИЗУЕМ ПУБЛИЧНЫЕ ОБСУЖДЕНИЯ

#### ПОДТЕМА — СОВМЕСТНЫЕ ПРОЕКТЫ

● **«Звезда», Курганская область.** С депутатами Курганской областной Думы газета реализует проекты под общим названием «Депутат — СМИ — население: грани взаимодействия». Каждый год выбирается новая тема: спорт, культура, патриотизм... Главная идея проекта остается неизменной — развитие территории района.

● **«БАМ», Амурская область. Проект «Открытый муниципалитет»** выполняется совместно с общественной организацией «Гражданская инициатива» и другими структурами. На реализацию получен грант от администрации

Амурской области. В рамках проекта газета разъясняет правовую сторону решений, которые принимают властные структуры, а также ставит перед властью вопросы о местных проблемах, пишет о чаяниях граждан.

● **«Нейва», Свердловская область. Проект «Народный бюджет»** газета выполняет вместе с городской властью. Цель — сбор народных инициатив и предложений. Газета публикует анкеты, читатели их заполняют и передают в редакцию (в городе установлены специальные ящики для сбора анкет). За год собрано 1262 заявки. Специальная комиссия отобрала самые актуальные и реальные, некоторые уже получили финансирование из бюджета округа.

● **«Торжокская неделя», Тверская область. Проект «Депутатский вопрос»** возник для подробного освещения деятельности депутатов городской Думы. Идея принадлежит главному редактору Л.И. Мухиной, которая также стала депутатом. Другие депутаты поддержали начинание. Они размещают в газете отчеты о своей работе и отвечают на вопросы читателей.

### ПОДТЕМА — ДИАЛоговые ПЛОЩАДКИ

● **«Заря», Омская область. Пресс-клуб «Зари»** создан несколько лет назад в заброшенном помещении. Газета его обустроила. В пресс-клубе происходит прием самых разных гостей и обсуждение с ними насущных проблем из жизни района.

● **«Заря», Алтайский край. «Дискуссионный клуб».** В пресс-центр редакции приходят депутаты, представители исполнительной власти и читатели. Цель этих встреч — заставить власть имущих обратить внимание на серьезные проблемы, решение которых требует общего обсуждения, существенных усилий и средств.

● **«Учалинская газета», Республика Башкортостан. Материалы рубрики «Диалог»** организованы как проект. По понедельникам утром дежурный корреспондент принимает вопросы читателей. Для подготовки ответов привлекаются руководители разного уровня. В субботнем номере выходит обстоятельный материал.

● **«Шахтинские известия», Ростовская область. Проект «Задай вопрос мэру»** — рекордсмен по популярности среди читателей и посетителей сайта. Редакция собирает обращения горожан, затем при личной встрече с сотрудниками газеты глава города отвечает на них.

● **«Красное знамя», Удмуртская Республика. Проект «Онлайн-конференции».** Каждую неделю определяется актуальная тема, выбирается эксперт, которому читатели задают вопросы. Ответы эксперта записываются на видео и оперативно выставляются на сайте.

### ПОДТЕМА — КОНТРОЛИРУЕМ РАБОТУ ВЛАСТИ

● **«Змеиногорский вестник», Алтайский край. Проект «Общественный контроль».** Вместе с активными читателями созданы общественные структуры для контроля за работой органов власти и различных ее служб. Целый год работала года онлайн-школа общественных контролеров, для них была подготовлена и издана специальная брошюра. Вместе провели конкурсы: «Моя «любимая» яма», «Диплом народного доверия» «Частушки — сатирушки о жизни нашей», и т.д.

● **«Сельские новости», Челябинская область. Проект «Народные указы главе района».** Газета предложила жителям района сформировать сборник наказов новому главе района, затрагивающих все проблемные стороны. Наказы оформили в виде большого плаката, который повесили в кабинете главы.

● **«Семилукская жизнь», Воронежская область. Конкурс «Лучший глава поселения».** Газета попросила читателей самим определить, какое поселение Семилукского района развивается наиболее успешно. Голосовали в соцсетях и по телефонам редакции. В предновогоднем номере опубликовали результаты конкурса и репортаж о награждении лучших глав поселений района.

### ТЕМА — ПОМОГАЕМ, ОРГАНИЗУЕМ ПОМОЩЬ, ВЗАИМОДЕЙСТВУЕМ С НКО

#### ПОДТЕМА — СОБИРАЕМ МАТЕРИАЛЬНУЮ ПОМОЩЬ

*Сборы пожертвований для помощи тяжелобольным, а также людям, оказавшимся в сложной жизненной ситуации, организованы практически во всех региональных газетах страны. Вот несколько недавних примеров.*

● **«Руднянский голос», Смоленская область. В «Пасхальные Дни милосердия»** в районе проходит сбор пожертвований для проведения праздника для детей-инвалидов. Газета участвует в сборе средств, оказывает инфор-

мационную поддержку. После публикаций, посвященных детям-инвалидам, родители больше не стесняются привести на праздник своих больных детей.

● **«Вести Придонья», Воронежская область. Акция «Подари детям Новый год»** — редакция организовала сбор подарков для детей из социально-реабилитационного центра. Узнав об акции, павловчане дополнительно передали угощения и предметы быта одиноким людям из дома престарелых.

● **«Семилукская жизнь», Воронежская область. Газета собрала 2 миллиона рублей на лечение 10-летнего мальчика с тяжелым заболеванием мозга.** Раньше таких сумм никогда не собирали. На публикацию откликнулись жители города, поддержали руководители предприятий. Задействовали соцсети. Спасибо транспортникам — решили расклеить объявления в маршрутных такси.

● **«Стальная искра», Челябинская область. Акция «В хоккей играют настоящие мужчины».** Газета рассказала о Юрии Зайцеве, пареньке из Миньяра, и его желании играть в хоккей несмотря на несчастье — он лишился ноги. «Стальная искра», подключив сотрудников региональной вкладки «Губерния», обратилась в различные инстанции и фонды. Парню сделали постоянный протез, нападающий Юрий Зайцев снова в составе хоккейной команды.

● **«Час Пик в Верхней Пышме», Свердловская область.** 80-летнего пенсионера-велосипедиста сбил нарушитель правил дорожного движения, к сожалению, он не отозвался на призыв возместить ущерб. Газета вместе с читателями вкладчину купили ветерану новый велосипед.

● **«Парма-Новости», Пермский край. Весной 2016 года в результате сильного паводка затопило часть города.** Газета организовала в редакции сбор вещей для пострадавших. Когда вода ушла, жители снова в панике: имущество испорчено, дома требуют дорогостоящего ремонта. Чиновники пообещали выделить пострадавшим только по 5 тысяч рублей. Газета организовала митинг «Защитите нас от паводка». Узнав о митинге, в Кудымкар приехали высшие должностные лица Пермского края. Суммы компенсации были увеличены. Приняты решения о ремонте местной ГТС и углублении русла реки Иньва.

#### ПОДТЕМА — ЗАБОТИМСЯ О БЛИЗКИХ

● **«Вечерний Краснотурьинск», Свердловская область. Проект «Искусство маленьких шагов»** посвящен рожде-

нию приемной семьи. На конкретном примере Ирины Погудиной, принявшей на воспитание семь детей, отследили все этапы и проблемы такого решения. В проекте участвовали три журналиста: один работал непосредственно с семьей, другой с экспертами, третий обеспечивал фотографии. Опубликовано 13 материалов. Использовались мультимедийные форматы. Проведена прямая линия на сайте [krasnoturinsk.info](http://krasnoturinsk.info)

● **«Красный Север», Вологодская область. Газета организовала акцию «Вологодские журналисты против сиротства»,** которая объединила СМИ региона. К вологодским журналистам присоединились коллеги из газеты «Вечерний Краснотурьинск». Во встрече участвовали специалисты, реализующие социальные проекты устройства детей в приемные семьи.

● **«Копейский рабочий», Челябинская область. В рамках проекта «Сильные духом»** газета рассказывает о трудностях, с которыми сталкиваются люди с ограниченными возможностями, публикует материалы о сиротстве и приемных семьях, оказывает информационную поддержку городскому обществу инвалидов, старалась подвигнуть горожан и предпринимателей на оказание этим людям финансовой и моральной поддержки.

● **Городские вести (Ревда), Свердловская область. Проект «Радужные дети»** — это истории о детях-инвалидах и их родителях, это инструкции для тех, кто впервые узнал диагноз своего ребенка. Задача газеты — показать, что ребенок-инвалид может и должен социализироваться, таких детей нельзя прятать.

● **«Мой Про Город», Кировская область. Газета организовала проект «Наставничество»,** который помогает детям из школы-интерната обрести наставников за пределами школы. Жизнь за стенами дома-интерната разнообразна, непредсказуема, в ней много возможностей, но много трудностей и подводных камней. В настоящее время наставников-друзей имеют только 35 детей из восьмидесяти.

#### ПОДТЕМА — СОТРУДНИЧАЕМ С НКО

● **«ВопуS», Республика Башкортостан.** У газеты ВopуS организовано долговременное сотрудничество с благотворительным фондом «Изгелек», который помогает, больным и инвалидам. Сотрудники и активисты фонда работают с теми, кому нужна помощь, оценивают ситуацию, планируют, что можно сделать. Газета оказывает фонду вся-

ческую информационную поддержку, делает много публикаций, в том числе и на сайте.

● **«МОЁ!», Воронежская область.** В течение 2016 года газета совместно с Гильдией аналитических журналистов Воронежа реализовывала проект по освещению деятельности некоммерческих организаций, которые активно проявляют себя. Например, писали о Верхнехавском авиаклубе «Сапсан», куда набирают юношей и девушек от 15 до 18 лет. Местная молодежь обучается бесплатно.

● **«Парма-Новости», Пермский край.** Редакция газеты «Парма Новости» поддержала акцию фонда «Дедморозим» по пополнению доноров на пересадку костного мозга. После публикаций в газете призыва прийти сдать кровь в акции приняли участие 109 человек.

● **«Пенсионер», Свердловская область.** Газета популяризирует деятельность волонтерских организаций, которые заботятся о пожилых, маломобильных уральцах, вовлекая их в активное участие в жизни общества. У газеты сложились тесные контакты с благотворительными организациями и службами милосердия.

### ТЕМА — НАВОДИМ ПОРЯДОК

#### ПОДТЕМА — ЖУРНАЛИСТСКИЕ РАССЛЕДОВАНИЯ

● **«Якутск Вечерний», Республика Саха (Якутия).** Газета обнаружила зашифрованные расходы на некий объект (на самом деле вип-заимка для охоты, рыбалки и отдыха). Объект расположен на территории природного парка (особо охраняемая зона). Прокуратура республики провела проверку и признала строительство незаконным. Подобных расследований в активе газеты немало.

● **«Челябинский обзор», Челябинская область. Цикл публикаций «Расследование. Городская среда».** Материалы посвящены неблагополучной ситуации с городской средой Челябинска. Они основываются на детальном исследовании и сопоставления официальных данных с реальной картиной. Публикации: «Это не свалка, а центр города. Почему центр Челябинска превратился в помойку» и многие другие.

#### ПОДТЕМА — НАРОДНЫЙ КОНТРОЛЬ

● **«Вечерний Северодвинск», Архангельская область.** В 2016 году в газете появился «Народный контроль ЖКХ». Большая часть материалов посвящена капитальным ремонтам домов. Есть публикации о затопленных подвалах, холодных квартирах и др. В редакции — круглосуточный телефон для связи, аккаунты в соцсетях. Внештатники и просто неравнодушные жители делятся с редакцией «адресами тревоги».

● **«Курьер.Среда.Бердск», Новосибирская область. Проект «Концессия ЖКХ Бердска».** Газета освещала тему передачи городских котельных и сетей частному инвестору. Еще на этапе разработки проекта возникали вопросы и у экспертов, и у жителей. Власть замалчивала многие нюансы. Газета разобралась с ситуацией. Фирма, которая стала концессионером, оказалась непрофильной и несостоятельной. Новый мэр решил расторгнуть концессионное соглашение.

● **«Час Пик в Верхней Пышме», Свердловская область.** В 2016 году редакция пригласила к сотрудничеству независимого эксперта в области ЖКХ. Вместе с корреспондентом газеты он обследовал несколько домов и дворов в Верхней Пышме. Опубликовано серия материалов по теме.

● **«Глобус», Свердловская область.** В 2016 году журналист Андрей Клейменов получил мандат Общественной палаты России и вошел в состав наблюдательной комиссии по соблюдению прав человека в местах принудительного содержания. Он посетил более десятка мест принудительного содержания. Материалы опубликованы в газете и на сайте [www.serovglobus.ru](http://www.serovglobus.ru).

#### ПОДТЕМА — БЕЗ НАС НИКАК

● **«Кантемировский вестник», Воронежская область. Акция «Нет забытых могил»** приурочили ко Дню Победы. Территория района была оккупирована немецкими войсками, на окраине был концентрационный лагерь. При освобождении шли кровопролитные бои. Газета призвала всех неравнодушных людей привести в порядок заброшенные могилы участников войны. Откликнулись жители сел и школьные волонтерские отряды.

● **«Стальная искра», Челябинская область. Проект «Призрак электрички».** Из-за нерентабельности приго-

родных перевозок был отменен электропоезд «Дема-Кропачево». После газетных публикаций удалось восстановить регулярную электричку.

● **«Сельские новости», Челябинская область.** Весной, пригласив к сотрудничеству администрацию райцентра, газета затеяла **проект по выпуску социальной рекламы на тему благоустройства.** Односельчане присылали в газету свои слоганы. Они использовались на баннерах и плакатах.

## **ТЕМА — БОРЕМСЯ С СОЦИАЛЬНЫМИ ПОРОКАМИ**

● **«Воскресенская жизнь», Нижегородская область.** Газета ведет борьбу с алкоголизмом по всем фронтам: проводит рейды по местам торговли фальшивой водкой, организует прямую телефонную линию, обращается за разъяснением к медикам, проводит спортивные праздники, снимает видеофильм.

● **«В каждый дом Североуральск», Свердловская область.** Проект **«Скажи наркотикам «Нет»».** Североуральск лидирует по количеству наркозависимых и ВИЧ-инфицированных. Ближайшая общественная организация, которая занимается проблемами наркоманов, расположена в Краснотурьинске (60 км от Североуральска). Журналист съездил к активистам, рассказал об их деятельности. Затем редакция подготовила цикл публикаций, чтобы привлечь внимание к этой городской проблеме.

## **НАПРАВЛЕНИЕ — СОХРАНИМ И ПРЕУМНОЖИМ**

### **ТЕМА — НАШИ ЛЕТОПИСИ**

Акцию **«Бессмертный полк»** поддерживают практически все СМИ страны.

● Одна из газет-активистов — **«Голос правды», Краснодарский край** публикует истории военных лет, фото фронтовиков и тружеников тыла. Информация предостав-

лена родственниками и советами ветеранов. Выпущено более 40 полос.

● **«Вечерний Северодвинск», Архангельская область.** Проекту **«Энциклопедия города» 20 лет.** Газета ежегодно издает свои лучшие публикации и фото в форме книги: твердая обложка, формат А-5, под общим названием «Вечерний Северодвинск. Истории нашего города».

● **«Курьер.Среда.Бердск», Новосибирская область.** **Бердску исполнилось 300 лет.** Газета вместе с музеем и активными горожанами выпустили фотоальбом старинных фотоснимков. Получилась настоящая реликвия, ведь старый Бердск в 1957 году был затоплен водами Новосибирского водохранилища.

● **«Березниковский рабочий», Пермский край.** Для проекта **«Березники.Ретро»** газета создала **специальную группу в «ВКонтакте».** Газета, которая старше города, хранитель огромного фото- и информационного архива. Архивом решено делиться с подписчиками группы. Выставляют также ретромузыкальный контент. Публикуются выдержки из статей «Березниковского рабочего» прошлых лет.

● **«Диалог», Свердловская область.** Газета создает **летопись Полевского.** Каждый год организуется фотопроjekt, связанный с историей города. В его основе — фотоконкурсы. Журналисты нашли в фондах Полевского исторического музея уникальные фотографии города. Предложили читателям вспомнить и описать, что на них изображено.

● **«Городские вести» (Ревда), Свердловская область.** Проект **«История Ревды в фото».** По выходным на сайте Ревда-инфо.ру и в газете выходят исторические очерки о Ревде. Очерки иллюстрированы редкими архивными фото. Трафик на сайте — около 3000 просмотров.

● **«Пензенская правда», Пензенская область.** **Фотоконкурс «Рожденные в СССР»** особенно популярен среди пожилых читателей. Они присылают на конкурс фотографии времен своей молодости, им приятно увидеть себя в газете молодыми и красивыми. Фотографиями размещаются также и на сайте.

● **«Прихоперье», Воронежская область.** Газета открыла **новую рубрику «Легенды и предания нашего района».** В своих письмах в редакции люди рассказывали о родственниках и знакомых, присылали истории буквально о каждом уголке района.

● **«Ольховатский вестник», Воронежская область.** В Год кино рассказали читателям о кинолетописи района, о том, как снимали и показывали фильмы в Ольховатке. Известный фотограф Виталий Сорока снял несколько любительских фильмов об Ольховатке. Его киноплёнки были переданы в редакцию. Нужна их оцифровка, собирают для этого средства. Один из фильмов уже выложен в соцсети. **«Красный Север», Ямало-Ненецкий автономный округ.** Газета инициировала фотоконкурс **«Постигнуть глубину земную».** Работники нефтегазовых предприятий, пожилые люди, студенты и школьники, а также музеи присылали в газету фотографии, посвященные прошлому и настоящему геологической отрасли Ямала.

### ТЕМА — ИСТОРИЯ НАЧИНАЕТСЯ СЕГОДНЯ

● **«Краснокамские зори», Республика Башкортостан.** Фотоконкурс **«Мой коллектив — моя крепость».** Люди присылали фотографии своих коллективов (по условиям конкурса они должны были быть оригинальными) и очень душевно писали о коллегах. Победителей определили накануне 1 Мая.

● **«Тюменская область сегодня», Тюменская область.** Фотоконкурс **«Сибирь.doc!»** редакция проводила совместно с телерадиокомпанией «Регион-Тюмень». В редакцию поступило 1 406 фотографий. География обширная — от Уватского района Тюменской области до Красноярского края, от Ялуторовска до Кызыла. Накануне Дня России в Тюмени состоялось награждение победителей.

● **«Красное знамя», Республика Башкортостан.** Героями и лицами фотоконкурса **«Ценный кадр»** стали нефтяники самых разных профессий, которые запечатлены на своем рабочем месте. Название фотоконкурса не случайно: ценный кадр — специалист, которого ценят и уважают, и ценный кадр как удачный снимок. Победителей определили голосованием на сайте газеты.

### ТЕМА — КРАЕВЕДЕНИЕ

● **«Глобус», Свердловская область.** Газета на протяжении последних лет ведет активную краеведческую ра-

боту **«Край ведаю».** Уже прошло много публикаций: «Что в имени твоём, Надеждинский завод?», «В названиях улиц — золотой фонд русской классики», «Город моих предков» и др.

● **«Искра», Челябинская область.** Газета организовала проект **«Еткуль туристический».** В период ценностного кризиса, и разных исторических спекуляций еткульчане получили цельный пласт достоверной информации о знаковых событиях и знаменитых земляках.

## НАПРАВЛЕНИЕ — ТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИЗДАНИЯ

### ТЕМА — В ФОКУСЕ ВНИМАНИЯ

● **«Воронежский курьер», Воронежская область.** Цикл материалов **«Кризис-центр»** появился в газете после обращения читателей, сетовавших на рост цен и низкие зарплаты. В публикациях газета рассказывала о минимизации последствий кризиса, о возможностях и перспективах для обычного человека.

● **«Воскресенская жизнь», Нижегородская область.** В цикле материалов **«Один день деревни»** рассказывается о вымирающих деревнях, о селянах, которые переживают нелегкое время оптимизации: закрытие школ, детских садов, участковых больниц и ФАПов.

● **«Змеиногорский вестник», Алтайский край.** Проект **«Для пользы дела»** помогает людям решать ежедневные, прозаические проблемы. Темы газета выбирает по предложениям читателей. В выпусках практикуется размещение тематической рекламы со значительными скидками.

● **«Тюменская область сегодня», Тюменская область.** Проект **«Сибирская глубинка»** живет на страницах газеты с 2003 года. Тематика проекта ежегодно меняется: самозанятость населения, мелкое и среднее предпринимательство и др. В 2016 году «Глубинка» посвящалась семейным ценностям.

**ТЕМА — ПРОСВЕЩЕНИЕ**

● **«Воронежский курьер», Воронежская область.** В цикле материалов **«Популярная наука»** речь идет о социально значимых достижениях воронежских ученых. Публикации вызывают повышенное читательское внимание и помогают ученым при получении ими грантов и для внедрения разработок.

● **«Калининградская правда», Московская область.** Ежемесячное тематическое приложение на 4-х полосах **«Город науки»**. Задачи проекта — знакомить читателей с поисками и находками, новыми изобретениями ученых и специалистов в космической отрасли; вызывать и поддерживать интерес школьников и студентов к работе в нашей ракетной промышленности.

● **«Марийская правда», Республика Марий Эл.** Проект **«Батюшка, помогите разобраться»** больше ориентирован на интернет-аудиторию, но вопросы и полученные ответы публикуются и на тематической полосе. Редакции повезло с отцом Артемием, он не боится сложных жизненных тем, достойно отвечает даже на не очень удобные вопросы. Батюшку научили самостоятельно пользоваться сервисом «Вопрос-ответ» на сайте газеты.

**ТЕМА — ЮРИДИЧЕСКАЯ КОНСУЛЬТАЦИЯ И ПРАВА ГРАЖДАН**

● **«Вечерний Краснотурьинск».** Проект **«Имеешь право»** был организован в связи с низким уровнем юридической грамотности населения. Публикуются разъяснительные материалы, привлекаются эксперты. В 2016 году для проекта был получен грант Роспечати. Для проекта было разработано специальное визуальное оформление.

● **«Рязанские ведомости», Рязанская область.** Проект **«Ваши права защищены»** пропагандирует правовые знания среди населения. В публикации появляются в двух рубриках «Азбука потребителя» и «Управдом», публикуются в газете на сайте и в соцсетях. Проект выполнялся совместно с обществом по защите прав потребителей и другими организациями.

● **«Голос правды», Краснодарский край.** Проект **«Юраптека»** — это бесплатная юридическая помощь читателям. На их вопросы отвечают юристы, руководители

служб и ведомств. Особенно популярен у пожилого населения.

● **«Красное знамя», Липецкая область.** Проект **«Юридическая клиника»** редакция реализует совместно с Елецким госуниверситетом. Консультируют преподаватели вуза и студенты-старшекурсники под их руководством. Чтобы получить бесплатную консультацию, достаточно предъявить квитанцию о подписке. За последние два года помощью воспользовались свыше 600 человек.

● **«Сургутская трибуна», Сургутская трибуна.** Проект **«Ваш юриСТ»** работает для оказания юридической помощи читателям. В редакции организован еженедельный бесплатный прием юриста. По итогам встреч газета публикует статьи, освещающие основные аспекты проблем, а также определенный алгоритм действий, позволяющий избежать типичных ошибок.

● **«Городские новости», Красноярский край.** Проект объединяет газету и сайт. На целевой полосе **«Открытый Красноярск»**, которая выходила каждую неделю, журналисты с помощью экспертов отвечали на вопросы жителей по конкретным темам: где пройти диспансеризацию, как хранить оружие, как получить паспорт и др.

**ТЕМА — ДЕЛОВАЯ ЖИЗНЬ**

● **«Вечерний Карпинск», Свердловская область.** По проекту **«Предприниматель»** публикуются истории людей, которые ведут свое дело: и опытных «зубров» малого бизнеса, и начинающих предпринимателей. Они дают советы, обозначают подводные камни. Газета привлекает экспертов, они разъясняют способы господдержки, кредитование малого бизнеса и др.

● **«Саткинский рабочий», Челябинская область.** У газеты налажено сотрудничество с муниципальным Центром по поддержке предпринимательства. Его возможностями пользуются далеко не все бизнесмены. В публикациях по проекту **«Малый бизнес»** рассказывают, как получить поддержку, каких успехов с ее помощью добиваются земляки-предприниматели.

● **«Березниковский рабочий», Пермский край.** Конкурс-проект **«Бизнес-старт»**. Журналисты после встречи с предпринимателем готовят полосу «Бизнес-старт» с рассказом о его проекте. Читатели голосуют, какие проекты они считают самыми перспективными и интересными. По-

бедитель получает награду — рекламную кампанию в газете.

● **«Шахтинские известия», Ростовская область. Еженедельная полоса «Бизнес-среда»** разработана для новостей бизнес-сообщества. Подготовка полосы идет с опорой на экспертов. Темы — инновационные планы, международное сотрудничество, формула успеха, меценатство и др. У полосы свой дизайн, активно используется инфографика.

● **«Вечерний Красноуральск», Свердловская область. Цели проекта «Непрестижные профессии»** — повышение престижа рабочих специальностей (дворников, сантехников, соцработников и т.д.), повышение самооценки героев публикаций, изменение общественного мнения. Формат — зарисовка о человеке профессии, история профессии, ее плюсы и минусы.

### ТЕМА — ДОБРОСОСЕДСТВО И ТОЛЕРАНТНОСТЬ

● **«Власть Советов», Краснодарский край. «Власть Советов» и в газете, и в соцсетях поддержала Международную акцию и рассказала о хороших соседях.** Несколько добрых и теплых публикаций в газете стали настоящим резонансом.

● **«Оренбургье», Оренбургская область. В газете продолжила регулярно выходить полоса «Этнорадуга»** с рассказами о самобытности и уникальности национальных традиций, об обычаях и обрядах народов региона. Приводится информация о национальных фестивалях.

● **«БелПресса», Белгородская область. NB** — Этот проект не был в заявках, но с его материалами можно познакомиться на сайте ИД «Мир Белогорья». В публикациях проекта **«Мы и другие»** рассказывается о людях, которых мы стараемся не видеть. Закрываемся от них страхом и предрассудками. Среди героев публикаций — бывшие заключенные, дети-аутисты, люди, которые ухаживают за тяжелобольными, семьи с приемными детьми и др.

### ТЕМА — ВСТРЕЧИ С ИНТЕРЕСНЫМИ ЛЮДЬМИ, СУДЬБЫ, ПОРТРЕТЫ

● **«Крымские известия», Республика Крым. В рамках проекта «Политическая гостиная «Крымских известий»**

проводятся встречи с известными политиками, лидерами общественного мнения, экспертами, учеными. Цель — обсуждение резонансных общественных проблем, интересных научных идей и методик.

● **«Про Лесной», Свердловская область. Рубрика «Человек труда и творчества»** посвящена удивительным людям города. На работе они опытные производственники, а в свободное время — увлеченные творческие натуры: оператор пульта управления, она же поэтесса; инженер, он же рок-музыкант; таких примеров множество.

● **«Канские ведомости», Красноярский край. Проект «Встречи в «Романия»** на страницах газеты «живет» уже несколько лет. Газета приглашает интересных людей Канска для беседы за чашкой чая в ресторанчик «Романия», с которым налажены партнерские отношения. Очередных гостей помогают выбрать читатели. Разговор идет в формате «встреча без галстука». В ресторане создана фотогалерея с участниками встреч.

● **«Руднянский голос», Смоленская область. Проект «Творческая провинция»** объединяет талантливых мастеров и художников с хореографами, актерами и вокалистами. Публикации помогли получить признание ряду умельцев, их пригласили показать свои изделия на празднике города.

● **«Борисоглебский вестник», Воронежская область. Традиционный прием «Журналист меняет профессию»** и сегодня продолжает успешно работать. «Подопытный журналист» Альбина Гусева научилась строчить на промышленной швейной машине, освоила дойку коров на ферме, поработала воспитателем в детском саду. Читатели принимали ее материалы «на ура».

● **«Знаменка», Кемеровская область. В Калининградской области тоже есть город Гурьевск. Журналисты списались с коллегами из Калининградской области, предложили в новогоднем номере сделать обменные полосы.** Читатели получили возможность сравнить, как живет людям в другом российском городе, до которого несколько тысяч километров.

● **«Центр», Удмуртская Республика. Самая романтическая рубрика — «Ижевские молодожены».** В каждом номере газета рассказывает истории любви пар из Ижевска. Отклик среди читателей огромный. На сайте у рубрики самая высокая читаемость.

● **«Сельская новь», Воронежская область. В прошлом году редакция начала акцию «Наше будущее».** Журна-



листы решили несколько лет интересоваться судьбой 20 выпускников школ Богучарского района. В свет вышли первые публикации.

### ТЕМА — О ТРУДНОСТЯХ И ГОРЕСТЯХ

● **«Вечерний Краснотурьинск», Свердловская область.** В редакции родился проект «Опыт», решили публиковать материалы о драматических жизненных ситуациях. Рассказ молодой мамы о ее чувствах и переживаниях во время болезни и смерти маленькой дочери позволил людям, прошедшим подобные испытания, поддержать друг друга. Читателям эти материалы помогают «заочно» пройти своего рода школу жизни.

● **«Пенсионер», Свердловская область.** В публикациях газеты освещались истории пожилых уральцев, ставших жертвами обмана разных мошенников: кто-то обещал исцеление от болезни, кто-то навязал приобретение сомнительных товаров и т.д. Газета старательно разъясняла, на что следует обращать внимание при общении с подобными «дельцами», предостерегала читателей от необдуманных решений.

● **«Курьер.Среда.Бердск», Новосибирская область.** В прошлом году были сокращены две полосы с ТВ-программой. Одну было решено отдать под рубрику «Память», где теперь еженедельно публикуются поминальные материалы. К ним постепенно добавляется реклама.

### ТЕМА — ЗДОРОВЬЕ

● **«Зареченская ярмарка», Свердловская область.** В рубриках «Загляни в себя», «Я и коуч» газета знакомит читателей с различными методами и технологиями поднятия настроений, способами справиться с депрессией, и т.д.

● **«Свободный курс», Алтайский край.** Проект «Движение — жизнь» посвящен популяризации здорового образа жизни среди жителей Алтайского края. В подаче материалов используются различные приемы — от визуальной навигации по оздоровительным площадкам до таблицы с расчетами, где сопоставлены траты на ЗОЖ и траты на лекарства.

● **«Городские вести», Ревда, Свердловская область.** Проект «Ревда. Реформа» организован совместно с фитнес-центром. Пятнадцать человек могли бесплатно поухаживать под надзором тренеров. Газета публиковала материалы о ходе тренировок. На сайте шло голосование — кто выбывает перед следующим этапом. Проект собирал тысячи просмотров и принес небольшой доход от продажи баннеров.

### ТЕМА — ДОМАШНЕЕ И ПРИУСАДЕБНОЕ ХОЗЯЙСТВО

● **«Заря», Омская область.** При редакции был создан Клуб садоводов и огородников. Решили разом две задачи: агитировали за работу на земле в сельской местности (теперь это привлекает далеко не всех) и сохраняли подписчиков.

● **«Голос правды», Краснодарский край.** В спецвыпуске газеты «Зеленый номер» журналисты собрали советы местных жителей по теме «Сад-огород». В дополнение к газете подписчики получили в подарок пакет семян огурцов, редиса или петрушки. Номер стал прибыльным за счет тематической рекламы.

● **«Мой город», Кемеровская область.** Проект «Кухня народная» направлен на общение с читателями. Горожане на страницах газеты обмениваются своими любимыми рецептами. В качестве эксперта привлечен технолог кафе, он дает профессиональные советы по улучшению блюд.

● **«В каждый дом Североуральск», Свердловская область.** Проект «Готовьте с нами, готовьте сами» — спецприложение к газете (мини-книжка — 16 страниц А5). Она стала новогодним подарком для читателей газеты и одновременно завершением сетевого конкурса рецептов, в котором участвовали жители Североуральска, Карпинска, Серова, Краснотурьинска. Все рецепты в мини-книжке были именными. Победительница получила приз — набор качественной посуды.

✂



## ПРОЕКТИРУЯ ЖИЗНЬ К ЛУЧШЕМУ

Живет где-то газета. Выходит много лет при любой погоде. Печатает новости, телепрограмму, полезные советы. В принципе, про все это теперь можно и без газеты узнать. Сети или радио расскажут. Или соседка. Тогда зачем людям нужна газета?

А тут еще подписка падает, тарифы растут, блогеры разные из всех углов Интернета развлекают и информируют. Как убедить читателя в важности именно печатного слова? Вот в такой момент кто-нибудь да и скажет: «А давайте сделаем проект? Как похудеть к Новому году (платью)?» Или что-то посерьезнее, про дороги и патриотизм. Главное, чтобы люди потянулись. За газетой.



СЕРГЕЙ ЛАПЕНКОВ, ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР  
АЛЬЯНСА НЕЗАВИСИМЫХ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИЗДАНИЙ,  
ЧЛЕН ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА КОНКУРСА

Но где проходит граница между обычной газетной работой и тем, что называется «проект» или «акция»? В конце концов, про плохие дороги и хороших людей (редко наоборот), газеты всегда писали и писать будут. Зачем это называть «проектом»? Видимо, не только ради того, чтобы получить тематический грант. Видимо, должны быть некие присущие такой форме коммуникации с читателями особенности.

Не претендуя ни на что, кроме истины (сарказм), полагаю, что **прежде всего для проекта важен очевидный результат**. А так как проект и тем более акция — и это еще одна черта формата — обычно ограничены во времени, результат скорый. Операция для больного ребенка, корова для многодетной семьи, позор для депутата, парк вместо свалки, да мало ли к чему можно стремиться.

**Явным признаком успешного проекта является интерес, который вызывает газета у окружающих ее людей.** Интерес (к тем же особенностям) должен быть повышенным, желательно ажиотажным. Переходящим в уважение, признательность, симпатию, работающий на репутацию газеты. По очень, еще раз скажем, конкретному поводу. Конкретика проекта, его уникальная (если бог даст) или хотя бы актуальная идея, стержень любой акции.

Наконец, **проект — это двери через которые редакция выходит «в народ»**. Предлагая читателям вместе (максимальная вовлеченность аудитории — еще один штрих) помогать, строить, спасать, развлекаться, грустить, вспоминать, бороться, в конце концов, хотя бы с отдельными недостатками. Это важно — быть среди людей и ради людей.

**Итак, еще раз: проект — особенная форма коммуникации газеты с аудиторией, ограниченная во времени, интерактивная, нацеленная на достижение конкретных результатов, выходящая за пределы газетных полос, укрепляющая лояльность читателей, создающая эмпатические связи.** Я так думаю (с).

Все эти черты в большей или меньшей степени присутствуют в проектах и акциях, заявленных на конкурс «10 лучших газет России». Иногда газета шла от жизни, иногда напротив, предлагала аудитории от проблем отвлечься.

Учитывая, что живем мы в одинаково (не)устроенной стране, в проектах очевидно прослеживается некоторая типология. Чему, вероятно, способствует и столица, мотивирующая регионы на приоритетное освещение тех сторон жизни, которые в данный момент занимают в федеральной повестке особое место. Вот хотя бы ушедший 2016 Год кино взять, и возьмем, но не в первую очередь.



выхода материала пандус при входе в Центр коммунальных услуг был переделан. Корреспондентами в этом проекте, что важно, стали дети с церебральным параличом из школы «ПУСК», созданной при поддержке редакции в реабилитационном центре «Доброедея». Ребята приезжают в центр на два месяца со всей Ростовской области, получая возможность благодаря газете не просто пройти реабилитацию врачебную, но и социальную.

Социальная адаптация особенных детей в нашем мире — задача проекта газеты **«Городские вести. Ревда» (г. Ревда) «Радужные дети»**. Герои публикаций — ревдинские семьи, в которых растут дети с синдромом Дауна. Цель редакции — показать, что инвалид может и должен социализироваться, помочь опытом тем, кто впервые узнал о подобном диагнозе у своего ребенка, собрать средства на лечение детей.

Семья находится в центре внимания газеты **«Маяк» (г. Сосновый бор). Проект газеты «Профессия мама»,** посвященный пропаганде материнства и усыновления, — о Екатерине Тумановой, воспитывающей десять приемных детей, проект «Шесть детей молодого батюшки» — о священнике, в семье которого, помимо четырех своих детей, есть двое приемных, проект «Воспитание творчеством» — о художнице и многодетной маме Елене Ереминой, открывшей свой детский сад.

О важной роли доброго взрослого в жизни ребенка — проект газеты **«Мой PRO город» (г.Вятка) «Наставничество»**. Его задача — помочь детям из Нововятской школы-интерната №1 обрести наставников, способных помочь ребенку понять мир за пределами стен интерната, найти в нем свое место. В интернате 83 воспитанника, 80 из них имеют статус «сирота». За всеми закреплены педагоги-наставники, а вот наставников-друзей имеют только 35 детей. Через прямые линии с руководством интерната, статьи, поясняющие суть наставничества, через истории самих ребятами газета стремилась донести до горожан проблему социальной неустроенности выпускников и их абсолютной непригодности к жизни за пределами стен интерната. В итоге — выросли потенциальные наставники.

Об особенностях усыновления — подробный проект газеты **«Вечерний Красноурьинск» «Искусство маленьких шагов»**. На примере конкретной семьи газета отследила все этапы усыновления: от принятия решения до приема ребенка в семью. Аргументация приемного родителя, реакция близкого круга семьи, обучение в «Школе приемных родителей», знакомство с ребенком, его появление в семье, трудности адаптации и т. д. В качестве героини проекта «Искусство маленьких шагов» была выбрана приемная мама-рекордсмен Ирина Погудина, усыновившая семерых детей. Для работы создали команду из трех человек, каждый из которых трудился над конкретными задачами внутри проекта. Результат проекта: в «Школу прием-

ных родителей» в конце 2016 года пришли два кандидата, принявшие такое решение именно в результате наблюдения за жизнью семьи Ирины Погудиной.

Стоит отметить еще один проект **«Вечернего Красноурьинска» — «Опыт»**. Откровенный рассказ о трагических ситуациях, пережитых и переживаемых людьми, о важном опыте, который приобретает человек в пограничных ситуациях. Читателю эти материалы помогают в некоторой степени примерить судьбу героев на себя и терпимее относиться к тем, кто оказался в непростых обстоятельствах.

Среди историй цикла — монолог женщины, чья пятилетняя дочь скончалась от лейкоза. Честный рассказ молодой мамы объединил людей, оказавшихся в схожей ситуации. Одним из результатов этого материала стало появление городской акции «День Небесных Детей», собирающей вместе тех, кто потерял своего ребенка.

### СРЕДИ СВОИХ

**Часть проектов, представленных в заявках, уместно отнести к категории коммуникативных, в которых газета выступает посредником, помогающим людям схожих интересов и ценностей обмениваться опытом, знаниями, интересно проводить время. Разумеется, за счет таких проектов газета приобретает черты полезного знакомого, с которым стоит поддерживать отношения и впредь.**

**«Свободный курс» (г. Барнаул). Проект «Школа успеха».** В рамках проекта начинающие молодые предприниматели встречаются с «капитанами» бизнеса и из первых рук получают возможность в ходе обстоятельной беседы получить квалифицированные ответы на все свои вопросы. Каждое занятие собирает от 75 до 140 человек, организация сбора в школу происходит с помощью современных коммуникационных технологий, соцсетей. Отчет о каждой встрече публикуется в газете «Свободный курс», а после этого выкладывается в интернет и становится доступен для «второго тура» дис-



Илл. 2

куссий. Участникам школы предоставляется возможность побывать на предприятиях, которыми владеют приглашенные гости — бизнесмены.

**«Красное знамя» (г. Глазов).** Проект «Клуб путешественников». Цель проекта — популяризация ответственного туризма, альтернативных форм отдыха, работа с активным ядром целевой аудитории. Сегодня в «Клубе путешественников» состоит около сотни горожан. Проект осуществляется совместно с Набережным филиалом библиотеки имени Короленко, где собирается клуб. Во время заседаний ведутся видеотрансляции, устраиваются чаепития, дегустации блюд различных народов. В клубе выступают лекторы с историческими и культурными обзорами. Гостями становились танцевальные национальные коллективы, журналисты, опытные туристы, блогеры. Благодаря популярности проекта выросло число подписчиков в социальной сети и объем нативной рекламы в печатной версии газеты.

«Заря» (пос. Полтавка, Омская область). Проект «Пресс-клуб «Зари». Создав несколько лет назад в заброшенном помещении бывшей типографии диалоговую площадку, редакция принимает там гостей, с которыми обсуждает разные аспекты жизни района: от падения цены на молоко до празднования Нового года с наименьшими затратами. К слову, газете принадлежит и редкий по продолжительности и глубине погружения в тему проект «Заря» идет в школу». Газета буквально вырастила детей одного из классов своего поселка, в режиме реального времени, отслеживая их взросление от первого класса до выпускного вечера в течении одиннадцати лет...

**Школьные годы, чудесные еще и тем, что некоторое время спустя какая-то часть полученных знаний из головы выветривается, и не грех освежить воспоминания.**

**Газета «Мой Pro Город» (г. Вятка).** Проект «Уроки русского языка и литературы». Проект был организован совместно с Вятским государственным гуманитарным университетом и приурочен к празднованию 115-летия со дня рождения выдающегося русского лингвиста Сергея Ожегова. Программа включала бесплатные занятия русскому языку, которые проводились ежемесячно с октября 2015 по май 2016 года. Уроки проводили преподаватели филологического факультета и включали теорию, практические задания, написание диктанта и его проверку, а также интеллектуальную викторину с вручением победителю памятного подарка от редакции газеты.

**«МОЕ!» (г. Воронеж).** Проект поддержки НКО, реализованный совместно с Гильдией аналитических журналистов Воронежа. В течение 2016 года редакция знакомила читателей с работой некоммерческих общественных организаций. Например, рассказала про авиаклуб «Сапсан», при котором с 2013 года существует школа планеристов. Причем молодежь и школьники из Верхнехавского и Усманского районов могут в ней обучаться бесплатно.

На молодую аудиторию работает ежегодный проект «Юный газетчик» газеты «МОЕ!» из Воронежа. Суть акции — в привлечении к распространению газеты «МОЕ!» школьников, которые получают возможность заработать на каникулах. Зарботки хорошие, вплоть до покупки первой машины. (Кто скажет, что «Жигули» не авто?) С каждого проданного подростками номера часть средств газета перечисляет на помощь нуждающимся детям. За 6 лет больным детям было перечислено 705 тысяч рублей (Илл. 2).

Совсем потенциальным читателям их родителям, конечно, адресована акция газеты «Городские вести. Первоуральск» «Первый день рождения». Каждую первую пятницу месяца редакция собирает семьи, где малышам исполнился один год. Мама, папа, бабушки и дедушки с удовольствием приводят годовичков на абсолютно бесп-



культуры. Результатом работы стали критические материалы, остроту которых характеризуют заголовки: «Во всей красе предстали пищеблочки», «А нечистым трубочистам», «Кушать подаю. Садитесь жрать!», «50 оттенков грязного очагов культуры».

**Газета «Воронежский курьер» (г. Воронеж).** Публикации цикла «Мигранты» посвящены людям, которые не могли добиться получения российского гражданства. После выхода газетных публикаций проблемы героев были решены или сдвинулись с мертвой точки.

**«Якутск Вечерний» (г. Якутск).** В газете опубликован цикл журналистских расследований по методу народного контроля:

**«Лямпушка» для власти.** Масштабное журналистское расследование редакции, выявившее нецелевое расходование бюджетных средств. Выделенные изначально 16 млн рублей превратились в 107 миллионов, в стоимость вошли даже позолоченные унитазы в национальном стиле. По результатам публикации прокуратура республики провела проверку, признала строительство незаконным и предписала Минфину республики прекратить любые денежные расчеты по нему, а застройщику — снести вип-заимку.

**«ФСБ подозревает УБЭП в поддержке игорного бизнеса».** Воспользовавшись утечкой информации правоохранительных органов, «ЯВ» сумел превратить рутинную служебную проверку, не имевшую последствий, в журналистское расследование, посвященное «крышеванию» незаконного игорного бизнеса. Благодаря публикации фактов и работе журналистов «под прикрытием» в подпольных казино, сотрудникам правоохранительных органов пришлось вмешаться. Через какое-то время все нелегальные заведения, упомянутые в статье, были закрыты по личному распоряжению министра внутренних дел Республики Саха.

**«Психиатры быстрого реагирования».** О том, как неприятность обернулась использованием служебного положения, из-за чего здоровый человек оказался заперт в «психушке».

После вмешательства СМИ мужчина был освобожден из больницы, в последующем обратился в суд и привлек медиков к ответственности, получив моральную и материальную компенсацию.

## ЛЮДЯМ О ЛЮДЯХ

**Проекты, героями которых стали соседи и земляки, люди, близкие аудитории.** Рассказывая о них, газеты помогают читателям получить новый опыт. Увидеть возможности, которые есть и у них. Избавиться, может быть, от комплекса «маленького человека». Эмоционально пережить свое родство и с этими людьми и с теми местами, которые для них всех являются Родиной, без пренебрежительного эпитета «малая».

**Газета «Воскресенская жизнь» (п. Воскресенское, Нижегородская область).** Проект «Один день деревни». В 2016 году в газете вышла серия материалов, рассказывающих о сегодняшнем дне российской глубинки, о вымирающих деревнях, селянах, которые переживают нелегкое время оптимизации: закрытие школ, детских садов, участковых больниц и ФАПов. Его цель — привлечь внимание властей всех уровней к проблемам провинции:

«Первое, что потрясает в Раскатах, — это вид с угора. Открывающаяся воздушная панорама старицы, Бабьей горы и ветлужских просторов. Красота необычайная, притом в любое время года. Прямо бери кусками, вставляй в рамы и вези на выставки. Не зря, когда мы спросили хозяйку дома, стоящего на угоре: «Много ли у вас дачников?» — она сказала: «Каждый год приезжают наш дом покупать, а я отвечаю: "Да что вы, мы еще живы"». Вот об этом «мы еще живы» и будем рассказывать».

**Газета «Змеиногорский вестник» (г. Змеиногорск, Алтайский край).** Проект «Его Величество Крестьянин». Проект появился по предложению сельских жителей, финансируется через грант администрации района. Проведено множество конкурсов, создана Народная галерея Почета. «Галерея» выложена на сайте [www.zmnvest.ru](http://www.zmnvest.ru). По результатам конкурса «Крестьянские корни» молодая сельская семья Брикотниных из села Карамышево получила в награду телку.

**Газета «Искра» (г. Еткуль, Челябинская область).** Проект «Другой алфавит» — это истории про земляков за границей. Кто-то уехал получать образование за рубежом, кто-то создал семью или нашел хорошую работу. Они делятся с земляками информацией от первого лица на разные темы: образование, культура и культурные барьеры, еда, взаимоотношения, путешествия (Илл. 4).

**Газета «Знаменка» (г. Гурьевск, Кемеровская область).** Проект «Знаменитые земляки». Редакция нашла гурьян, которые состоялись как неординарные, интересные люди, и рассказала о них. Героями публикаций стали композитор Н. Бирюков, ныне живущий в Бел-

городе, заслуженный архитектор России А. Герасимов, ныне — житель Самары, О. Стец — выпускница местной школы искусств, по эскизам которой сегодня чеканят монеты для Эрмитажа.

**Газета «Заря» (с. Смоленское, Алтайский край). Мемориальный проект, посвященный памяти сотрудников газеты.** Ежегодно с подачи редакции проходит школьный фестиваль художественного чтения стихов ныне покойного журналиста Г.Г. Веревкина и собственных поэтических произведений. В 2016 году в память о поэте была выпущена книга «Но вот и пройдена аллеяка...» — сборник художественных произведений журналиста с воспоминаниями о нем, музыкальным разделом (некоторые стихи положены на музыку местными композиторами), разделом литературоведческой критики, стихами детей — победителей фестиваля разных лет. Редакция передала в школьные и сельские библиотеки района более двухсот экземпляров.

**Газета «Власть Советов» (ст. Выселки, Краснодарский край). Проект «Выселковский район. От А до Я».** Рассказывает о почетных земляках, достижениях тружеников, улицах, носящих имена героев и земляков, о трудовых коллективах района, связанных с Выселками исторических персонажах и явлениях. Располагаясь в алфавитном порядке, рядом стоят Екатерина Вторая, сыгравшая заметную роль в истории донского казачества, директор одного из местных предприятий, глава большой спортивной семьи Андрей Есьман, Есенин — самое популярное в Выселковском районе имя новорожденных. Конечно, этот проект по сути — энциклопедия района. С полным правом можно его назвать и краеведческим.

### КРАЙ, ГДЕ РАЙ

**Краеведческие проекты представлены в заявках разнообразно: сохранение исторических памятников, краеведческий туризм, ретро-фото, разумеется, акции под важные городские даты. Роднит их неподдельный интерес к прошлому и живое переживание, иногда тревога, по поводу настоящего родных мест.**

**Газета «Курьер. Бердск. Среда.» Проект «300 лет Бердску. Шаг в 4 столетие».** К 300-летию Бердска редакция подготовила спецвыпуск газеты. «Для нас такие проекты необычны, так как у нас больше контента проблемного, чем очень позитивного», — отмечают журналисты. Работу над проектом в редакции начали за полтора месяца до выхода. Спланировали номер, распределили тематику среди журналистов, разработали уникальные макеты, не забыли подключить рекламный отдел. Спецвыпуск вышел с маркировкой «Купи в подарок».

**Газета «Искра» (Еткуль, Челябинская область). Проект «Еткуль туристический»** редакция называет «смысловывляющим». Еткульчанам предлагают информации об истории родных мест, знаковых событиях, знаменитых в прошлом земляках, сильных и деятельных современниках.

**«Городские вести. Ревда.» Проект «История Ревды в фото».** Раз в две недели по выходным на сайте Ревда-инфо.ру (и раз в неделю в газете) выходят снабженные редкими архивными фото очерки журналиста Юрия Шарова и историка Сергея Белобородова об истории Ревды с момента ее основания. Уникальный проект, пользующийся огромной популярностью. Трафик на сайте — около 3000 просмотров. По информации издания, материалами проекта школьники пользуются при подготовке рефератов по истории родного края.

**«Городские новости» (г. Красноярск). Проект «Город имен».** Редакция предложила красноярцам собрать фотографии из семейных альбомов с изображением знаковых мест Красноярска. В газете публиковали фото и историю, связанную с ним, а также современный снимок места, о котором рассказывал читатель. Материалов набралось столько, что к Дню города был подготовлен спецвыпуск газеты, в основу которого легли присланные красноярцами фотоистории.

**Газета «Вечерний Северодвинск» (г. Северодвинск). Проект «Дом Пикуля».** В 2016 году администрацией было принято решение о сносе здания, в котором подростком жил писатель Валентин Пикуль. Журналисты «Вечернего Северодвинска» вступились за дом, посвятив теме более двух десятков публикаций.

Еще один проект «Вечернего Северодвинска» — «Энциклопедия города». С начала века газета ежегодно издает свои лучшие публикации и фото в форме книги в твердой обложке формата А5 под общим названием «Вечерний Северодвинск». Истории нашего города». Северяне называют их энциклопедией жизни города. На сегодняшний день изданы пятнадцать томов.







щем, вопрос сугубо личный. Но последствия выбора, бывает, приобретают общественное значение, когда иной раз видишь статистику смертности или правонарушений. Поэтому проекты, наглядно пропагандирующие здоровые привычки вроде регулярного употребления гантелей, в заявках встречаются часто. И это хорошо.

**Газета «Воскресенская жизнь» (р.п. Воскресенское. Нижегородская область). Акция «Прозрение: Воскресенский район — не территория алкоголизма, а территория ЗОЖ».**

В течение 2016 года, помимо публикаций в газете, проведены следующие мероприятия:

- постоянно действующая прямая телефонная линия «Сообщи, где торгуют отравой»;
- рейды по местам торговли фальсифицированной водкой и суррогатами;
- акция «Один день без алкоголя»;
- сельский фотоквест «За здоровье нации»;
- спортивный праздник «День здоровья»;
- круглые столы и прямые линии с медиками по проблемам смертности из-за алкогольных отравлений;
- выпускались сатирические заметки и комиксы;
- снят, смонтирован и выпущен в эфир региональной телепрограммы видеofilm о вреде спиртных настоек двойного применения.

Один из результатов акции: при непосредственном участии редакции администрация Воскресенского района заключила более 25 договоров с руководителями торгующих организаций, аптек, предпринимателями о прекращении продажи фальсифицированной водки и алкогольных суррогатов. В районе сократилось число случаев алкогольных отравлений (Илл. 5).

**«Свободный курс» (г. Барнаул). Проект «Движение — жизнь»** посвящен популяризации здорового образа жизни среди жителей Алтайского края. В проекте отражены все популярные физкультурные тренды: бег, лыжи, велосипед, скандинавская ходьба, плавание. За-

метную часть в цикле занимают истории известных людей региона. Используются разнообразные журналистские технологии — от визуальной навигации по оздоровительным площадкам края (спортивные залы, стадионы, катки, лыжные базы) до таблицы с расчетами, показывающими пользу трат на ЗОЖ вместо трат на лекарства.

Журналисты показали популярную в Барнауле «Трассу здоровья» глазами «невидимых героев»: смазчика лыж, водителя ратрака, работников проката, буфетчиц. Заметной частью проекта является демонстрация позиции краевых и городских властей к развитию возможностей жителей региона заниматься физкультурой и спортом. Что есть, что будет строиться, чего не хватает и как можно помочь властям с вводом новых спортивных объектов за счет частной инициативы — от небольших дворовых уголков с турниками до капитальных сооружений.

**Газета «Власть Советов» (пос. Выселки Краснодарский край). Проект «Футбол. Кубок района».** Проект газета подсказали читатели (о пользе обратной связи), обратив внимание редакции на тему, которая многих в районе волнует не на шутку, и еженедельная полоса «Футбол» теперь объединяет выселковских любителей футбола. В проекте комментаторы обсуждают голевые моменты интересных матчей, болельщики делятся мнениями, тренеры рассказывают о победах и причинах поражений, публикуются анонсы встреч и турнирные таблицы промежуточных матчей. Этот проект вызвал интерес у спортсменов, одна из компаний выкупает дополнительно 50 номеров каждой газеты.

**Газета «Час Пик в Верхней Пышме». Редактор сайта Илья Герасимов организовал турнир по детскому футболу «Дворовая лига».** По инициативе Ильи создан клуб «Любителей попутешествовать», который организует круглогодичные выезды в Челябинскую, Курганскую, Оренбургскую области, в Пермский край, в Башкирию, в Тобольск. Репортажи о поездках появляются в газетах, на сайте и в социальных сетях.

**«Городские вести. Ревда». Реалити-проект «Ревда. Реформа».** В рамках проекта 15 человек смогли бесплатно худеть под контролем опытных фитнес-тренеров. Материалы о проекте публиковались в газете, на сайте Ревда-инфо.ру проводилось голосование за одного из трех худеющих, номинированных на выбывание тренерским штабом.

**Газета «Березниковский рабочий» (п. Березники, Пермский край). Проект «Наши на пьедестале»** — это народный рейтинг молодых спортсменов. Каждую неделю голосование определяет наиболее заслуженного на этой неделе спортсмена или спортсменку.

Пора и кино вспомнить.

## ГОД КИНО

**Тематический год не принес, как мне лично кажется, стране особых киношедевров, во всяком случае, бесспорных. В то же**

**ШАЛИНСКИЙ ВЕСТНИК**  
№42 (18066)  
11 августа 2016 года

**ШАЛИНСКАЯ КИНОСЕТЬ** 7

**Груня** Когда Груни были звездами  
Груня обладает своей кинематографической физикой



Сценарий и режиссура дебютного фильма кинолюбителя Руся Шороки в архиве Шалинской киносети сохранились в виде пленки. Фильм кинолюбителя и народного артиста Шалинского района Руся Шороки «Груня» сохранился в виде пленки. Фильм кинолюбителя и народного артиста Шалинского района Руся Шороки «Груня» сохранился в виде пленки. Фильм кинолюбителя и народного артиста Шалинского района Руся Шороки «Груня» сохранился в виде пленки.

**Пальцы высветятся**  
Редколлегия нашей газеты поздравила с юбилеем 100 лет со дня рождения писателя Юрия Владимировича Рыльского. Юрием Владимировичем Рыльским в 1916 году в селе Груня в семье учителя и агронома Руся Шороки родился мальчик Руся. Он вырос в семье учителя и агронома. Он вырос в семье учителя и агронома.

**«Служки два товарища в одном тем...» ДК**  
После того, как в деревне Груня в 1985 году в рабочем состоянии киноустановку и провели сеанс документального фильма «Груня» о скотнице местного колхоза Аграфене Васильевне Соловьевой, снятого в 1985 году на Свердловской киностудии (Илл. 6).

**Груня, она же Аграфена Васильевна**  
В фильме «Груня» о скотнице местного колхоза Аграфене Васильевне Соловьевой, снятого в 1985 году на Свердловской киностудии (Илл. 6).

время прихоть календаря дала повод для нескольких интересных проектов. В первую очередь примечательны они тем, что удачно «приземлили» тему.

**Газета «Ольховатский вестник» (пос. Ольховатка, Воронежская область).** Акция «Возродим кинофильмы Виталия Сороки». Заметный след в истории района оставил Виталий Сорока, который снимал любительские фильмы, был признанным фотографом в Ольховатке. Его кинопленки десятилетиями хранились в архиве сахарного комбината, пока не оказались в распоряжении редакции. Но прежде чем показать их землякам, пленки надо было оцифровать. Редакция обратилась к читателям с предложением собрать средства на перевод киноматериалов в цифровой формат. Один фильм оцифровали и уже показали в соцсетях. Сбор средств намерены продолжить, чтобы организовать показ самых интересных фильмов и хроник из истории района в ДК и выложить их для просмотра в соцсети.

**Газета «Шалинский вестник» (п. Шаля, Свердловская область).** Проект «Шалинская киносеть». В цикле статей, приуроченных к Году кино, редакция рассказала о прошлом районной киносети, о людях, которые в ней долгие годы трудились. Но главное, редакции удалось восстановить в деревне Гора единственную сохранившуюся в районе в рабочем состоянии киноустановку и провести сеанс документального фильма «Груня» о скотнице местного колхоза Аграфене Васильевне Соловьевой, снятого в 1985 году на Свердловской киностудии (Илл. 6).

**«Торжокская неделя» (г. Торжок).** Проект «Снимается кино». Историю отечественного кинематографа редакция связала с Торжком и Тверской областью, где, начиная с протозановского «Закройщика из Торжка», частенько проходили съемки художественных фильмов. Вся «торжокская киноистория» нашла отражение на страницах газеты. Завершающим аккордом цикла публикации стал диспут «Православие в кино».

**«Шахтинские известия» (г. Шахты, Ростовская область).** Проект «Код кино». Редакция на тематической странице «Код кино» рассказывала о шахтинских артистах и режиссерах, в том числе учащих и работающих по профессии в Москве.

**ПОДПИСКА, ПРОДАЖИ, КЛИЕНТЫ, АНГАЖЕМЕНТЫ**  
Некоторые проекты имели цели вполне утилитарные: привлечь больше подписчиков, увеличить продажи розницы, найти новые рынки, просветить, и, как следствие, привязать узам благодарного интереса к газете рекламодателя.

Илл. 6

**Газета «Березниковский рабочий» (г. Березники, Пермский край).** Спецвыпуск издания предназначенный для партнеров-рекламодателей. В одном выпуске — настоящая энциклопедия рекламодателя: что такое «нативка» и как она работает, чем хороши «чек-листы», какую пользу могут принести рекламодателю игры или тесты и как на них реагирует читатель. Ярко, просто, убедительно.

**«Курьер. Бердск. Среда.» Тематическая полоса «Память».** Вот как проект описали сами журналисты: «После того как мы сократили две полосы в ТВ-программе и полосу «Афиша», у нас появились три полосы под контент. И одну мы отдали под рубрику «Память», где еженедельно публикуем материалы, и к ним постепенно добавлялась реклама. Там же выходит рубрика «Город простился», где публикуем имена тех, кто покинул этот бренный мир. Часть материалов мы пишем сами, делая обзоры, часть — компилируем с указанием ссылки. Проект неожиданно для нас стал востребованным у читателей и рекламодателей».

**Газета «Марийская правда» (г. Йошкар-Ола). Проект «Поздравь...».** Накануне больших праздников редакция принимает бесплатно поздравления на сайте с помощью гугл-формы. Предложение активно продвигается на сайте и в социальных сетях. Читателю предлагают разместить «ВИП-поздравление» с фотографией, заплатив через «Яндекс.Кошелек» 300 рублей. Такие поздравления выходят в газете, и те, кто их разместил, и те, кому они адресованы, приобретают номер, и не один. Мотивация железная.

**«Кантемировский вестник» (пос. Кантемировка, Воронежская область). Проект «Районка — в новую семью»** — это акция для привлечения новых подписчиков через поздравления молодоженов, которым в день бракосочетания издание дарит подписку на электронную версию газеты. Получая подарок, молодожены становятся героями газетных полос: журналисты рассказывают истории создания семьи.

**«Красное знамя» (г. Глазов).** Для активизации подписки были проведены акции **«Пой частушки вместе с «Красным знаменем»**. Читателям предлагалось снять видеоролик с исполнением частушек и отправить его в редакцию. В самой редакции также велись съемки вокальных номеров, иногда даже целых ансамблей из числа читателей. Снялись в ролике и журналисты с главным редактором.

**«Пензенская правда» (г. Пенза). К 100-летию юбилею газета провела сразу несколько акций по пропаганде подписки:**

- Акция-конкурс «Самый преданный подписчик». В доказательство преданности надо было прислать в редакцию подписные абонементы прошлых лет и рассказать о причинах своей приверженности газете. Самые преданные подписчики получили подарки.
- Акция «Нам 100 лет». Каждый 5-й, 20-й, 30-й, 40-й и 50-й подписчики, приславшие копии подписных абонементов, получили призы — от памятных сувениров до бытовой техники. Акция продолжена в 2017 году.

- Конкурс «Суперпочтамт-2017» — конкурс на лучшую организацию подписки на газету на 1-е полугодие 2017 года. Победителями конкурса стали начальники почтамтов, обеспечившие наибольший прирост подписного тиража в своих районах по сравнению с аналогичным подписным полугодием. Они получили ценные призы — бытовую технику.

### ВОСПИТАЙ СЕБЕ САМ

**Нет, вероятно, такого редактора, который хотя бы раз в жизни не сетовал, что велика Россия, а корреспондента толкового найти невозможно. Чему вас там только учат, на этих ваших... ну и так далее. Тем ценнее усилия тех немногих, кто не ждет милости от высшего образования, а пробует по мере сил готовить будущих газетчиков своими руками.**

**Газета «Марийская правда», г. Йошкар-Ола. Проект «Школа юного журналиста».** О проекте говорит сама редакция: «Он важен для нас вовлечением школьников в нашу профессию, возвращением своих «мобильных репортеров», это легкая реклама нашего издания среди нового поколения, небольшая помощь в работе редакции в летний период, а еще это способ заработать». Летняя школа платная — 2000 рублей за 16 часовых занятий, по 2 часа в день. Занимались подростки два раза в неделю: история печатных СМИ региона, изучение жанров журналистики, мини-курс фотосъемки, работа в формате мультимедиа (интерактивные карты, слайдшоу и т.п.). В период отпусков в редакции слушатели школы помогали проводить уличные опросы, готовили «мобильные новости» для сайта, материалы для молодежной газеты.

**«Шахтинские известия» (г. Шахты, Ростовская область). Молодежная газета «ШАНС».** «Шахтинские известия» создали газету «ШАНС» («Шахтинское Агентство Новостей Старшеклассников»), которая изначально выпускалась как вкладка газеты, а 13 июля 2015 года получила статус самостоятельного издания.

Участники проекта, юнкоры, обучаются в редакции азам профессии журналиста. На каникулах воспитанники пресс-центра «ДЖОСТИК» и творческого объединения «Свой голос» проходят стажировку в газете «Шахтинские известия».

**В качестве ободряющего итога для тех, кто не увидел свой проект среди вышеперечисленных. Это вовсе не значит, что для вас не нашлось пары теплых слов или что ваши дела не так добры. Просто среди равных всегда есть первый. Завтра это можете быть вы. Главное, не стоять на месте.**

&amp;



## КАК СОХРАНИТЬ ЧИТАТЕЛЯ-

...Оценить почти сто газет нашей страны — дело хлопотное, по времени затратное, но полезное и увлекательное.

В мою задачу, кроме общей оценки контента, входил еще и анализ проектов и акций изданий. С момента выхода двух настольных для каждой редакции книг «Спецпроекты» и «Как сохранить читателя» прошли соответственно год и два.

Вроде бы не так уж и много времени, а сколько всего неожиданного, нового, интересного и полезного в редакциях придумали и осуществили! Журналисты организуют такие серьезные акции, как «Бессмертный полк» или «Доброе сердце», «Сильные духом», «Преодоление», «Твори добро»...

Только один яркий характерный пример. В газете «Прихоперье» Воронежской области регулярно выходят материалы по вопросам адаптации людей с ограниченными возможностями. Так в июле прошлого года районка объявила акцию помощи подростку, больному ДЦП. Девочка мечтала о лошади.

После публикации в редакцию позвонил один из жителей райцентра, в хозяйстве которого имеется лошадка, обученная общаться с детьми...

Особенно изобретательными, судя по присланным проектам, оказались редакции небольших газет Воронежской и Свердловской областей (они и на конкурс «заявились» в больших количествах — по 14 и 13 изданий соответственно), Краснодарского и Красноярского края, Омской, Кемеровской, Новосибирской, Ростовской, Челябинской областей...

Многие из этих проектов, по понятным причинам, не такие уж и глобальные, но людям нравятся, внимание привлекают, тираж держат.



ТАТЬЯНА ЧЕРЕПАНОВА,  
ЧЛЕН ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА КОНКУРСА

### ГЛЯЖУ ВО ДВОР, КАК В ЗЕРКАЛО

Наши журналисты худеют вместе со своими читателями, сажают аллеи рябин, сирени, лип, сосен, даже кедров. Изготавливают кормушки, спасают лебедей, испытывают себя на полиграфе...

Убирают территории, на которых живут.

Как раз на одном из первых мест по количеству представленных проектов — проекты по борьбе за чистоту. Это важно. И не только потому, что на дворе — Год экологии. И не только потому, что некоторые ученые предсказывают мусорный коллапс. А еще и потому, что **порядок в доме — неременное условие для установления порядка в голове.**

Примеров осуществления проектов по наведению чистоты множество. Вот только несколько из них.

Сотрудники «Шалинского вестника», районной газеты одного из рабочих поселков Свердловской области, осуществили экосплав. В нынешнем году также прошел Экологический сплав уральских журналистов под руковод-

Эко-сплавы ставят диагноз:

Река Чусовая прославилась сплавами железных караванов.

11-12 июня экологический мониторинг на территории реки Чусовой...



Эко-сплавы ставят диагноз: Река Чусовая прославилась сплавами железных караванов.

Сплав по реке Чусовой стал традицией для любителей активного отдыха...

Эко-сплавы ставят диагноз: Река Чусовая прославилась сплавами железных караванов.

«Мусор – ничего личного»

а что ей принесёт туристический наплыв?

Нам не удалось посетить место, где собирают мусор...



«Мусор – ничего личного» а что ей принесёт туристический наплыв?

Туризм в Свердловской области развивается стремительно...



«Мусор – ничего личного» а что ей принесёт туристический наплыв?

Возле деревни в Свердловской области...



«Мусор – ничего личного» а что ей принесёт туристический наплыв?

Илл. 1

ством главреда газеты Дмитрия Сивкова (Илл. 1).

Газетчики «Копейского рабочего» из Челябинской области организовали кампанию по раздельной сортировке бытовых отходов.

Сотрудники «Часа пик» из Верхней Пышмы Свердловской области пригласили независимого эксперта по ЖКХ из Кемерово...

Словом, многие газеты, заботясь о «тираже и кураже», придумывают и осуществляют оригинальные неожиданные проекты и акции...

Полезный опыт — на страницах газеты «Сельские новости» из поселка Бреды Челябинской области. Редакция, пригласив к сотрудничеству администрацию райцентра...

упавший забор люди смотрят в упор»; «В Бредах хочешь чистоты? — Сам порядок наведи»; «В Бредах живешь ты? Посади под окном цветы!»...

Актуальной была работа и над новым проектом «Экстремизму — нет!». Корреспонденты раскрывали агрессивный смысл некоторых известных слов и фраз: «Чурки», «Понаехали тут», «Россия для русских» и других.

Об удачном опыте рассказали «Канские ведомости» из Красноярского края. И это не только нашумевшая «Золотая метла», а например, еще и привлекательная «Акция для подписчиков».

осуществили и некоторые другие редакции: «Подписка от известной персоны».

«Волжская правда» из республики Марий Эл предложила, а руководство одной из компаний поддержало и реализовало любопытный проект «Читающее такси».

С ВОЙНОЙ ЗАКАНЧИВАЕМ СЧЕТЫ

Одной из самых масштабных оказалась акция «Сибиряки: дорогами побед» газеты «Тюменская область сегодня». Эта акция выросла из проекта «Кузнецовская тропа»...

Часто во главе «Бессмертного полка» шли редакционные коллективы, которые этот полк и формировали.

Действенной оказалась акция журналистов из Бердска Новосибирской области «Вернем звезды на Мемориал славы».

Газета «Кантемировский вестник» из Воронежской области провела акцию «Нет забытых могил», приуроченную к празднованию Дня победы. В Домодедове общественная организация «Домодедовский краевед» и поисковый отряд «Исток» организовали раскопки немецкого самолета «Хейнкель».



Илл. 2

душного тарана. Корреспондент местной газеты «Призыв» забыл об отпуске и поселился вместе с поисковиками в палаточном лагере в лесу.

Необычный фотопроjekt, посвященный событиям Великой Отечественной войны, организовали сотрудники газеты «ЭХО» из Кемеровской области. Они решили воссоздать образ русской женщины военных лет. Проект назвали «У войны не женское лицо».

### МОЕ СОЦИАЛЬНОЕ

Интересный проект поддержки некоммерческих организаций вместе с Гильдией аналитических журналистов Воронежа существует в газете «Мое!». В его рамках, например, вышел материал «Чтоб не пропасть по одиночке...». Одиннадцать стариков в селе Вязноватовка Нижнедевицкого района живут в социальных квартирах, которые вот уже пятнадцать лет содержит благотворительный фонд «Милосердие»...

В этом же издании привлекают публикации проекта «Читай воронежское!». Кольцов, Бунин, Платонов, Мандельштам... Журналисты стараются найти малоизвестные факты о жизни писателей и связи их творчества с городом.

Весной прошлого года «Ордынская газета» из рабочего поселка Ордынское Новосибирской области впервые опубликовала материалы в рамках проекта «Все дети — наши» (по договору с Агентством социальной информации), ставшего лауреатом первого Всероссийского конкурса медиапроектов «Конек». Конкурс этот направлен на профилактику социального сиротства.

В городе Шахты Ростовской области впервые по инициативе «Шахтинских известий» организовали Форум пап. Здесь же провели конкурс социального плаката по таким значимым номинациям, как, например, «Народ — победитель», «Призвание — учитель», «Имею право...», «Молодежь. Инновации. Будущее», «Мир равных возможностей» (Илл. 3).

В прошлом году, как уже сообщалось в СМИ, журналисты газеты «Заря» из Полтавки Омской области завершили впечатляющий проект «Заря» идет в школу», рассказав историю одного класса от первого года в школе и до последнего.

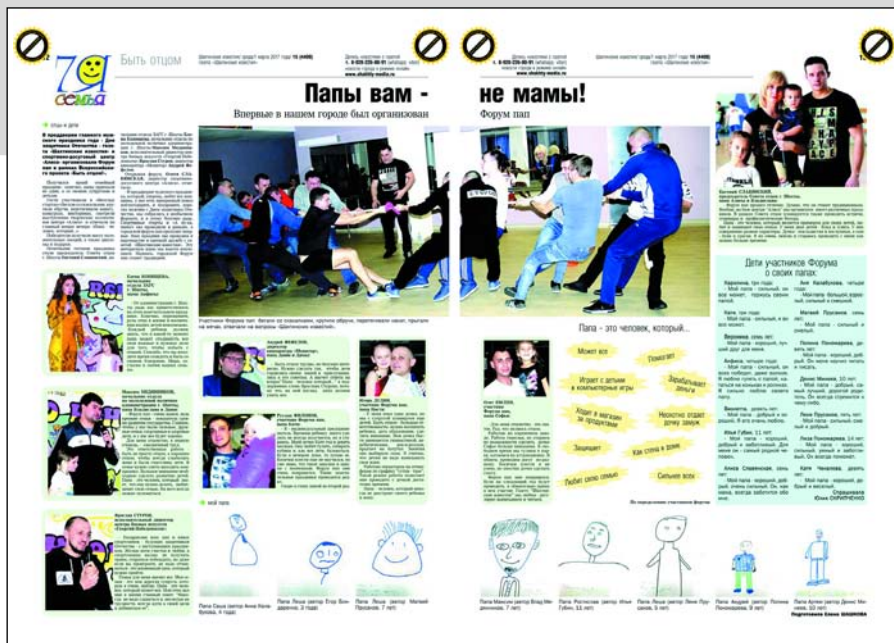
Во многих редакциях социальные проекты — долгоиграющие. Так в «Красном знамени» из Глазова осуществили за год почти двадцать подобных. Один из них — «Контрольная закупка». Целью проекта было привлечь внимание молодых людей, которые строят планы на будущее, покупают квартиры, занимаются ремонтом, покупкой мебели и товаров для дома.

Один из социальных проектов газеты «Знаменка» Кемеровской области связан с обустройством источника в окрестностях города и осуществлен вместе с администрацией города и настоятелем храма. Сейчас там оборудована купель, комнаты для переодевания, установлена ковчаная беседка, ведется строительство часовни.

Я сознательно подробно не пишу о многочисленных впечатляющих проектах наших газетных корифеев. Таких, например, как «Свободный курс» и «Змеиногорский вестник» из Алтайского края, «Пензенская правда», «Якутск вечерний»... Про проекты каждого из них можно было бы целый журнал расписать. Их идеи, наработанная практика хорошо известны и широко используются.

Напомню лишь об одном ввиду его большой социальной значимости: в газете «Змеиногорский вестник». Когда его главный редактор, неподражаемая Людмила Кейбол, все это успевает — одному богу ведомо. Вот комментарий Людмилы Викторовны: — ...Реализуя проект «Общественный контроль», самый сложный и интересный проект АНО и «Змеиногорского вестника», мы смогли до-





Илл. 3

биться от власти увеличения количества отремонтированных дорог в городе Змеиногорск, повышения качества этих работ. Установление пункта общественного контроля на берегах реликтового Колыванского озера помогло начать процедуру создания особо охраняемой территории местного значения и подойти к запрету использования малогабаритных судов на акватории озера...

Вместе с общественностью, читателями создали действенные общественные структуры контроля за работой органов власти и различных ее служб. В течение года работала онлайн-школа общественных контролеров. Проведены конкурсы «Частушки-сатирушки о жизни нашей», «Моя «любимая» яма», «Диплом народного доверия» и т.д. Вышло 10 специальных приложений в «3В» и издана брошюра для общественных контролеров.

Безусловно, большинство проектов дорого именно своей действенностью, конкретным результатом.

Достигла цели акция «Калининградской правды» из Королева Московской области «Сохраним корабль». Активная позиция редакции помогла сохранить памятник истории и культуры — научно-исследовательское судно «Космонавт Виктор Пацаев».

К таким же действенным относится проект небольшой дерзкой газеты «Парма-новости» из города Кудымкара Пермского края, которая конкретно помогла многим жителям, пострадавшим от сильного паводка.

Подробно об этом рассказала главный редактор издания Елена Истомина в 5—6 номере «Журналистики и медиарынка» за этот год.

В этом же номере журнала несколько страниц отдано под описание значимых проектов газеты «Березниковский рабочий» из Пермского края. Коротко — о двух из них.

Авария на Первом калийном (загрязнение рудника, образование провалов и воронок, опасные зоны, расселение людей из домов, попавших в опасные зоны), произошедшая в октябре 2010 года — событие, изменившее жизнь Березников. К десятилетию аварии на Первом руднике редакция «Березниковского рабочего»

подготовила специальный выпуск газеты.

А под спецпроект «Промплощадка» в редакции нашли спонсоров в лице ПАО «Уралкалий» и городской администрации. Проект направлен на повышение престижа рабочих профессий, продвижение рабочих специальностей и для профориентации школьников и студентов. В Березниках эта тема — одна из самых актуальных: здесь восемь промышленных предприятий-лидеров, испытывающих постоянный кадровый голод.

К слову, еще один интересный подобный проект, названный «Все о рабочем классе: права, инструкции, опыт», осуществили в «Вечернем Красноуральске» Свердловской области. В его рамках появилась рубрика «Непрестижная профессия».

«Дальневосточный гектар». Всей стране известна эта социальная инициатива правительства РФ. Как известно, по поводу переселения на Дальний Восток и получения заветного гектара мнения в народе бытуют самые разные. Редакция газеты «Хабаровский край сегодня» приняла целый ряд действий по популяризации известного закона, отвечая на все возникающие вопросы, анализируя плюсы и минусы переселения.

В качестве экспертов привлекли ведущих правоведов, экономистов, представителей органов государственной и исполнительной власти. И что особенно важно: простых граждан, которые первыми воспользовались возможностью получить «дальневосточный гектар».

«Воронежский курьер» представил на конкурс три интересных проекта:

## «Мигранты», «Кризис-центр» и «Популярная наука».

Публикации цикла «Мигранты» посвящены людям, которые не могли добиться получения российского гражданства. В цикле «Кризис-центр» газетчики стремились рассказать о путях минимизации последствий кризиса применительно к обычному человеку.

На страницах наших газет не так много материалов о достижениях наших ученых — в «Воронежском курьере» они в наличии, причем здесь рассказывают и о том, например, как ученым получить гранты для внедрения своих разработок (Илл. 4).

И, наконец, еще об одном важном социальном проекте. Газета «Оренбуржье» помогает сохранять мир и добрососедство в приграничном многонациональном регионе. Издание рассказывает чувашам о казахах, русским — о марийцах, татарам — о мордве...

В прошлом году в издании регулярно выходила полоса «Этнорадуга». Цикл публикаций «Оренбуржье многонациональное» рассказывал о самобытности и уникальности национальных традиций, обычаев и обрядов народов региона.

### ГАЗЕТА, КОТОРАЯ НЕ ПРОДАЕТСЯ

Что делать, если ломит суставы? Вопрос, конечно, интересный. Особенно если он стоит под рубрикой «Журналистское расследование». Материал коммерческий, он появился в одной симпатичной газете, и все это было бы смешно....



Илл. 4

Один из критериев в оценке издания конкурса «10 лучших газет России-2016» — **наличие критических материалов, журналистских расследований**. К сожалению, найти во многих представленных изданиях не то что критических, но и проблемных материалов было задачей трудной.

**Информационные поводы в таких газетах — совещание, презентация, семинар, приезд из центра чиновника средней руки...** И тогда картина жизни вырисовывается благостная: **все танцуют и пьют, все празднуют и радуются**. Все хорошо, прекрасная маркиза...

Издания научились зарабатывать деньги, выигрывать гранты, представлять проекты и побеждать на многочисленных конкурсах. И это здорово.

Но вот **мало кто осмеливается на критику**.

Среди таких смельчаков — газета «ВопуS» из Башкортостана. Редакция не считает себя «оппозицией», но относит себя к независимым СМИ, которые не боятся поднимать неудобные темы и задавать острые вопросы.

Критика конструктивная, газета не только критикует власть, но и рассказывает о положительных примерах и путях решения проблем. Журналисты обнародуют мнения разных сторон. Они по праву гордятся своими расследованиями, среди которых, например, серия публикаций об уголовных делах главы администрации Кушнаренковского района РБ.

А также материалы о деятельности Минздрава республики; острое интервью с замминистра здравоохранения; репортаж о трагедии в Балтачевском районе летом прошлого года, где погибли трое детей; корреспонденция о непростом расселении девятиэтажки в Уфе...

Слоган, вынесенный на первую полосу этого издания: **«Газета, которая не продается»**.

По-прежнему визитной карточкой «Якутска вечернего» остаются регулярные журналистские расследования, связанные с коррупцией и защитой гражданских прав (Илл. 5).

Уже упомянутая газета «Час пик» из Свердловской области тоже не поет гимнов в честь власти, чаще указывая на ее ошибки, которые отражаются на жизни людей. Издание одно из



Илл. 4

немногих публикует репортажи без купюр с митингов, демонстраций и собраний общественности.

То же самое можно сказать и о газете «Глобус» из Серова. Материалы на острые темы, вызвавшие резонанс в обществе, выносятся на первую полосу. Среди них так называемый земельный скандал, связанный с коррупцией в среде муниципальных чиновников; качество образования, когда получается, что платная учеба вовсе не гарантирует не только получение качественного образования, но и просто получения диплома государственного образца; «коллекторский беспредел»; взаимоотношения жильцов многоквартирных домов и управляющих компаний (ТСЖ)...

«Челябинский обзор» — молодая газета, которой немногим более двух с половиной лет. Эта газета представляла на конкурс три материала под рубрикой «Расследование. Городская среда». Они включают элементы детального исследования и сопоставления официальных данных и реальной картины.

Так, например, в публикации «Мокрое место. Река Миасс как символ

градостроительного бардака в Челябинске» сделана попытка исследовать проблему загрязненности главной водной артерии города, необустроенности ее берегов. А также желание понять, кому именно и на каких основаниях принадлежат заброшенные земельные участки.

Четко прослеживается прямо пропорциональная зависимость между наличием энного количества критических материалов и учредительством того или иного издания. Истина известна: когда в учредителях нет муниципальных и государственных органов власти, издание более свободно.

**Почти все редакции, позволяющие себе критику власть предержащих — частные.** В их учредителях — ООО, ИП, АНО.

### ЧТО БЕЗОБИДНЕЕ: ШТАМП ИЛИ «СТРАШИЛКА»?

Всем известно, что удачное название материала обеспечивает половину успеха у читателя. Но вот практика показывает, что придумать интересный привлекательный заголовок по-

прежнему — проблема. **Читаю вполне себе профессионально сделанные издания и очень часто натываюсь на скучные, банальные, безликие и непривлекательные заголовки.**

Вот несколько для примера: *«Шаг в светлое будущее», «Ближе к людям», «Есть о чем рассказать ветерану», «Сберечь в себе человека», «По волнам моей памяти», «На пути к успеху», «По волнам поэзии», «Ориентир на спорт»*... Причем характерно, что часто в одном и том же издании соседствуют интересные заголовки — и банальные.

**Причина, думается, в нетребовательности и, зачастую, в спешке.**

Но зато знаю редакции, в которых по-прежнему материалы не принимаются без трех вариантов заголовка, как минимум. И даже существуют конкурсы наиболее удачных заголовков, поощряемые небольшой денежкой.

Другая сторона медали — **перебор с заголовками и навигацией о криминале.** Есть достойные издания, не станем показывать пальцами, которые в стремлении привлечь как можно больше читателей явно перегибают палку, размещая на первой полосе такие «завлекаловки»: *«Коллекторы обещают насилловать должников», «Осужденный экстремист зарезал свою девушку», «Двое мужчин изнасиловали 28-летнего соседа», «Девушку нашли мертвой в луже кипятка в своей квартире», «Я твоим детям брюхо вскрою»*...

И да, еще об одном. **Жанры! Многие редакторы и корреспонденты забывают об их наличии** — и тогда случается, что вся газета написана в одном популярном жанре — расширенной информации.



# КВАЛОИД: НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ

Красивая Форма и умное Содержание видятся все чаще

**ЗНАКОМСТВО С ГАЗЕТАМИ-УЧАСТНИКАМИ УБЕЖДАЕТ В ДАЛЬНЕЙШЕМ ПРОГРЕССЕ НАШЕГО ТВОРЧЕСКОГО КОНКУРСА. В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ, ПОТОМУ ЧТО В СПИСКЕ ПРЕТЕНДЕНТОВ СТАНОВИТСЯ ВСЕ БОЛЬШЕ ХОРОШИХ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ДИЗАЙНА И СОДЕРЖАНИЯ ИЗДАНИЙ.**

**ТО ЕСТЬ КОНКУРС ИЗ ГОДА В ГОД ЗАДАЕТ РАСТУЩИЙ УРОВЕНЬ ТРЕБОВАНИЙ, И ЧИСЛО УЧАСТНИКОВ, ГОТОВЫХ ВЫСОКИМ СТАНДАРТАМ СЛЕДОВАТЬ, УВЕЛИЧИВАЕТСЯ. И ЭТО ГЛАВНОЕ ДОСТИЖЕНИЕ.**

Отчетливо прослеживается и другая тенденция облика газет-конкурсантов (она была видна, конечно, уже в первый год существования творческого состязания) — это гармоничное сочетание в лучших изданиях грамотного, ярко-го дизайна и глубокого, актуального содержания. Конечно, в хороших СМИ — от истоков периодической печати до современных электронных форматов — всегда сочетаются хорошее оформление и важное, серьезное содержание, ибо одно без другого просто не может существовать. Однако в данном случае речь идет об отчетливой тенденции в развитии местной прессы — о дрейфе в сторону все большей визуализации, превращении традиционных по типу общественно-политических изданий в модели успешных качественных и массовых изданий. С признаками и первых, и вторых.

**Напомним, что подобному явлению еще лет пятнадцать назад дали название квалоид — соединив в термине два вроде бы противоположных понятия — латинское quality (качество) и таблоид, ассоциирующийся с понятием «желтая пресса» — источником неточных, неправдивых, а порой и выдуманных новостей, историй, главной целью которых является развлечение читателя, возбуждение в нем не самых благородных чувств и инстинктов. Таким образом, в термине соединились понятия вроде бы не совместимые — качественный таблоид.**

Однако мы знаем, что в природе благополучно существуют различные гибридные образования — растения, животные. Что касается социальной сферы, то и здесь примеры рядом: мы давно привыкли к тому, что публикуемые в СМИ тексты часто являются симбиозом, смесью двух-трех жанровых форм. И никому от этого плохо не бывает; ну, разве что ответственному секретарю порой, когда он планирует «одножанровые» полосы...

Словом, специалистам в области теории СМИ многое в природе квалоида понятно, и если еще дискутируются вопросы о том, хорошо или плохо таблоид-



ВЛАДИМИР СКОРОБОГАТЬКО,  
ЧЛЕН ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА КОНКУРСА

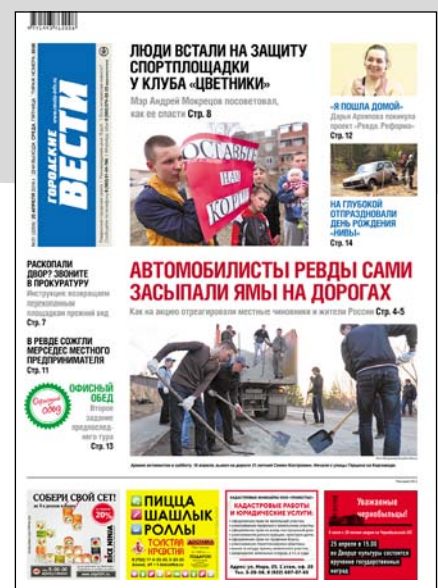
дизайн сказывается на качестве прессы в целом, то автору этих строк они представляются спорами о стакане, который наполовину пуст или наполовину полон. Нам кажется, он в данном случае вполне-таки полон. Но порассуждать о смысле явления в данном случае все-таки необходимо. Оказалось, например, что не всем коллегам известно это понятие. Это подтвердил, в частности, недавний областной фестиваль СМИ, где автору пришлось в довольно большой аудитории пояснять смысл термина.



Илл. 1



Илл. 2



Илл. 3

## КВАЛОИД КАК ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ

Скорее всего, главным фактором в процессе превращения традиционных газет в современные качественные таблоиды была их постепенная, но неуклонная визуализация. То, о чем мы на страницах этого журнала рассуждали в прошлом году довольно много (№ 3, № 7 за 2016 год).

Она же, визуализация, в свою очередь была неизбежным следствием новых глобальных маркетинговых стратегий: усиливающаяся конкуренция с электронными СМИ требовала удешевления производства и распространения прессы, новых форм представления информации и, следовательно, особых дизайнерских решений.

Одним из них было **повсеместное уменьшение форматов изданий** — переходов на А3 и А4 с более крупными — А2 и «берлинер» (470 x 315 мм, промежуточный между А2 и А3). Это сэкономило бумагу и делало издания чуть более комфортными в использовании. Во многих случаях (по крайней мере у нас, в России) этот

процесс для экономии на типографских расходах и экспедировании сопровождался уменьшением периодичности — переходом местной прессы на еженедельные выпуски. Эти меры неизбежно привели к **увеличению объемов разовых выпусков и постепенному росту полосности** — например, с 4 или 8 до 12, 16 и т. д.

Вот тут-то перед редакциями в полный рост встал вопрос совершенствования технологий производства газет. Коллеги увидели в многополосности новые возможности планирования и графического оформления. Если полосы уменьшились, а их количество увеличилось (этот процесс, конечно, затронул в первую очередь областные издания, местные же газеты, изменив периодичность, осваивали преимущественно новые объемы разовых выпусков), то отдельные важные темы можно размещать на разворотах страниц, убирая (или не убирая) средник — внутренние поля.

**Появилась возможность не экономить площадь первой полосы,** ставя там большие снимки и многословные крупнокегельные заголовки с

подзаголовками. Выяснилось, что **можно планировать важные темы не кусками страницы, а сразу полосою, оформляя их как единые тематические комплексы, насыщая материалы дополнительными визуальными элементами** — коллажами или таблицами, графиками...

Но по мере реализации этих вдохновляющих возможностей возникали и естественные трудности. Росла, например, потребность в более развитой системе навигации в формируемых выпусках. Ведь если у вас много полос, много публикаций на них, то важно уметь их разделить, каждую страницу или текст обособить, максимально ярко подать...

Одним из способов такого преподнесения материалов является, как известно, иллюстрирование. Различные картинки — важное средство навигации и повышения эмоционального накала издания.

И на полосы хлынул мощный поток фотографий... **Все сотрудники редакций, включая, наверное, водителей и курьеров, несли в номер свои фотографии,** активно подключившись к этому делу и читатели...



Илл. 4



Илл. 5



Илл. 6

При этом почти одновременно с ростом числа снимков в газеты пришла полноцветная печать — и полосы запылали красками...

Впрочем, довольно скоро всем стало ясно, что простым увеличением числа фотографий, к тому же обретших яркие тона, цель ориентации читателя не достигается, а наоборот, затушевывается, смазывается...

Как об альтернативе простым снимкам мы стали говорить о коллажировании (совмещении отдельных фотографий или рисунков с ними), использовании компьютерной графики и, наконец, уже несколько лет пропагандируем в качестве средства визуальной акцентации важных тем и насыщения газеты различными данными информационную графику.

Действительно, инфографика существенно повышает уровень наглядности массивов данных, украшает полосы интересными образами, в целом осовременивает дизайн печатных СМИ.

Вместе с тем — и это также весьма важный фактор произошедших перемен — рос и творческий потенциал

редакций, коллеги набирались опыта яркой подачи материалов, в регионах появились газетные дизайнеры, способные создать выразительные графические модели, насыщать их разнообразной и технологичной в исполнении навигационной системой: стали, например, широко использоваться пробельные коридоры, увеличенные колонтитулы, крупнокегельные заголовки и мощные, красивые буквы...

Вот, если совсем коротко, как с внешней стороны выглядел переход газет к своему новому качеству. И тут следует задать один весьма важный вопрос. Означает ли все перечисленное, что газеты таким образом превратились в таблоиды, в «желтую» прессу? На наш взгляд, совсем не означает. Наличие похожих графических элементов у двух видов прессы еще не означает их содержательного тождества.

В далеком 2010 году автор этих строк писал: «Журнальность» оформления и содержания — отчетливая тенденция современной прессы». Не с таблоидами — вопреки об-



Илл. 7

суждаемому тогда новому термину — связывал автор происходящие в СМИ преобразования, а с растущим влиянием на газеты традиционно журнальных приемов оформления.

Сближал же два отряда журналистики в первую очередь технологический фактор: компьютерное производство, одинаковые программы



Илл. 8



Илл. 9

Илл. 10



верстки, схожие форматы листа... Ну, естественно, начинал работать и фактор временного цикла: еженедельники превращались в аналитические издания с крупноформатными жанрами.

В цитируемой статье автор анализировал немецкую прессу, и, в частности, рассказывал о об интересном издательском эксперименте большеформатной ежедневной газеты Die Welt той поры: желая привлечь новых читателей, коллеги начали параллельно выпускать для продажи в розницу (а почти 90 процентов своего тиража эта газета реализует по подписке) дайджест «большой» газеты под названием Welt Kompakt — меньшим, «третьим» форматом.

Так вот, прослеживая трансформации материалов в компактном варианте, автор делал вывод: «чередование рубрик и их содержание определенно указывают на массовый характер издания. Но, безусловно, это не бульварное издание, это облегченное чтение — с картинками и короткими текстами. Это квалюид» («Настоящий немецкий порядок», «Журналистика и медиарынок», 2010, № 2).

### ЯРКИЕ СМЫСЛЫ И КРАСОЧНЫЕ ОБРАЗЫ

За квалюидами признаются такие достоинства, как яркая форма и доступное содержание. Подчеркнем: оно, это содержание, не развлекательное, не облегченно-упрощенное, без социально важного прицела, а именно легкодоступное.

Посмотрим, как эти подходы реализуются на первых полосах газет некоторых наших конкурсантов.

Значительную часть заглавной страницы в газете «В каждый дом» (Свердловская обл.) занимает реклама, и это существенный момент

оформления многих изданий-конкурсантов. Чтобы нейтрализовать ее визуальное воздействие, редакции размещают рядом крупные цветные снимки или, как в данном случае, — рисунки (Илл. 1). Отметим, что тема публикации весьма актуальна — реформа здравоохранения и, в частности, кадровая ее оптимизация, которую рада поддержать только старушка с косой...

Тема здравоохранения присутствует и на полосе «Воронежского курьера» (Илл. 2), и тоже в виде рисованного знака-указателя. Но самый крупный снимок-анонс сообщает о материале про то, как меньше тратить и больше зарабатывать — что весьма актуально в нынешней экономической ситуации. Портрет известного артиста, поставленный с небольшой обтравкой, акцентирует тему Года российского кино.

Наличие больших блоков модульной рекламы, как уже отмечалось, заставляет редакции реализовывать определенные композиционные решения. Одним из таких шагов является постановка логотипа вертикально — чтобы максимально освободить верх полосы (Илл. 3, «Городские вести», Свердловская обл.). Люди встали на защиту спортплощадки, автомобилисты сами засыпали ямы на дороге... Отнюдь не развлекательные темы!

У газеты «Искра» (Челябинская обл.) очень яркий верх первой полосы (Илл. 4): просторно поставленный логотип издания, крупные анонсы... Это подтолкнуло оформителей к редко встречающемуся решению — ставить заголовок не поверх главного снимка, а сбоку. Его многострочная



Илл. 11



Илл. 12

Илл. 13







Илл. 14

основательность конкурировала бы с заглавным комплексом издания, мешая восприятию смыслов.

Первая полоса газеты «Курьер.Среда.Бердск» (Новосибирская обл.) отличается очень крупными заголовками (Илл. 5). Набираются они прописными буквами и одно из слов выделяется особо. Такое решение, конечно, вызывает у читателя определенный эмоциональный отклик — как реакция на громкий возглас; главная тема номера получает таким образом дополнительное визуальное акцентирование.

Различные шрифтовые эффекты встречаются у многих газет. И они порой впечатляют не меньше снимков, которыми сопровождаются.

Илл. 15



А при умелом дизайнерском сочетании того и другого производят сильнейшее впечатление («Свободный курс», Алтайский край, Илл. 6). Как еще убедительнее проиллюстрировать, например, ситуацию с замороженным строительством, как не «утопив» заголовок в зияюще пустом котловане?

Но самым мощным средством воздействия на читателя — как на первой полосе, так и по всему остальному номеру — являются портреты — общественных активистов, руководителей предприятий, ветеранов, рабочих, политиков, артистов, спортсменов и т.д. И просто граждан, готовых рисковать своей жизнью ради спасения других (Илл. 7).



Илл. 16

Самыми впечатляющими в конкурсных изданиях с точки зрения содержания и его оформления являются комплексы разворотов. Это, как отмечалось выше, — одна из характерных особенностей квалоидной стилистики.

Многополосный «Вечерний Северодвинск» (Архангельская обл.) начинает размещать важную тематику через средник уже на первом развороте: стр. 2—3 (Илл. 8). Материал заявлен на первой полосе большим снимком отопительной батареи и ручки с градусником. «Капитальный театр абсурда» снабжен подзаголовком через средник, снимком, подглавками, двумя выносами и интересным «маячком» — изображением в

Илл. 17





Илл. 18

колонтитуле батареи и руки.

Примечательно, как оформители решают проблему межсловного пробела в разнесенном на две страницы заголовке: если кегль набора достаточен, то разница в расстоянии между словами через средник практически не видна. (Для некоторых редакций, также верстающих материалы через внутренние поля, этот момент становится камнем преткновения).

Полагаем, что и сам заголовок в «Вечернем Северодвинске» не случаен: он трехсловный — чтобы оставить на левой полосе одно слово, а остальные перенести на разверстаный на всю ширину страницы материал. В некоторых номерах оформители «Вечерки» «нехватку» третьего слова в заголовке решают за счет переноса в его окончание подзаголовка (Илл. 9).

Интересно, как верстают первый (новостной) разворот в «Воронежском курьере»: срединные поля заняты, и это позволяет главный материал — в данном случае про Всероссийский форум МФЦ — поставить верхом и не нарушить визуального равновесия на развороте (Илл. 10).



Илл. 19

Но самый интересный опыт размещения материалов на двух смежных страницах «Воронежский курьер» демонстрирует дальше — в глубине номера. Вот здесь сгиб полос использован как естественный водораздел: великолепие и запустение, что было и что стало с садом (Илл. 11). Тут естественный вертикальный коридор разрезает большого в бинтах на две части, подчеркивая нелепость описываемой ситуации (Илл. 12).

Тематика «через средник» — всегда особая тематика. Вот рубрика «Портрет явления» в «Пензенской правде» (Илл. 13). Журналисты выясняют, почему из детского дома сбегает дети; коллаж с ребенком поставлен так, чтобы возникла естественная граница между левой и правой полосами — по фигуре «сбегающей» девочки, и тянущийся за ней «канат» напоминает ремень — символ семейного насилия и неблагополучия... Получилась, на наш взгляд, впечатляющая, динамичная композиция публикации о трагичной ситуации.

В объединении полос, кроме композиционных приемов, используются



Илл. 20

и литературные элементы: в «Пензенской правде», например, страницы тематического разворота имеют одинаковые рубрики. Но можно и вот так: Илл. 14 («Мое!», Воронежская обл.). Слева рубрика «Расследование», справа — «Громкое дело» — повествование о том, как при преступном попустительстве чиновников был приватизирован за гроши большой яблоневый сад.

На развороте, если это формат А3, вполне можно поставить несколько довольно крупных фотографий — тем самым символизируя важность персоны. В газете «Челябинский обзор» (Илл. 15) такой прием используется регулярно и эффективно.

**Другой важной приметой квалодной стилистики верстки, как отмечалось, является формирование тематических полос.** Конечно, многие страницы газеты в известной мере являются монотемными (при установившейся традиции снабжать их генеральной рубрикой), но в данном случае имеется в виду освещение одной проблемы, какого-то особого случая, требующего детального рассмотрения...



Илл. 21



Илл. 22



Илл. 23

Что делать, когда задерживают зарплату? Тема актуальная и непростая с точки зрения порядка действий. Тут, кроме советов разных специалистов, уместна будет и «технологическая» схема обращений в различные инстанции (Илл. 16, «Воронежский курьер»).

«Саткинский рабочий» (Челябинская обл.) посвятил полосу распространяющейся ВИЧ-инфекции. Кроме различной справочной информации, она содержит рекомендации врача, статистику, сведения о депутатских инициативах и т.д. (Илл. 17). Оформители размещают каждый из фрагментов в соответствии с логикой рассмотрения проблемы.

Под рубрикой «Поехали?» редакция газеты «Глобус» (Свердловская обл.) рассматривает ситуацию отсутствующего автобусного сообщения с пригородным поселком (Илл. 18). Кроме журналистского материала на полосе есть мнение юриста, реакция властей на предыдущую публикацию по этой теме, но главное, пожалуй, что эмоционально заостряет проблему — это фотография убогой постройки, когда-то укрывавшей пасса-

жиров давно уже не проезжающего здесь автобуса...

Тематическое обособление происходит, конечно, и на уровне специальных приложений-вкладок, и тогда это особенным образом оформленные блоки страниц. Первые их полосы имеют, как правило, оригинальный вид (Илл. 19, «Красный Север», Вологодская обл.). Много таких интересно поданных вкладок выпускает «Змеиногорский вестник» (Алтайский край) — «Его Величество крестьянин», «Общественный контроль» (Илл. 20, 21) и т.д.

**Если говорить об оригинально используемых конкурсантами других, традиционных для прессы элементов навигации,** то здесь примеров будет очень много.

«Стальная искра» (Челябинская обл.) разверстывает привычные нам лиды на ширину заголовка (Илл. 22). Получаются в итоге визуально и содержательно мощные титульные комплексы, становящиеся композиционными доминантами полосы.

Традиционно используемое средство навигации — выносы — помо-

гают увеличить графическую выразительность отдельной публикации (Илл. 23, «Центр», Удмуртская республика). Газета, как и многие другие, активно использует для размещения небольших материалов колоннитулы — и это тоже важное средство ориентации читателей.

### ...И БУДУЩЕЕ!

Конкурсные газеты дают богатый материал для анализа графических моделей, визуальных элементов мобилизации читательского внимания в нужном направлении. Да, некоторые издания-конкурсанты выглядят вполне традиционно — в соответствии с укрепившимися представлениями об общественно-политических газетах. Но и они, и те, кто стремится обрести большую визуальную привлекательность, не являются содержательно ущербными.

Так что вопрос о будущем печатных СМИ и квалоидной их формы, в частности, полагаем, ясен: творчество, настойчивость и энергия выведут прессу к новым технологическим высотам, обязательно дадут импульс их содержательному обновлению и совершенствованию.

&



## «ЖИЗНЬ — ВЕСЕЛАЯ ИГРА, А ИГРА ПРЕКРАСНА»

Эти строчки как нельзя лучше иллюстрируют работу тех газет, которые претендовали на право быть лучшими в 2016 году. Очередной номер — это не рутинная сдача полос в типографию, не запихивание материалов в созданный шаблон или «гора с плеч» после изнуряющих нагрузок. Если редакторы и журналисты воспринимают работу, как интересную игру, то и продукт получается небанальный. И самое главное — интересный читателю. В нашей общей веселой игре нужно об этом помнить.

СЕРГЕЙ ЛОГИНОВ,  
ЧЛЕН ЭКСПЕРТНОГО  
СОВЕТА КОНКУРСА



### «ТЫ НАВЕРНО НАРОЧНО КРАСИШЬ КРАСКОЙ ПОРОЧНОЙ ЛИЦО»

Добрая половина газет-участников конкурса представлена в цвете. Безусловно, это читателя привлекает, но, как показывает практика, бывает не всегда оправданно. Куда приятней глазу грамотно сверстанная черно-белая, чем полноцветная, в которой просто разукрасили то, что было, без изменения макета. Но это прописные истины.

Так что же с лицом газеты — с первой полосой?

Удачных красивых логотипов много. Это может быть отсутствие сверху обложки каких-либо анонсов, привлекательный «воздух» в логотипе — «Пензенская правда» (Илл. 1), «Свободный курс» (Илл. 2). Или использование цветной плашки в качестве фона, как у «Зари» (Полтавка) (Илл. 3). А может быть и использование двух разных шрифтов — «Калачеевские зори» (Илл. 4). Хорошо смот-

рится оформление пространства рядом с логотипом различными изображениями, особенно людей, как в «Искре» (Еткуль) (Илл. 5).

Пожалуй, пока газетам немного не хватает смелости с плакатными обложками. Безусловно, для этого нужна либо беспроектная тема, либо удачная фотография. «Свободный курс» к Дню Победы разместил во всю полосу фото ветеранов (Илл. 6). В «Пензенской правде» использовали удачу фотографа Владимира Гришина — ему удалось поймать игриво выглядывающего из общего строя школьников первоклассника (Илл. 7). Да еще и заголовком обыграли.

Однако, и без плакатных фото есть что показать.

Вот кинолог и его собака (или наоборот) — два молодца, одинаковы с лица (Илл. 8). Оба улыбаются в камеру — ну просто грех не поставить. И «Искра» (Еткуль) ставит.

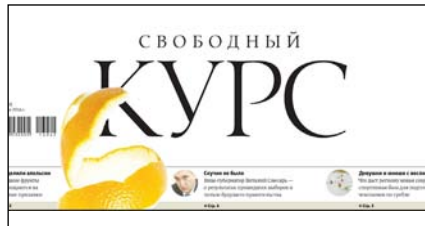
Вот некто в прокурорской форме, что в другой ситуации могло бы стремительно отпугнуть от газеты (Илл. 9). Но в «Городских вестях» объекту пририсовывают плащ супермена и этот коллаж делает острую тему еще привлекательней.

Из той же серии обыгрыша темы без интересного фото — первая полоса «Свободного курса» (Илл. 10). Только тут украшением обывденной фотографии (да и всего номера) становится заголовок с переносами, буквально падающий в котлован.

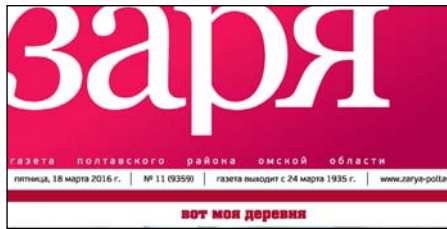
Как бы в противовес ему устремляющиеся ввысь тополя на первой по-



Илл. 1



Илл. 2



Илл. 3



Илл. 5



Илл. 4

лосе «Семерочки» (Илл. 11) — и фото нестандартное и подача отменная: земля им пухом, причем своим же.

В «Заре» (Полтавка) тоже решили поиграть с обложкой и «просеяли» депутатов через сито (Илл. 12). Отличная подача вместо фото губернатора или главы района у тех самых урн.

А вот в «Парме» проблему интересных фото на обложке решили раз и навсегда — его просто нет! (Илл. 13) И что, разве плохо? Да, много рекламы в подвале, но тут деваться некуда — святое.

В качестве примера интересного новостного подвала — изящно выглядит макет у «Искры» (Еткуль): короткие новости, одна заметка даже с фото. Учитывая анонсы вверху, очень информативная первая полоса.

Еще более короткие новости — «Весточки» — на второй полосе газеты «Мое!» (Илл. 14). У каждой вместо фото — аватарка в кружочке. Семь новостей недели предлагает читателям на первом развороте «Заря» (Полтавка). Короткие новости с заголовками избавляют редакцию от поиска центрального фото для 2—3 полос, но это несколько не делает разворот слепым.

«Семерочка» увеличила пространство верхнего колонтитула и вписала в него опрос с фото, инфографику по опросу, цитату и цифру. В левой колонке снова опрос, в подвале мнения экспертов: две главные новости «обсасываются» (пардон) со всех сторон. Так держать.

Красивый и информативный разворот 2—3 получился у «Искры» (Еткуль). Верхний колонтитул одновременно содержит и информацию, и «воздух». Дополнительный шарм придает уральский колорит с трогательной «булкой хлеба».

Газет с новостями короткой строкой действительно много. Это, с одной стороны, повышает информативность газеты, а с другой не позволяет журналистам «гнать строку» и загружать читателя ненужными подробностями там, где их нет.

### «ГЛЯЖУСЬ В ТЕБЯ, КАК В ЗЕРКАЛО»

Читателей в газетах-конкурсантах много. Это и многочисленные (что радует) опросы читателей с фото, и выжимки из публикаций в соцсетях и комментариев на сайте газет, как в «Вестях Придонья».

Безусловно, много читателей в лице героев очерков «о хороших людях»



Илл. 6



Илл. 7

— жанре, который будет жить, пока покупают газеты. В данном случае хочется поподробнее остановиться именно на фотографиях. Казалось бы, ну что, мы не читали о передовиках производства, о ветеранах, честно проживших свою жизнь? Но одна удачная фотография может привлечь внимание к тексту и придать ему дополнительные краски.

Газета «Призыв» пишет о 91-летию ветерана-инвалида, который всю жизнь запрещал давать себе поблажки. В центре полосы — фото просто брызжущего (уж простите) оптимизмом, улыбающегося и счастливого человека. Заголовок подтверждает — «91 свечу на торте задул одним махом». И сразу на одном дыхании прочитываешь полосу, поражаешься силе духа русского мужика, сопереживаешь и в то же время хочешь запеть с Александром Готовым под гармошку «Имел бы я золотые горы...». Фотографировал, кстати, автор-журналист.



Илл. 8

Еще один похожий пример в газете «Прихोперье». Даже если фото постановочное, а автор материала усадила трактористку бабу Машу на крыльцо и специально дала ей в руки балалайку, получилось блестяще. Недаром эта фотография на первой полосе. Все те же задор, озорство и оптимизм героини заставляют прочитать о ее, уж конечно же, нелегкой судьбе.

А вот история ветерана-спортсмена, 83-летнего Геннадия Мерзлякова из Ревды газета «Городские вести» рассказала на двух полосах (Илл. 15). На первой короткая история о рекордах и схема пробегов. Вторая полоса — целиком из фотографии бегущего человека. И выглядит это просто здорово.

И еще одно фото. Последняя полоса газеты «Оренбуржье» (Илл. 16), практически плакатное фото 100-летней Меланьи Гранкиной под рубрикой «Лица Оренбуржья». «...И зачем меня снимать, со сна-то, такую страшную?», — и поправляла при этом ру-



Илл. 9



Илл. 10

кой складку на платочке, всем своим видом показывая, что женщина и на второй сотне лет должна выглядеть привлекательно.

Что объединяет эти четыре фотографии? Динамика, жизнь, эмоции. Улыбка и пробегающие по гармонии пальцы, смех и перебор балалайки,



Илл. 11

руки, поправляющие складку на платке, и бег, «чтобы жизнь продолжалась».

### «...ПОЛУМЕСЯЦЕМ БРОВЬ, НА ЩЕЧКЕ — РОДИНКА»

Кроме читателей и фотографий в газете есть много чего. Например, вкладки, полосы спецпроектов. Удачный логотип подобного приложения используют «Городские вести», где в слове «Управдом» «Дом» мало того, что выделен цветом, — здесь прорисованы крыша и окна.

Отдельно хочется отметить «Змеиногорский вестник», в котором спецпроекты поставлены на поток. В «Общественном контроле» заглавная буква прорисована увеличенной через лупу, что без вариантов объясняет задачу вкладки. А весело сверстанной «Даешь молодежь» веселья добавляет курьезный ляп — в первом слове буква «е» на месте, а во втором ее нет.

Понятно, что в районной газете, какой бы хорошей она ни была (а «Зме-



Илл. 12



Илл. 14

иногорский вестник» — одна из лучших) порой не хватает свежего взгляда, а корректоры (если они есть) уже привыкли к тому, что буква «ё» в газете давно не используется...

Поэтому отнюдь не новое, но пламенное предложение: **давайте вер-**



Илл. 13

нем буквы «ё» ее место на полосах. Про разницу смыслов в словах «все» и «все» знают все, и подобных примеров масса. Без шуток — предлагаю всем участникам конкурса «10 лучших газет России» отныне использовать «е» повсеместно. Если это тема для дискуссии, можно обсудить на страницах журнала.

Этого самого «ё» нет у «Пармы» в заголовке приятной полосы «Идем в поход». Один из удачных примеров, где фото, возможно, даже неуместно — все доступно и понятно даже новичкам. А «Свободный курс» помог читателям выбрать лыжи, наоборот, разместив текст по обеим сторонам держащего фото.

«Семилукская жизнь» разложила пасьянс из глав поселений (Илл. 17), взяв у них интервью на, казалось бы, скучную тему о планах на год. Но оформили удачно и полоса заиграла.

А вот в «Парме», похоже, дали зарок никогда не публиковать плохих и скучных фотографий. Иначе как объяснить, что вдобавок к безиллюстративной подаче на первой полосе выходит вот такой материал (Илл. 18)?



Илл. 15



Илл. 16



Илл. 17

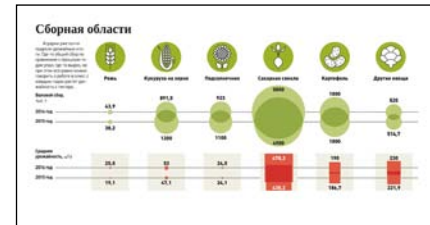


Илл. 18

Текст о встрече губернатора в 99 газетах из ста вышел бы с фото как раз губернатора. Но только не в «Парме» — у них же зарок, нельзя. И так появляется идея, которая вряд ли может сработать больше одного раза, но которая выручает их здесь и сейчас. Я не понимаю, почему, но это близко к гениальному.

Также нестандартно любят мыслить в «Свободном курсе». Материал о санкциях на турецкие апельсины иллюстрируется не фотографией с ящиками цитрусов или прилавками с озабоченными покупателями — на добрую треть полосы здесь поместили кожуру от апельсина. И полоса смотрится!

Целое исследование провела «Семерочка» про жизнь в районах города. Тут и опросы с фотографиями, и нестандартные графики — даже если



Илл. 19

получилось неидеально, подкупает желанием сделать действительно народную газету.

В том же «Свободном курсе» держащей фотографией полосы могут поставить перевернутые стулья на партах. Колонка текста слева, инфографика вверху и внизу: четко, лаконично, хорошо.

Необычную инфографику стараются придумывать и в «Воронежском курьере» (Илл. 19). Тут и материал заставляет с другой стороны посмот-





Илл. 20

реть на большой урожай: оказывается, это еще и проблема для производителей.

**«ОТЧЕГО ТАК  
В РОССИИ БЕРЕЗЫ ШУМЯТ...»**

Вообще, в газетах любят рассказывать истории и писать историю. «Оренбуржье», например, вот так рассказывает о новостях из районов области (Илл. 20). А «Власть советов» ведет свою летопись. Это удачный пример формирования того самого портфеля редакции, когда можно материал заранее сделать, а потом поставить его в любой момент — по графику или при форс-мажоре.

«Семилукская жизнь» пишет свою книгу рекордов — не Гиннеса, а Семилук. И получается неплохо. Текста, возможно, многовато, можно добавить цифры или инфографику, но



Илл. 21

проект по поиску местных рекордсменов удачный.

А вот еще пример использования редакционного портфеля. Газета «Мой город» занимает подвал полосы нетривиальным календарем. Внизу шкалы указаны праздники и даты на предстоящий месяц в России и мире, вверху — в Березовском. И здесь активно используются ссылки на публикации газеты.

Своеобразную историю района в фотографиях рассказывает газета «Калачеевские зори». Полвека разделяет фотографии с одного места, и как все изменилось. Река обмелела, заросла, в середине июля на некогда заполненном пляже — ни души. Другое время, другие интересы.

Многие газеты активно используют описание жизни в селах района и области. Истории людей, местные кра-

соты — все это традиционно интересно. Например, в «Калачеевских зорях» название населенного пункта вписано в дорожный знак.

В Воронежской области решили исследовать местные диалекты. Удачный разворот получился у газеты «Калачеевские зори» (Илл. 21). Местные термины вписали в картинку убранства дома — наглядно и запоминается.

Есть примеры публикаций о местном туризме в формате путеводителя: «Пензенская правда» и «Семерочка». И та же «Семерочка» рассказывает о новых улицах Воронежа — в честь кого они были названы, соединя историю с новейшей историей.

**«СЛОВО — ЭТО ВЕТЕР,  
А ВЕТЕР — ЭТО СИЛА»**

Как театр с вешалки, так и текст начинается с заголовка. Избита фраза,



Илл. 22

а верна. «В ногу с вело!» призывает ехать газета «Мое!» (Илл. 22).

«Бациллы Коха чихать хотели на препараты...» — это в «Красном севере» рассказывают о туберкулезе. «Воспитанники Петросяна не шутят» — так в газете «Эхо» рассказывают о тренере боксеров. В «Хождении по... люкам» «Призыв» (Бутурлиновка) рассказывает об опасных канализационных колодцах. Подобные каламбуры — один из действенных способов спасти газету от скучных заголовков. И если уж привлекать читателя полезным и понятным заголовком не удастся, нужно действовать с юмором.

К слову, удачных заголовков не так и много. Клишированные, подчас безглагольные — все также встречаются. А вот безглагольный «Земля им



Илл. 23

пухом» уже упоминался, но он из разряда удач. Посмотрите, к тому же, как красиво и информативно сверстан разворот про тополя в «Семерочке» (Илл. 23).

Оформление заголовков — тоже искусство. Для «Воронежского курьера» такие вписанные в фотографию заголовки в порядке вещей. Попробуйте не отставать от «большого брата» воронежские районные газеты «Борисоглебский вестник» и «Семи-лукская жизнь». Первые также вписали заголовок в фото, а вторые поиграли со словом «выбоины», написав его неровно — так же, как по выбоинам проезжают машины. И снова воронежская «Семерочка» также органично вписала заголовок «Заповедной тропой» в ее изгибы на фотогра-



Илл. 24



Илл. 25

**И все-таки не удержись от ложки дегтя.** С удивлением обнаружил такой тренд: так называемые независимые газеты (по сути, учрежденные не органами местной власти) частенько **забывают об основополагающем элементе газеты — комментариях экспертов.** Их мало, и они лишь подтверждают точку зрения редакции на проблему. Комментариев власти в таких газетах боятся, как огня. Вместо них, например, перепечатанные из интернета истории о Бритни Спирс, Саре Джессике Паркер и прочих «звездах» — вот просто так, захотелось. Иллюстрировать не буду — газеты в остальном хорошие. «Якутск вечерний», один из немногих независимых, знает и помнит о том, что **комментарии должны раскрыть всю картину.** А так называемые «зависимые» СМИ вполне себе



Илл. 26

раскрывают критические темы на постоянной основе. Выбирать есть из кого — «Воронежский курьер», «Борисоглебский вестник» (Илл. 24), «Пензенская правда» (Илл. 25). Напоследок хочется сказать об акции газеты «Семилукская жизнь» (Илл. 26). Несколько материалов о тяжелобольном мальчике написаны хорошим языком, трагическая тема подана без «соплей» и сюсюканий. Газете удалось сохранить достоинство семьи Миши Фролова, о болезни рассказано просто и доступно. Мальчик рос здоровым до девяти лет, а потом стало проявляться редкое генетическое заболевание. «Мама, а я смогу еще заниматься борьбой?» — чуть ли не каждый день интересовался сын. Наталья, пряча боль за улыбкой, отвечала одно и то же: «Конечно, вот только выздоровеешь».

Все просто, таких историй о сломанных судьбах и преодолении болезни в газетах достаточно. Однако «Семилукской жизни» удалось самое главное — они смогли привлечь равнодушного читателя. Не только у себя в районе, но и по всей области, даже в других регионах. Люди отдавали часть пенсии, все стипендии, переводили немалые средства анонимно — не напоказ. И это равнодушие вылилось в потрясающий результат — было собрано почти два с половиной миллиона рублей! Этих денег хватило и на операцию, и на реабилитацию. Мальчика спасли. И это безусловная удача не только для Миши и его семьи, но и для «Семилукской жизни», для автора Натальи Фокиной, да и для всех нас — значит, газета помогает людям и словом, и делом.

&



## КОГДА СТАБИЛЬНОСТЬ — НЕ ПРИЗНАК МАСТЕРСТВА

Печатным изданиям  
нужна разумная  
активизация в мировой  
паутине по всем  
фронтам: сайт,  
социальные сети  
и мессенджеры

ДМИТРИЙ ФЕДЕЧКИН,  
ЧЛЕН ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА КОНКУРСА



### ТЕНДЕНЦИИ

#### ТЕНДЕНЦИЯ № 1. ИНТЕРНЕТ-АУДИТОРИЯ ГАЗЕТ РАСТЕТ ПЛОХО

И это плохо. С одной стороны, совокупная аудитория 43 лучших газет в 2017 году превысила 8,5 млн пользователей в месяц. С другой, с минувшего года она увеличилась всего на 1,03%. Это не соответствует изменениям медиапотребления в Интернете и, скорее всего, свидетельствует о наличии инерции, чем о целенаправленном развитии.

Лучшие количественные показатели у газет «МОЕ!» из Воронежа, «ВопиS» (Уфа), «Свободный курс» (Барнаул), «Центр» (Ижевск) и «Курьер.Среда.Бердск».

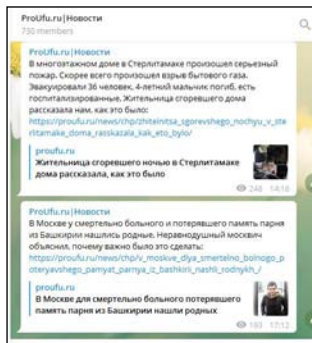
Причем, «МОЕ!» и «Свободный курс» второй год подряд входит в лучшую тройку по этому показателю. Но при этом следует констатировать, что и у лидеров показатели не возросли.

По охвату населения лидером являются «Курьер. Среда. Бердск». По статистике, каждый житель муниципалитета бывает на сайте издания, в среднем, 3,5 раза в месяц.

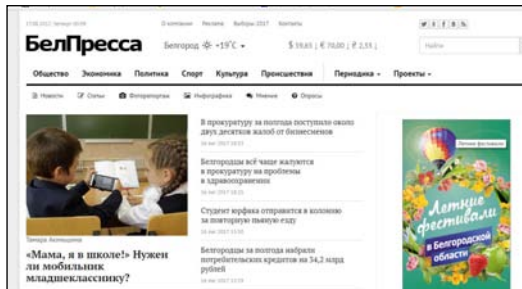
Следует отметить другие издания, у которых этот показатель — более двух: «В каждый дом. Североуральск», «Свободный курс», «Вечерний Краснотурьинск», «Вечерний Карпинск» и «Искра» из Оричи Кировской области.

#### ТЕНДЕНЦИЯ № 2. АУДИТОРИЯ ПРОВОДИТ МЕНЬШЕ ВРЕМЕНИ НА САЙТАХ ГАЗЕТ

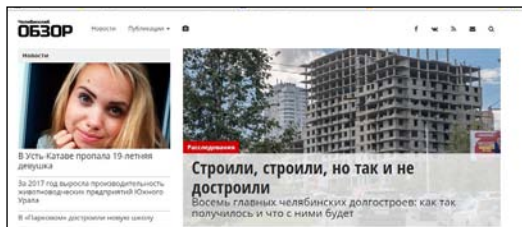
И это тоже плохо. Средний показатель в этом году — около 104 секунд за сеанс — это на 28 секунд меньше, чем в прошлом году. Фактически это свидетельствует о том, что издания не освоили механизмы удержания внимания аудитории: лонгриды, сложные графические элементы, видео, игровые технологии.



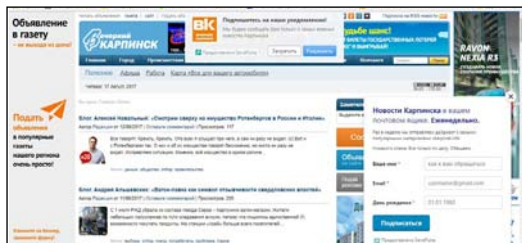
**Издания начали осваивать Telegram. У кого-то есть уже в мессенджере солидная аудитория, как у уфимцев**



**У белгородцев самая современная и удобная структура сайта**



**У «Челябинского обзора» — лучшие шрифты и тизеры**



**«Вечерний Карпинск» настойчиво просит подписаться и успешно освоил направление, которое я предлагал для развития редакционных служб доставки — сотрудничество с OZON и другими интернет-магазинами**

Лучшие показатели по длительности времени нахождения на сайте у «Красного знамени» (Елец), «Шалинского вестника», «Ирбейской правды», «МОЁ!» и «Тюменской области сегодня».

**ТЕНДЕНЦИЯ № 3. ГЛУБИНА РАСТЕТ, ОТКАЗЫ ПАДАЮТ**

Удивительно, но несмотря не совсем здоровую стабилизацию аудитории, у нее растет глубина прочтения (до 3,66 страниц за сеанс) и падает процент отказов (преодолен важный психологический барьер — теперь лишь 44,92% пользователей уходит с сайта, посетив лишь одну страницу, в то время, как год назад этот показатель был близок к 60%).

По первому показателю лучшие — «Шалинский вестник», «Красное знамя» и «Заря» (Смоленское Алтайского края), по второму — «Торжокская неделя», «Ирбейская правда» и «Красное знамя».

**ТЕНДЕНЦИЯ № 4. АУДИТОРИЯ ЛОЯЛЬНА**

Почти 30% — средний показатель прямых заходов на сайт. Это — отличный результат, свидетельствующий, что доменное имя знают наизусть, или он закреплен у пользователей в закладках. И то, и другое — свидетельство лояльного отношения аудитории к СМИ.

У ряда изданий этот показатель находится вообще в пределах 50—65%, однако иногда он достигается за счет отсутствия иных каналов дистрибуции: поисковых запросов и социальных сетей.

**ТЕНДЕНЦИЯ № 5. ГАЗЕТЫ ПРИНЯЛИ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ**

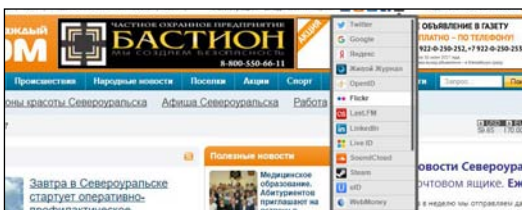
Решусь на прогноз, что в следующем году газеты, в среднем, преодолеют порог в 20%(сейчас он — чуть выше 17%). То есть каждый пятый переход на сайт изданий будет из социальных сетей.

Безусловным лидером по взаимодействию газет с социальными сетями по-прежнему удерживает общепризнанный российский лидер «ВКонтакте», по-прежнему существенна роль «Одноклассников» (они являются лучшей социальной сетью по переходам у таких изданий, как «Вечерний Карпинск», «В каждый дом», «Глобус» и «Вечерний Краснотурьинск», которые работают в рамках одного холдинга). В сумме и в среднем, они обеспечивают порядка 85% переходов из всех социальных сетей на сайт издания.

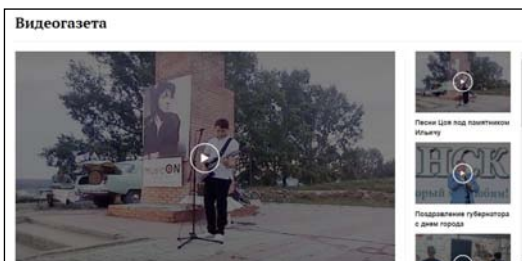
Из других тенденций следует отметить возрастающую долю Facebook (приближается к 10%, а у «Крымских известий» и «Городских новос-



Некоторые издания осваивают не самые популярные социальные сети. Например, Pinterest...



...или Flickr...



Газеты все чаще экспериментируют с видео



«Копейский рабочий» продолжает эксплуатировать голливудских звезд для своей популярности

тей» из Красноярска это вообще ведущая сеть) и Youtube (например, у «Сургутской трибуны» она выше 6% — лучший показатель среди рассматриваемых в рамках конкурса газет), в то время как переходы из Twitter снизились до ничтожных показателей.

В это же время есть эксклюзивные решения.

Например, у «Учалинской газеты» много трафика идет из малопопулярной в России сеть Reddit (в природе этого явления, к сожалению, мне разобраться не удалось), североуральцы «В каждый дом» развивают фотографический Flickr.

## ТЕНДЕНЦИЯ № 6. А МЕССЕНДЖЕРЫ — НЕТ

Эксперименты в мессенджерах ничтожны и по количеству, и по качеству. Наибольшей доли в трафике пока удалось за счет использования WhatsApp такими изданиями, как «Оренбургье» и «Рязанские ведомости».

Складывается ощущение, что мессенджеры для печатного сектора — это пока исключительно столичная забава.

## ТЕНДЕНЦИЯ № 7. ГАЗЕТЫ МОГУТ БЫТЬ БЕЗ САЙТА

Это плохо? Несмотря на все предпринимательские прихваты вроде «нет в интернете — нет в бизнесе», более десятка газет, представивших материалы на конкурс, собственных сайтов вообще не имеют. Но стоит обратить внимание на опыт воронежских изданий, входящих в холдинг РИА «Воронеж». У газет нет собственных сайтов, однако это не мешает им развивать эффективную работу в ключевых социальных сетях.

Фактически, этим самым повторяется опыт некоторых американских сетевых СМИ, которые также вообще отказались от собственной интернет-площадки и ведет взаимодействие с аудиторией исключительно в социальных сетях. Рискованная тактика, но работающая.

## ОРИЕНТИРЫ ДЛЯ ПОДРАЖАНИЯ

### ДЛЯ МУНИЦИПАЛИТЕТОВ-МИЛЛИОННИКОВ

«Bonus», «МОЕ!».

### ДЛЯ МУНИЦИПАЛИТЕТОВ ЧИСЛЕННОСТЬЮ ВЫШЕ 100 ТЫСЯЧ — 1 МЛН ЖИТЕЛЕЙ

«Свободный курс», «Курьер.Среда.Бердск», «Центр» (Ижевск).

### ДЛЯ МУНИЦИПАЛИТЕТОВ ЧИСЛЕННОСТЬЮ ОТ 50 ДО 100 ТЫСЯЧ ЖИТЕЛЕЙ



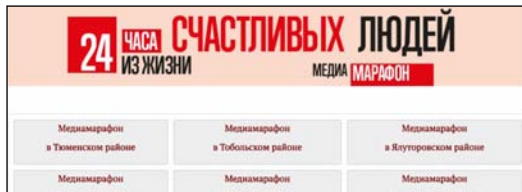
Классифайд — эффективная «замануха» воронежской газеты «МОЕ!»



«Курьер.Среда.Бердск» и ряд других изданий активно эксплуатируют гражданских журналистов



«Свободный курс» — безусловно лучший по лонгридам



Реализация спецпроектов — один из способов удержать аудиторию на сайте

«Городские вести» (Ревда), «Глобус» (Серов), «Вечерний Красноурьинск».

**ДЛЯ МУНИЦИПАЛИТЕТОВ ЧИСЛЕННОСТЬЮ НИЖЕ 50 ТЫСЯЧ ЖИТЕЛЕЙ**

«Перекресток» (Белая Калитва), «БАМ» (Тында), «Змеиногорский вестник», «В каждый дом», «Сельские новости» (Бреды).

**ОРИЕНТИРЫ ДЛЯ РЕЗУЛЬТАТОВ «ВЫШЕ СРЕДНЕГО» СРЕДИ ЗАЯВОК НА КОНКУРС**

Посещаемость сайта в месяц — не ниже численности населения муниципалитета, умноженной на 1,37.

Время нахождения пользователя на сайте — не менее 2 минут 30 секунд.

Глубина просмотра — не менее 2,93.

Отказы — не более 41,17%.

**КАЧЕСТВО ТРАФИКА (СООТВЕТВИЕ 3 ИЗ ЧЕТЫРЕХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ)**

Прямой трафик — от 41,08%

Реферальный трафик — не более 3,71%.

Поисковый трафик — от 46,13%

Трафик от социальных сетей — от 34,87%.

**ОРИЕНТИРЫ ПО КАЧЕСТВУ ТРАФИКА ИЗ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ (СООТВЕТВИЕ 3—4 ПОКАЗАТЕЛЯМ ИЗ ПЯТИ):**

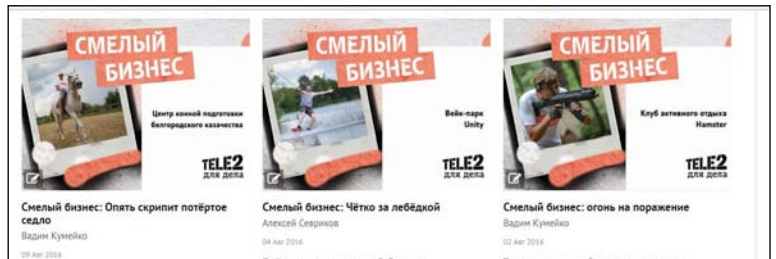
Доля «ВКонтакте» — от 81,83%

Доля «Одноклассники» — от 44,6%

Доля «Facebook» — от 13,29%

Доля «Youtube» — от 1,58%

Доля «Twitter» — от 1,13%.



Некоторые проекты реализуются по кобрендинговой схеме



## ВОЛШЕБНОЕ ТЕСТО ДЛЯ «ЕЮШКИ»

Шесть лет назад в качестве эксперимента в «Сельской газете» мы запустили новое приложение. Долго думали, как назвать. Должно быть что-то такое... родное, знакомое каждому жителю района, и настраивать читателя на позитивную волну, решили мы. «Еюшка», — прозвучало неожиданное предложение.

ЖАННА ГАПЛЕВСКАЯ, ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР «СЕЛЬСКОЙ ГАЗЕТЫ»,  
НОВОПОКРОВСКИЙ РАЙОН, КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ



НОВОПОКРОВСКАЯ РЕКА ЕЯ ИМЕЕТ БОГАТУЮ ИСТОРИЮ. КАЗАКИ, ПОСЕЛИВШИЕСЯ НА ЗЕМЛЯХ, ЧУЖЕРОДНОЕ СЛОВО «ЯЙЯ» ПЕРЕДЕЛАЛИ В ЕЯ, ПОДТВЕРДИВ СВОЕ ПРИЗНАНИЕ И УВАЖЕНИЕ К ЕЕ ВЕЛИЧЕСТВУ — ЕКАТЕРИНЕ II. СКОЛЬКИХ ЛЮДЕЙ НАША РЕКА НАКОРМИЛА В ГОЛОДНЫЕ ГОДЫ, СКОЛЬКИМ ОТДАЛА КАМЫША ДЛЯ ОБОГРЕВА В ВОЙНУ...

кулинарная история № 40

С первых же выпусков «Еюшка» полюбилась подписчикам, а через годы стала столь популярной, что читатели настаивают, чтобы выходила она еженедельно. Идея нравится, но финансовые возможности редакции ограничены. Признание наша «Еюшка» получила и в Союзе журналистов Кубани: в 2012 году она отмечена «Золотым пером» в номинации «Дизайн». Читателю предложены самые разнообразные рубрики: «Советы Берегини», «Самodelкин», «Увлечение», «Мастер-класс», «Деревенские рассказы», «Будьте здоровы!», «Поваренная книга» и т. д.

За шесть лет мы собрали виртуальный Город мастеров Новопокровского района. Начиная поиски, даже не предполагали, что в каждом населенном пункте живут десятки мастеров и рукодельниц, которым есть, что показать и чему научить читателей «Сельской газеты». И запестрели страницы «Еюшки» яркими фотографиями поделок, наполнились рассказами о вышивальщицах, резчиках по дереву, гончарах, квиллингистах, карвингистах и многих других. Журналисты с воодушевлением встречались с мастерами, и каждый считал своим долгом подарить какое-нибудь изделие.





**Так, в приемной редакции стихийно появился музей читательских работ.**

Теперь каждый посетитель или гость непременно попадает в наш Город мастеров.

Журналисты и сами увлеклись новыми видами рукоделия: лепят из соленого теста, вышивают лентами, мастерят цветы в технике ганутель...

Почти все, что печатаем в «Еюшке», испытано на себе: красим волосы по правилам, делимся наблюдениями после мытья волос дешевым и дорогим шампунями, лечимся народными средствами, создаем дизайн клумб по советам цветоводов, сажаем картофель по рекомендациям агрономов. Этим и завоевали доверие читателей.

**Кулинарная тема в «Еюшке» — особенно любима всеми.**

«Поваренная книга» всегда открыта, и читатели с интересом ждут новых рецептов. Хотя при наличии интернета практически в каждом доме удивить подписчика кулинарными изысками задача сложная. Но одно дело перепечатать «Карбонару» или «Французский суп» с какого-то сайта, а другое — испытать на себе, а потом еще и улучшить, и дать дельный совет. Учитывая, что редакционный коллектив в основном женский, то сотрудницы непременно делятся рецептами удачных блинов на воде и яйцах, острых синеньких язычков под чесночным соусом, усовершенствованного салата «Оливье». А читатели дополняют наш общий стол невероятными яствами-объединениями.

Давно признано, что журналист — это не профессия, а образ жизни, поэтому наши корреспонденты что бы ни делали, что бы ни услышали и ни увидели, что бы ни попробовали, куда бы ни поехали, всегда в голове держат: «Об этом надо

написать!» И даже на отдыхе не удается отключаться и расслабляться: профессия обязывает настраивать слух на полную катушку и устанавливать обзор на 360 градусов.

**Отправляя меня в отпуск в Кострому**, коллектив, вспоминая, чем знаменит регион, напутствует: « В русской баньке попарься с березовым веником, лесных грибов наешься досыта, и нам привези вкусняшку-рецептик!»

И вот мы с мужем стартовали в большое путешествие. В автомобиль загрузили кубанские гостинцы — мешок орехов, бутылки с ароматным подсолнечным маслом, банки с абрикосовым вареньем и, конечно, медом из разнотравья. Путь лежал долгий — 2000 км. Я часто забывала о своем предназначении — быть в дороге «штурманом», ведь за окном было столько любопытного! Пейзажи существенно менялись с пересечением границ регионов, а проехать предстояло девять областей и краев. И почти везде были свои местечковые продуктовые и кулинарные изыски.

**В Ростовской области затарились** азовской таранью, в Воронежской запаслись медовухой, в Липецкой набрали картошки, в Тульской отведали пряников... Миновали суетную Москву, насладились красотой ярославских и владимирских старинных храмов.

Вот она, Кострома! Родина мужа встретила нас ядреными 35-градусными морозами. И после кубанской вялотекущей зимы, казалось, что душа вымерзнет. Но колоритные деревянные сказочные избышки с резными наличниками, хвойные и лиственные леса с белоснежными кремовыми шапками, девственно-чистая природа — это все стоило того, чтобы вытерпеть любой холод.

Мы ходили от гостей к гостям. Везде нас радушно принимали. И баньку русскую затопили. Трещали в огне дрова, аромат витал волшебный. Когда березовым веником хлытали, в голове уже рождался материал для «Еюшки» — о пользе бани.

**Хозяйева старались накормить посытнее костромскими деликатесами.** Грибочки соленые, маринованные, в сметане, с луком, со специями. А пироги с брусникой — ничего вкуснее не ела! Если учесть, что с мукой у меня неприязненные отношения (ну не любим мы друг друга!), то выпечка для меня считается высшим достижением кулинарного мастерства. Сколько ни пыталась месить тесто — то не поднимается, то перекистет. Словом, ожидания и реальность не совпадали. Домочадцы однозначно относились к моей стряпне: «Опять пироги затеяла?»

Охота тебе возиться?» Они совсем не радовались перспективе грызть «лепешки». Всегда с виноватой улыбкой ставила на стол очередной «шедевр» и заискивающе заглядывала в глаза: «Вкусно?» Плакали, но ели, чтобы меня не обидеть.

**Костромские хозяйки удивлялись моим рассказам: «Как это может не получаться тесто?»** И тогда тетя Галя пообещала дать волшебный рецепт! Скептически отнеслась: мне бы руки волшебные... Но родственница в последний день перед отъездом протянула тетрадный листочек с рецептом, написанным каллиграфическим почерком.

Тетя Галя заверила, что тесто универсальное и подойдет для любого вида выпечки — пирогов, пирожков, беляшей, ватрушек, булочек, пиццы и прочего.

Дома долго не решалась испечь очередную партию «лепешек».

И вот наступил тот день, когда я включилась в очередной эксперимент. Сразу скажу: сумела удивить домочадцев!

Тесто, замешанное строго по рецепту, вдруг ожило и, выходя из краев посуды, обещало порадовать. Его получилось столько, что хватило бы накормить всех родственников. Решила печь пироги с абрикосовым вареньем и жарить беляши. Все зашкворчало, запыхтело на кухне.

**Не верила своим глазам!** Решилась первой продегустировать беляш. «Получилось?» — не то радостно завопила, не то удивилась я. Из духовки на меня смотрел пышный и мягенький пирог. «Как вкусно!» — мои домочадцы впервые уплетали все за обе щеки, не ссылаясь на отсутствие голода, нелюбовь к мучному, бережное отношение к талии — чего только не придумывали!

На следующий день я уже строчила историю волшебного теста в «Еюшку». Предварительно похвастала на работе, и всех коллег снабдила распечаткой.

Целую неделю все пекли пироги, ватрушки, жарили пирожки и делились восторженными впечатлениями. А после выхода в свет номера с рецептом запыхтело тесто и в домах читателей.

Звонили подписчики, благодарили за поистине волшебный рецепт. А не подписчики, услышав от знакомых, просили продиктовать. Словом, рецепт пошел в народ и передавался, как красное знамя, от дома к дому.

**Прошло три года.... К муке я стала с уважением относиться, с тестом мы поладили наконец.** Поэтому пускаю этот волшебный рецепт в дальнейшее свободное плавание... Готовьте с удовольствием и на здоровье!



**Ингредиенты:** 0,5 л теплого молока, 2 яйца, 2 столовые ложки сахара, 1 ч. ложка соли, 1,5 пачки (маленьких) сухих дрожжей, 1 стакан растительного масла и три поллитровых банки муки.

**Приготовление:** Смешиваем сразу все ингредиенты, хорошо укутываем тесто полотенцем и ставим на час в холодильник (странно, но в холоде тесто стремительно увеличивается в объеме). В это время готовим начинку — хоть сладкую, хоть мясную или рыбную. Тесто универсально еще тем, что его остатки можно хранить в морозильной камере. А как только снова решитесь порадовать близких вкусной выпечкой, просто разморозьте его при комнатной температуре.

Ну а в августе в редакции — бум заготовок на зиму. Никого уже не устраивают помидоры и огурцы в банках, домочадцам подавай замысловатые салаты и сложные гарниры, остренькие заливки и оригинальные закуски. Журналисты на кухнях включились в эксперименты, а читатели... подливают масла в огонь, чтобы в нашей «Еюшке» никогда не наступило бестемье.





**ФОТОАЛЬБОМ «ЭТО МЫ. КОЛЛЕКТИВНЫЙ ПОРТРЕТ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЕДАКЦИЙ РОССИИ».** Коллектив корпоративной газеты «Призыв» — филиала Издательского дома «Гудок» на Южно-Уральской железной дороге не в полном составе. А сегодня в редакции газеты «Призыв» работают: Директор филиала Издательского дома «Гудок» — главный редактор газеты «Призыв» Татьяна Тончарова, заместитель директора Андрей Елисеев, зам главного редактора — ответственный секретарь Анна Понурова, редактор отдела Марина Пономарева, редактор отдела Александр Кичигин, корреспондент Наталья Лукьянчикова, корреспондент Марина Паниковская, собкор в Кургане Вячеслав Аванесов, собкор в Оренбурге Вячеслав Чеботько, фотокор Анатолий Шулепов, дизайнер-верстальщик Александр Павлов, корректор Ольга Воробьева, рекламный менеджер Ксения Янгличева.

# Журналистика и медиарынок

## WWW.JOURMEDIA.RU

Ж У Р Н А Л   С О Ю З А   Ж У Р Н А Л И С Т О В   Р О С С И И

## **ПРОДОЛЖАЕТСЯ ПОДПИСКА НА 2017 ГОД МОЖНО С 1 НОМЕРА!**

**ВНИМАНИЕ** подписка на журнал «Журналистика и медиарынок» оформляется только через редакцию журнала (Союз журналистов России).

Стоимость годовой подписки на журнал составляет 2280 руб. (в том числе НДС: для бумажной версии 10% — 207,28 руб., и для электронной версии 18% — 347,80 руб.) и включает в себя почтовую доставку.

### **ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ ПОДПИСКИ**

#### **1. Определите:**

- с какого месяца и на какой срок вы хотите подписаться
- в какой форме вы хотите получать журнал — в бумажной или электронной
- кто будет подписчиком — физическое или юридическое лицо

**2. Скачайте с нашего сайта форму заявки, заполните ее и отправьте эл.почтой в редакцию [jurmedia@inbox.ru](mailto:jurmedia@inbox.ru)**

**3. Оплатите подписку, указав в платежном документе: выбранную версию (бумажную или электронную), адрес доставки с индексом, адрес электронной почты, ФИО подписчика или ответственного лица, контактный телефон и название нашего журнала.**

### **НАШИ КОНТАКТЫ:**

Чулкова Татьяна Михайловна, менеджер по подписке и распространению журнала «Журналистика и медиарынок» – 8 495 637 5078, [jurmedia@inbox.ru](mailto:jurmedia@inbox.ru)

Бухгалтерия Союза журналистов России  
8 495 637 4185, [sjr-fin@mail.ru](mailto:sjr-fin@mail.ru)