

и мы сами. Тенденции современного мира свидетельствуют о том, что женщина нашего времени уже другая. Ее по-прежнему интересуют рецепты кулинарии и способы побеждать болезнь, но вместе с тем она является активным участником событий политической, социально-экономической, культурной жизни страны, вносит в них свой немалый созидательный вклад. И материалы на женскую тематику нужно писать с учетом современных реалий, органически сочетая опыт прошлого и новые тенденции в развитии социума.

Ирина КАНДАУРОВА

Газета «Навіны Старадарожчыны»

АУДИТОРИЯ ГАЗЕТЫ КАК СУБЪЕКТ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Многоплановая работа с аудиторией каждого отечественного средства массовой информации приобретает особое значение на фоне положения нашей страны в современном мире, укрепления суверенитета белорусского государства, развития национальной системы духовных ценностей. Именно поэтому так важны результаты борьбы изданий всех уровней за читателя, за его внимание и доверие, а значит, за собственную нишу в мире современных информационных технологий во всем их многообразии.

Сегодня хорошо заметны четкая нацеленность ряда СМИ на перестраивание сознания людей, их стремление формировать образ мышления извне по чужим и чуждым нам деструктивным стандартам, основанным на шаткости общественно-политической позиции, бездуховности, безнравственности, негативизме. Главная задача журналистов – самостоятельно осуществлять и контролировать процесс информирования и анализа происходящих событий, иммунизировать сознание общества против разрушительных воздействий. Это касается изданий всех уровней. Особая роль, как представляется, отводит-

ся здесь региональной прессе, имеющей огромную аудиторию и работающей на «прикорневом» уровне, максимально приближенном к народу.

За последние два года общий разовый тираж стародорожской районной газеты «Навіны Старадарожчыны» вырос более чем на 400 экземпляров. Мы начинали работу по повышению авторитета и популярности издания в октябре 2009 года. В 2008 году разовый тираж исчислялся 3157 экземплярами, подписной – 3092. На 1 октября 2009 года общий разовый тираж «Навін Старадарожчыны» составлял 3217 экземпляров, подписной – 3129; по итогам отчетного квартала газета «минусовала» на сто экземпляров. В настоящее время (II полугодие 2011 г.) разовый тираж составляет 3670 экземпляров против 3467 в 2010 году (рост – 105,4 процента), подписной тираж – 3531 против 3269 в 2010 году (рост – 108 процентов). По проценту роста это третий результат среди районных изданий Минской области.

Как видно из вышеприведенных данных, в 2010 – 2011 годах тираж районной газеты значительно возрос, хотя количество населения убавилось почти на 450 человек (согласно итогам переписи 2009 года население Стародорожского района составляло 21 937 человек, на 1 января 2011 года – 21 493).

Исходя из расчетных данных, можно судить о численности целевой аудитории района (людях в возрасте свыше 18 лет), которая составляет не более 70 процентов от общего числа населения, а значит, порядка 15000 человек. На протяжении всего рассматриваемого периода уровень ведомственной подписки оставался одинаковым и составлял 220 экземпляров. Увеличение тиража произошло за счет индивидуальных подписчиков: на их долю приходилось 3450 экземпляров. Таким образом, один экземпляр издания обеспечивает получение информации шести жителям района, четверо из которых являются представителями целевой читательской аудитории, а это значит, что почти все семьи наших земляков являются подписчиками «Навін Старадарожчыны». В условиях, когда каждый читатель пересматривает семейный бюджет в целях его оптимизации, мы

сохраняем достигнутый уровень тиража и планируем его увеличение, основанное на росте авторитета издания.

Расширен масштаб розничной продажи издания. В продажу в 2010 году поступило 10875 экземпляров против 6905 в 2009-м, процент списания невостребованных газет при этом составил 10 процентов против прежних 14, 9. Окупаемость издания в первом квартале 2011 года достигла 75 процентов против 72 в 2010-м.

Следует особо отметить, что за время этой работы мы ни разу не обратились к местной власти за помощью в формировании тиража. Это принципиальная позиция редакционной команды: расширять читательскую аудиторию можно и должно, опираясь исключительно на качество своей работы, а не на административные методы настойчивого приглашения к подписке. Они не только не полезны, но, напротив, – вредны, так как создают иллюзию ложного благополучия, снимают с коллектива необходимую меру ответственности, расслабляют, а самое главное – в этот период теряется дорогое время для поиска той формулы читательской симпатии и доверия, которая одновременно является и формулой жизнеспособности издания. Когда выписанные не по своей инициативе газеты остаются непрочитанными, невостребованными людьми – это непростительно с точки зрения как экономики, так и идеологии, потому что подобные меры порождают отторжение, неуважение по отношению к отечественным СМИ и в конечном итоге по отношению к власти. Только самостоятельно сформированный, реальный тираж является единственно верным показателем КПД издания. Наш скромный опыт показывает, что есть достаточные возможности для того, чтобы повысить его, увеличить конкурентоспособность издания, расширить и укрепить собственную нишу на местном рынке печатных СМИ.

Приоритетную позицию для выполнения этой задачи создает статус районной газеты. Только она, в отличие от изданий всех иных уровней, располагает полным пакетом свежей информации по региону, только она работает исключительно на

местном материале, и ее сотрудники не из числа тех журналистов республиканского масштаба, которые «страшно далеки от народа» и его настоящей жизни. Это серьезный карт-бланш, но даже он не позволял нам в начале работы лидировать по тиражу в собственном районе. Почему? Ответ напрашивался обидный, но единственно верный: плохо работаем, а плохо сделанное не пользуется спросом. Что абсолютно естественно. Как же начать работать хорошо?

Среди всего обилия профессиональных рецептов всегда пользуюсь одним, взятым из собственного жизненного опыта. В свое время мой маленький сынок категорически отказывался есть прикорм – овощную смесь, которую я готовила по умным книжкам: все очень полезное, определенной температуры, без соли, с каплей масла и так далее. Все было по правилам, а он не ел. Одна опытная толковая мама дала мне такой совет: «Закрой все книжки, написанные теоретиками, и делай так, чтобы тебе самой было вкусно». И дело моментально пошло на лад.

Этот забавный пример в ходе работы я вполне успешно проецирую на нашу профессиональную деятельность. Единственный способ достичь успеха – это «пробовать» каждый подготовленный к печати материал, каждый номер, исходя из восприятия и вкуса широкой читательской аудитории, и постоянно адаптироваться к ним.

Двадцать лет практического труда в региональных печатных СМИ убедили в том, что неверно и невозможно оценивать эффективность работы издания с читательской аудиторией, раскладывая ее на простейшие составляющие, как-то: размещение конкретных материалов на конкретных полосах, периодичность выхода материалов под обязательными рубриками на обязательную тематику, строгое соответствие требованиям жанров и так далее. К сожалению, вся эта сумма схем не обеспечивает необходимого результата, под которым я понимаю приготовление «вкусного», полезного, легко усваиваемого читателем продукта. Не обеспечивает потому, что совершенно не находится с этим результатом в прямой взаимосвязи. Так что опираться в

работе возможно лишь на свое профессиональное чутье, знание и тонкое восприятие читательской аудитории, на мастерство журналистского коллектива.

Мы провели ряд изменений, которые коснулись практически всех аспектов деятельности: периодичность выхода, количество полос, дизайн, тематика, стиль, жанровая палитра, язык, штатное расписание, разделение профессиональных обязанностей, работа с читателями, с рекламодателями и др. Достигнутые результаты позволяют утверждать, что оптимизация модели издания уже сегодня существенно улучшила его перспективы, позволила повысить оперативность информирования населения, эффективность творческого и технологического процесса, расширить и качественно улучшить идеологическую составляющую газеты и приблизить ее к современным стандартам районного периодического издания. На все перемены в работе издания, о которых говорилось выше, было получено согласие учредителей в лице районного Совета депутатов и районного исполнительного комитета, что само по себе было достаточно ответственным шагом, так как действующая модель издания при этом полностью менялась. Последующая позитивная динамика подтвердила правильность произведенных перемен. В лице местной власти коллектив журналистов опирается на плечо надежного партнера, с которым нас объединяет одна задача – служить обществу и укреплению государственности.

Молодой журналистский коллектив (средний возраст наших сотрудников – 28 лет) оказался легким на подъем, творчески гибким, и переориентировать ребят на новые задачи не составило труда. У них креативное, энергичное мышление, свежее восприятие жизни, они смело экспериментируют, черпают силы в своих успехах – и это упрощает дело. Их творческие инициативы, поиск новых решений приветствуются.

В штате редакции сегодня насчитывается 14 человек, из них 6 журналистов, включая главного редактора, заместителя, ответственного секретаря. Практически все работники издания владеют несколькими газетными специальностями и при не-

обходимости могут дублировать коллег, выполняя обязанности ответственного секретаря, фотокорреспондента, оператора верстки. Это необходимое условие эффективной работы при том небольшом штате, на который ориентировано современное районное издание.

Вместо трех номеров в неделю (два четырехполосника и восьмиполосник) мы стали выпускать два (восьми- и двенадцатиполосный), ничуть не потеряв при этом в оперативности, но избежав ненужной поспешности в работе, получив возможность организовать ее более рационально и получив значительную экономию средств, а заодно и удешевив подписку. Вывели из обращения неактуальный ныне четырехполосный номер, который ввиду малой вместимости не оправдывает затрат средств, труда и т. д.

Наша газета – одноцветная, и мы не планируем в этом плане перемен. Цветность издания – вопрос, который поднимается достаточно часто. Его значимость преувеличена, а затраты, связанные с изданием «цветной» газеты, – нерезультативны. Думаю, редакция имеет моральное право пойти на этот шаг не ранее, чем самостоятельно заработанные средства ей это позволят. Соображения экономного расходования своих средств, а тем более средств государственной дотации, диктуют необходимость благоразумного, рационального подхода к формированию пакета необходимых затрат. Качественно сделанный информационно-аналитический продукт будет востребован и в черно-белом классическом дизайне, экономичном и стильном. Его использует целый ряд мировых газетных брендов вовсе не потому, что редакции этих печатных монстров не располагают достаточными средствами или не заинтересованы в повышении тиража. Полагаю, разумнее акцентировать внимание не на необходимости выпуска полноцветных изданий, а на качестве дизайна региональных СМИ, к которому, к сожалению, в ряде случаев можно предъявить вполне обоснованные претензии.

Материалы нашего издания, ранее бывшего белорусскоязычным, стали готовиться к печати как на русском, так и

на белорусском языках. Считаю эту перемену мотивированной, так как она отражает реально сложившуюся ситуацию билингвизма (двуязычия) в стране. Мы сразу прибавили в числе читателей за счет, в частности, русскоговорящих семей старшего поколения офицерского состава из местного военного городка. Появились у нас и другие подписчики. Тем не менее белорусский язык «звучит» на страницах издания там, где его употребление мотивировано и содержание текста предполагает именно его использование: например, в материалах на темы национальной культуры, отечественной истории и так далее. Разумеется, при этом у журналистов есть право свободного выбора подготовки материала на русском или белорусском языке.

Из фактически сельскохозяйственного издания мы за короткие сроки создали многовекторное по тематике, ориентированное на широкий круг читательских интересов. Сельхозтематика «свернулась» до объема полосы в каждом номере, не потеряв при этом в информационной насыщенности, выиграв в качестве. Размещенные на ней материалы понятны всей читательской аудитории и могут заинтересовать не только тружеников сельскохозяйственной сферы. Не менее пятидесяти процентов содержания каждого номера составляет новостная информация. Должна честно признаться, что перед приходом на работу в должности главного редактора «Навін Старадарожчыны» я опасалась, что в маленьком районе придется столкнуться с проблемой дефицита информации – и оказалась права. Работа на локализованном информационном поле дает ряд преимуществ. Стоило лишь однажды наладить ее, систематизировать, отработать схему сбора новостей, основанную на постоянном контакте журналистов с районной администрацией, руководителями предприятий и организаций, заместителями по идеологической работе, председателями сельских советов. Дальше остается лишь планомерно собирать информационный урожай, которого всегда хватает как минимум на три полосы, в том числе на обязательную колонку экспресс-информации.

Поскольку некоторые наши читатели выписывают единственное издание – районное, считаю правильным кратко отражать в газете главные новости в мире, республике, области.

Предметом особой заботы является первая полоса, призванная акцентировать на издании внимание читательской аудитории. Мы много работаем над ее дизайном, пробуя различные варианты размещения фотоснимков и печатных материалов, и некоторые из них оказываются особенно удачными. Это место для опубликования наиболее важной, значимой информации, для анонсирования материалов, для публицистических эффектных фотоснимков.

В каждом номере обязательны материалы о людях, являющиеся своего рода доминантой номера и основой его идеологической составляющей. Таким публикациям уделяется первостепенное внимание. Именно они, рассказы о судьбах, особенностях менталитета наших земляков, поддерживают и питают традиционную систему духовных ценностей народа, который является живым носителем и выразителем принципов нашей идеологии. Ее присутствие в газете именно в таком виде, раскрытое на конкретных примерах, а не в виде формальных заштампованных материалов, особенно ценно.

Этот подход распространяется и на ряд других важнейших векторных линий, проводимых изданием. Например, регулярно публикуя материалы о проекции на жизнь района и его людей материалов IV Всебелорусского народного собрания, мы не обязательно подчеркиваем их соответствующими рубриками, заголовками или подзаголовками. Точно такой же подход используем, разъясняя на конкретных примерах и фактах внутреннюю и внешнюю политику страны. Почему? Мы обязаны учитывать те изменения, которые за последние годы произошли с читательской аудиторией. Значительно расширился ее кругозор, повысились информированность и уровень образования людей. Подавляющее большинство их – самостоятельно мыслящие, умеющие анализировать читатели. В газетном общении с ними важно, базируясь на профессиональном опыте,

избегать устаревших приемов, которые раздражают современного человека: поучающий тон, излишняя навязчивость, официализированность издания, назойливые повторения одних и тех же заидеологизированных клише, формальные материалы, любые формы «разжевывания» информации, откровенно «наводящие» моменты и так далее. Подобные схемы просты в использовании и, к сожалению, привычны целому ряду журналистов, но служат плохую службу в выполнении важнейшей идеологической задачи. Опираясь на старые методы работы, мы теряем интерес и доверие читателя. Приемы работы журналиста с современной аудиторией должны основываться на глубоком понимании ее психологии, вдумчивости, деликатности, умении исподволь доносить до сознания суть дела, оставляя читателю право самостоятельно приходить к верным выводам. Регулярно готовятся к печати тематические полосы «Государственная политика: проекция на практику», «Моя деревня», «Молодежная страничка», «Милицейский дневник», «Спортивный калейдоскоп», «Редакционная почта», «Сад и огород», «Кулинарная тетрадь», «Большая перемена», «25 вопросов», «Здоровья и долголетия», «Служить Отчизне» и другие.

Контакт с читательской аудиторией поддерживается в ходе личного общения журналистов с читателями, по телефону, на сайте редакции. Мнения наших земляков мы изучаем и учитываем, гибко реагируя на них. Обращения читателей постоянно находят отражение на страницах газеты. Используются и публикации, ориентированные на разносторонние интересы и увлечения земляков, решение бытовых вопросов, расширение кругозора. Значимость этих «легких», на первый взгляд, публикаций не следует недооценивать, их популярность у читателя имеет объяснение. Они не просто «разгружают», но и выполняют свою немаловажную функцию: отражают быт человека во всем его многообразии, учат насыщать его интересными и полезными делами, находить радость в обычных проявлениях, будь то рыбалка, кулинария или работа на даче, формируют по-

зитивную модель жизни. При этом мы стараемся опираться на местный материал.

Обязательной частью структуры современного издания является грамотно подготовленный рекламный блок и телепрограмма. Объемы рекламы в нашем издании в последнее время значительно увеличились, что можно расценивать как позитивное явление, свидетельствующее о росте популярности издания. Реклама является также важной частью экономического двигателя издания и успешно выполняет эту функцию. Представляя востребованный материал, помогает повысить конкурентоспособность издания.

Определенные изменения пришлось провести и в стилевой политике, очистив тексты от фрагментов неуместного использования официального, книжного стилей, максимально упростив и «оживив» их.

Само время подводит нас к переменам в системе требований в работе с жанрами. Некоторые из них совершенно ушли из газетной практики – например, фельетон. Некоторые жанры практикуются нашими журналистами редко – например, очерк, подготовка которого требует особого повода и особого дара журналиста. Отдельные жанры мы не используем осознанно: например, отчет, обреченный на невостребованность широким читателем. Ситуация с обновлением жанровой палитры не носит негативный характер и не является недостатком работы. Сегодня идет процесс размывания рамок классического жанра. Все чаще на газетном поле образуются различные синтетические, видоизмененные жанровые формы. Эта тенденция отчетливо прослеживается в работе наших молодых сотрудников, и результат не огорчает. Главную задачу профессионала я вижу в том, чтобы подготовленный материал хорошо читался и выполнял свою функцию, достигая сознания читательской аудитории.

Обязательным требованием к подготовке публикаций является разумный подход к их масштабу: материал большого размера, чтобы быть прочитанным, должен иметь значительный

информационный повод и быть высокопрофессионально выполненным.

Для обеспечения высокой эффективности творческого труда нужны: а) неугасающий интерес к своей профессии и к людям; б) искреннее желание приносить пользу обществу; в) любовь к великой и малой родине. Эти качества, чувства, настроения выражаются не в псевдопатриотических материалах и напыщенных передовицах – они должны пронизывать каждую строку, затрагивая эмоциональную сферу. Вдохновенное творчество требует соответствующей атмосферы в коллективе. Журналист должен искренне верить в правдивость своих публикаций, быть настроенным на конструктивный, позитивный результат. Наигранность, искусственность, запрограммированность неприемлемы: любая фальшь угадывается современной читательской аудиторией. Эмоциональность и живость изложения, конкретность, простота, доверительный тон разговора с читателем – главные требования к подготовке материалов. Исходя из этих соображений работаю я сама и весь журналистский коллектив.

Людмила БЕЛЯКОВА

Белорусский государственный университет

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНАЛИТИЧЕСКОГО ТВОРЧЕСТВА В РЕГИОНАЛЬНОЙ ПЕРИОДИКЕ

С методологической точки зрения жанрово-тематическая палитра современной региональной периодики соответствует концептуальной парадигме функционирования «малой» прессы, ее статусу и функциям. Региональное издание – это, прежде всего, уникальный и незаменимый источник местной информации, выражающейся в новостных заметках, событийных репортажах, отчетах, актуальных интервью, зарисовках о героях-современниках.