ДЕВИЗ ЛУЧШИХ РАЙОНОК — ВМЕСТЕ!

Запомнился заголовок давней статьи в «Известиях»: «Закрыл сельскую школу — убил село». Уверен, что такое же значение на своих территориях имеют городские и районные газеты.

ВЛАДИМИР ТУЛУПОВ,
ЭКСПЕРТ КОНКУРСА

Почему?

Да потому что их читатель живет, можно сказать, на той же улице, что и журналисты. И это — главный (по-ученому выражаясь) типоформирующий фактор, влияющий буквально на все: на выбор тем, на выбор героев, на выбор слов… Здесь тютчевское «Как слово наше отзовется…» имеет не столько философский, сколько прагматический — буквальный — смысл.

Очевидно, что редакторы и журналисты представленных на конкурс газет прекрасно это понимают. И потому наиболее дальновидные из всех функций журналистики совершенно справедливо выделяют непосредственно организаторскую.

Да, решили они, районки по-прежнему выполняют свои (сегодня модно говорить «эксклюзивные») задачи, собирая и публикуя сугубо местную информацию, анонсируя местные события и мероприятия, но чтобы в эпоху Интернета быть по-настоящему востребованными, следует поднять статус этих органов печати, повысив их роль в местном самоуправлении.

То есть помочь взаимодействию местной власти с населением, активизации участия граждан в решении общих для всех жителей района вопросов. Лишь тогда — в условиях определенного монополизма на местном информационном рынке — девиз «Местная пресса обречена на успех» может быть реально воплощен в жизнь.

Именно так поступили в редакции газеты «Искра» из города Лысьва Пермского края и даже сформулировали миссию издания: быть сподвижником в организации лысьвенцев для позитивных изменений в жизни местного сообщества. А затем и конкретизировали:

«Главный принцип редакции «Искры» во взаимоотношениях с обществом: ВМЕСТЕ!

ВМЕСТЕ с горожанами и селянами искать и создавать позитивные смыслы в жизни общества.

ВМЕСТЕ обсуждать беды и проблемы.

ВМЕСТЕ находить ответы на вопросы и пути решения экономических и социальных проблем.

ВМЕСТЕ противостоять вызовам и неправдам времени».

То есть искринцы не только создают газету вместе с читателями, но и выслушивают их жалобы, поддерживают в беде, предлагают, советуют, помогают, решают — так редакция местного СМИ становится своеобразным клубом, куда хочется идти.

«Искра» проводит большое количество самых разных «общечеловеческих мероприятий», начиная от глобальной для Лысьвы акции «Человек года» и заканчивая конкурсами в детском приложении «Муравейник». Восемь лет назад газета стала инициатором фестиваля городских и районных газет Пермской области «Журналистская весна», ставшего теперь ежегодным. Она выступает соучредителем открытых городских творческих фестивалей: «Звени струной, балалайка!», «Играй, гармонь!».

Интересно, что не так давно администрация Лысьвенского городского

округа вышла из состава соучредителей «Искры», и с 1 декабря 2015 года учредитель газеты, которой через полтора года исполнится 100 лет, только один — ООО «Искра».

Алтайскую газету «Змеиногорский вестник» представлять, видимо, уже не надо. Ее многие коллеги знают, ее передовой перенимают. Даже одни названия акций «ЗВ» («Аленький цветочек», «Бессмертный полк», «Дежурный по поселку», «Депутат, побывай на округе», «Свеча памяти», «Читающий автобус», «Я родился») говорит о ее теснейшей связи с аудиторией. А ведь есть еще и многочисленные эффективные проекты: «Антикризисный ликбез», «Бизнес: вектор развития», «Власть и общество», «Герои первой полосы», «Демократия», «Для пользы дела», «Журналист меняет профессию», «Земляки», «Книга жалоб и предложений», «Открытая трибуна», «Письма», «Районный дайджест», «Тусовка».

Оформление большинства местных газет выглядит современно, хотя не обошлось и без ошибок. Вот некоторые типичные просчеты:

Иногда для набора основного текста применяют слишком мелкий кегль шрифтов (он же, согласно ОСТ, должен составлять 8 или 9 пунктов во французской типометрической системе — не путать с англосаксонской).

Медиадизайнеры явно мельчат с иллюстрациями, которые даже при хорошей офсетной печати трудно различимы, и самое главное — при такой подаче заметно снижается публицистическое и эстетическое значение фотографии.

При этом некоторые из них увлекаются оборками, которые не только затрудняют чтение текстов, но и даются с нарушением ОСТ (длина строки текста оборки не должна быть менее I 3/4 квадрата). Да и «оборочные лесенки» выглядят крайне неэстетично.

Прием «кадрирование» должен быть оправданным и приводить к повышению эффективности воздействия снимка. Если же он воспринимается как вынужденная обрезка, то это — ошибка макетчика, по вине которого, например, возникает «хвост», втискиваемый за счет уменьшения площади иллюстрации. Особенно печально, когда при кадрировании страдает содержательная и художественная стороны фотографии.

В качестве же передовых тенденций отмечу следующие:

- более активное применение различных форматов, что связано с появившейся возможностью печати небольших тиражей в малых типографиях (оперативная полиграфия);
- увеличение объемов изданий при уменьшении периодичности выхода;
- развитие контента за счет рекламно-справочной и бизнес-информации;
- снижение среднего объема публикаций;
- усложнение структуры публикации за счет дополнения (развития) основного текста дополнениями в виде справок, комментариев и т.п., иллюстраций, развитого заголовочного комплекса, композиционных и графических средств ориентирования;
- разнообразие жанров и специальных приемов изобразительной журналистики;

- многоцветие печатных полос.

Скажу также о персонификации публикаций (авторская подпись имеет развернутый вид, сопровождается портретом и краткими биографическими данными) и о визуализации, выражаемой в увеличении количества иллюстраций и площади, отдаваемой под них.

Наиболее интересными с точки зрения оформления, на мой взгляд, выглядят газеты «Курьер. Среда. Бердск» из Новосибирской области и «Свободный курс» (г. Барнаул, Алтайский край).

&

СКОЛЬКО ВЫРУЧКИ МОЖЕТ ПРИНЕСТИ ГАЗЕТЕ УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР