

# КАМО ГРЯДЕШИ, РЕГИОНАЛЫ?

Павел Шишкин

**Про региональные газеты сегодня говорят почти как про мёртвых. Изредка хорошо, а чаще — ничего. Сами они не спешат выносить на публику непростое своё положение. Наверное, напрасно, поскольку первый шаг к лечению болезни, как известно, — признать её существование**

## СЛОНЫ УМИРАЮТ СТОЯ

Вот уже, наверное, добрый десяток лет главный тренд большинства профессиональных форумов газетчиков — **спасать районки**. Даже если темой мероприятия обозначены проблемы местных СМИ вообще, львиная часть времени будет посвящена ситуации вокруг районных газет.

Между тем в куда более плачевном положении находятся сегодня, на мой взгляд, их, как принято считать, «старшие» коллеги — региональные газеты. Парадоксально, вроде бы и финансовых возможностей больше, и с кадрами должно быть полегче, и техническое оснащение покруче. Тем не менее именно региональная газета сегодня самая уязвимая часть в когорте отечественной прессы. В первую очередь из-за низкой востребованности у читателя.

В советские времена, по которым сокрушаются многие, если посмотреть на ситуацию объективно, картина была в общем-то такой же. Центральные газеты выписывали, чтобы читать, районные — потому что свои. А областные — чаще всего в нагрузку. Или по разнарядке.

Проблемы большинства современных региональных газет как раз в тех советских временах, откуда они по большому счёту так и не вышли, почитая себя элитой, выписывать и покупать которую должны

по самому факту существования. Особенно это касается государственных газет.

Прошлым летом, будучи проездом в одной из небедных российских областей, купил на вокзале местную «правду». Знакомство с газетой уместилось буквально в 10 минут. Внушительный, судя по выходным данным, штат, 24 полосы полноцвета и ни малейшей попытки на этих полосах хоть как-то посмотреть в сторону читателя. Завлечь его вёрсткой, интересным заголовком или житейской темой.

Ни в одной районной газете такого наплевательского отношения к читателю сегодня, мне кажется, не встретить. Слепить газету, где даже скучающий в вагоне пассажир не найдёт для себя ничего интересного, надо суметь. Но областные издания такого типа сегодня если и не правило, то уж совершенно точно не исключение.

*«Качественных районных и городских сегодня больше, нежели региональных»* — то ли приговор, то ли неутешительный диагноз от Владимира Касюткина. И не потому, что районных газет априори больше. Дело в том, что они живые. Те, кого пять лет назад объявляли приговорёнными, активно толкаются локтями, учатся друг у друга, осваивают новые технологии, развивают альтернативную подписку,



*Павел Шишкин —  
главный редактор  
газеты «Пензенская  
правда», Пензенская  
область*

штурмуют торговые сети, увеличивая розницу, и зубами держатся за каждого своего читателя.

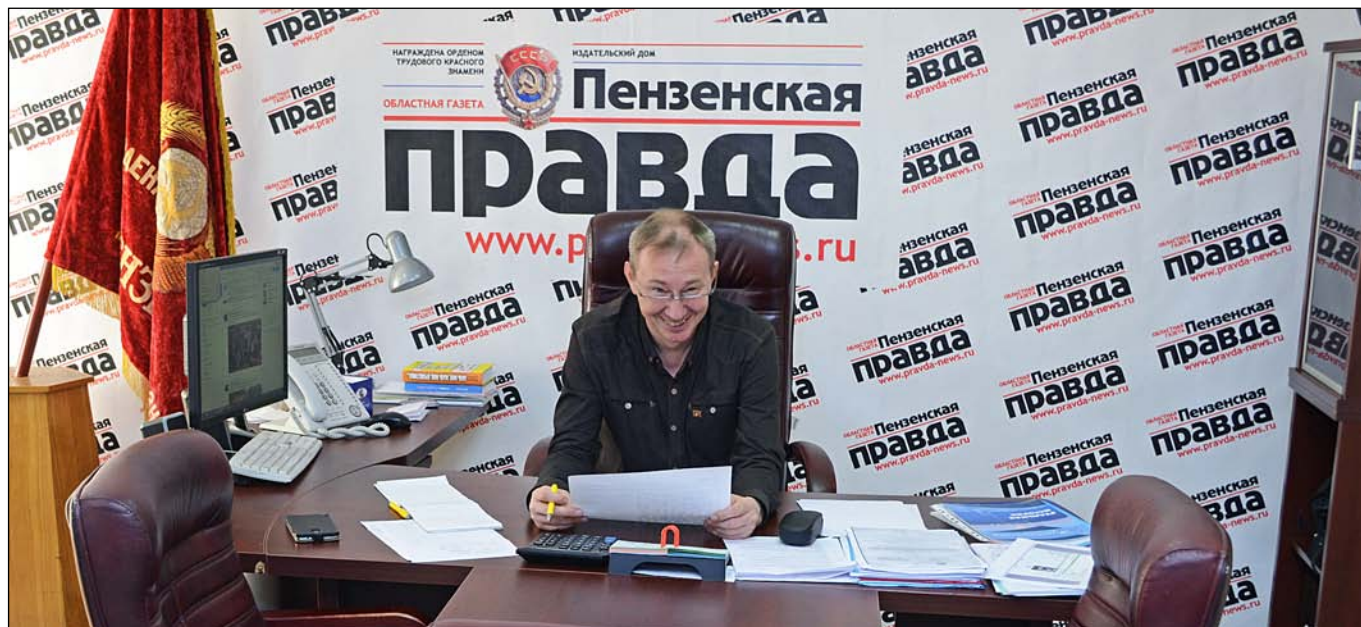
**Областная же пресса, пока районки доказывают своё право на место под солнцем, тихо вымирает.** Вроде пока живёт, но уже скорее по инерции. Этакий мамонт, большой, неуклюжий, грустный мохнатый слон, бредущий неизвестно куда и не подозревающий о том, что уже вымер. В первую очередь это касается, опять же, государственных, живущих по принципу «как выходили, так и выходим. Денег вроде пока дают, и ладно».

При этом нигде не встретишь столько пессимизма по отношению к будущему, как у многомудрых сотрудников этих газет. Возможно, отсюда и нежелание развиваться: зачем меняться, если будущего всё равно нет, а на наш век хватит? Из этой равнодушной лени и газеты, которые напоминают живые трупы.

**СРАВНЕНИЕ, КОНЕЧНО, ОБИДНОЕ, НО УБЕРИТЕ ВОРОНЕЖ, ЕКАТЕРИНБУРГ, ЯКУТИЮ, АЛТАЙ, ОРЕНБУРГ И ЕЩЁ ПАРУ РЕГИОНОВ, МНОГО ЛИ ВЫ ВСПОМНИТЕ ДОСТОЙНЫХ ОБЛАСТНЫХ И РЕСПУБЛИКАНСКИХ ГАЗЕТ?**

И подавляющее большинство, в отличие от тех же районов, варятся в собственном соку, не желая знать, а что там у соседей, как живут другие, считая себя самыми опытными и многомудрыми. Можно, конечно, посетовать, что не проводится специальных семинаров для областных изданий, не собирают научные конференции по изучению их проблем. О, если сами не барахтаемся, не кричим караул, а важно надуваем щёки, делая вид, что всё у нас в порядке, то с чего надеяться на помощь?

Если нет спроса, то вряд ли появится и предложение. Если не начнём разговор о наших проблемах сами, его не начнёт никто. Сразу скажу, что однозначного ответа, как исправить ситуацию, у меня нет. Есть только осознание серьёзности проблемы и несколько лет попыток разобраться в причинах, почему областные газеты оказались в таком положении, и найти выход.



## МЕЖДУ НЕБОМ И ЗЕМЛЁЙ

Районная газета живёт на земле, среди людей. Хорошая районка, для многих из них, давно уже неотъемлемая часть жизни. Федеральные СМИ сегодня больше похожи на обитателей небес, откуда и людей почти не видно. Только боги и герои. А вот региональная пресса зависла между небом и землёй. Она, может, и рада бы соединить в себе лучшее и от тех, и от этих, но до земли далековато, а до неба высоковато.

**И поэтому два самых сложных вопроса для редактора областной газеты: кто наша аудитория и зачем мы ей?** До тех пор, пока ты не нашёл ответа, вряд ли можно понять, куда двигаться дальше, и разработать эффективный алгоритм действий. Были времена, когда мы в редакции на полном серьёзе спорили, где наш читатель — в городе или в селе? Соответственно: делать упор на хорошо знакомые проблемы областного центра, в котором живём, или выгонять журналистов из редакции в деревню, в глушь, в поля. Итоги споров выходили печальными: **в городе народ предпочитает получать информацию набегу из соц. сетей, мессенджеров, а в области место занято районками.** Они, может, и не такие красивые, зато родные, близкие и понятные. Да и не приучен местный люд к изыскам дизайна и словесным экзерсисам. На селе чем проще, тем лучше. Пытались вычислять **зависимость подписки от удалённости от областного центра**, но и здесь потерпе-

ли фиаско. Сложить полученные цифры хоть в какую-то более или менее логичную схему не получилось.

Так что думаю, что в случае с областными газетами географические привязки практически не работают. Причина очевидная.

## **ПОМИМО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СУЩЕСТВУЕТ ЛИЧНАЯ ГЕОГРАФИЯ КАЖДОГО ЧЕЛОВЕКА.**

И если родные страна, город или посёлок занимают в ней важное место, то с Пензенской, Тамбовской, да и любой другой практически областью всё не так однозначно.

Райцентр в 30 километрах от родного города, если не произошло там что-то из рук вон выходящее, вызывает у человека меньше чувств и интереса, чем посёлок в соседней области, куда в одном далёком детстве отправлялся каждое лето на каникулы к бабушке, или далёкий уральский город, где учился в институте, с которым связана молодость, где по прежнему живут близкие тебе люди.

Эти города и сёла существуют столетиями, а некоторые и тысячелетиями. Области появляются, исчезают, возникают вновь, но уже в других границах, и поэтому жители их не успевают сформировать прочную общность. **Большинство российских регионов — это искусственные объединения людей разных возрастов, взглядов, национальностей и вероисповеданий, расположенные на обширных**

**территориях.** И не так уж много здесь происходит событий, которые были бы равнозначно важны всем. Можно было бы сказать, что задача газеты как раз в том, чтобы способствовать объединению этих людей в единое целое. Но это уже другой масштаб, сегодня даже просто заинтересовать их собой — уже почти подвиг.

**Если неясно, где наш читатель, то вопрос: зачем мы ему? — оказывается ещё более сложным.** О новостях большой политики гораздо быстрее расскажут ТВ и Интернет, когда в деревне проведут газ и, может быть, наконец отремонтируют дорогу — поведает районка.

Времена, когда визит журналиста из области в район воспринимался едва ли не как ревизия, тоже давно прошли. То, что областной газете можно запросто критиковать районные власти и порядки, после чего ситуация моментально изменится, — иллюзия, остающаяся разве что у самых наивных. Ибо порядки сегодня везде практически одинаковые, а власть всех уровней срослась друг с другом настолько прочно, что **куда ни плюнь, всё равно попадёшь в вертикаль, со всеми вытекающими последствиями.** А прессинг на областную газету зачастую сильнее, чем на городскую или районную.

Да, и **не соблазнить сегодня читателя критикой или дерзостью.** Он в Интернете и не такое читает, во-первых. А во-вторых, что толку в нашей критике, когда Васька слушает, да ест? Этакие **подвиги внутреннего значения,** потому что редко приносят результат, а если и приносят, то меняют лишь частности.

Добавьте к этому ещё и почти полное отсутствие самостоятельной политической повестки, которая диктуется из Москвы, вплоть до согласования кандидатуры губернатора, и картина покажется вовсе печальной.

## ВОДЫ СЛОНАМ

Так, может, и в самом деле тогда время наше прошло?

Я не спешил бы с такими печальными выводами.

**Время вообще не проходит, оно просто меняется.**

Надо всего лишь принять это как данность, прекра-

тить посыпать голову пеплом, биться ей о стену, а осознать себя в новой реальности и найти там своё место.

Сложные вопросы тем и хороши, что требуют простых ответов. А самый вкусный лимонад, как известно, получается, как раз из лимона.

**Мы действительно оказались чужими и для города, и для села.** Мы здесь не хозяева, да и не были ими никогда. Однако в гости нам приходит никто не запрещал. А к гостям на Руси издавна относились хорошо. И кормили, и поили. Особенно когда гости расплачивались за гостеприимство рассказами да историями интересными, житейскими советами, а если требовалось, могли и третейскими арбитами в споре стать.

**Говорить с людьми о них самих,** о том, как живут такие же люди вот совсем рядом за тем лесом, за синей рекой, за невысокой горой. Говорить о том, **что им действительно важно,** а не о решениях партии и подробностях совещаний в администрации. Ведь собираясь вечерами дома, неужели только о политике мы беседуем с близкими людьми, разве делимся только новостями, а не чувствами, впечатлениями и ощущениями?

**Завораживающая история любви или подвига,** особенно если написана она с сопереживанием, хорошим языком, читаться с удовольствием будет на любом конце земного шара, а уж если произошла на самом деле, да ещё и совсем неподалёку, так и вовсе с двойным и тройным удовольствием. **Рекомендации хорошего врача, применимые на практике,** так же востребованы были и будут всегда и везде, при условии, что применимы они на практике. **Советы дачника,** который совсем неподалёку выращивает невиданные урожаи, изложенные доступным способом, всегда найдут немалую и благодарную аудиторию.

**Люди нуждаются в разговоре, не в новостях и дебатах,** коих сейчас в избытке, а именно в разговоре. В разговоре о жизни и о том, что ей неизменно сопутствует. И эта ниша свободна. Я сам удивляюсь, **сколько историй проходит мимо районок,** сколько тем и поводов для размышлений привозят журналисты из командировок в районы. Наверное, на самом деле многое лучше видится, если смотреть чуть-чуть издалека.

Здесь и ответ на вопрос, кто наша аудитория: люди читающие, которые никуда на самом деле не делись. Те, кому интересно не в замочную скважину за соседом подсматривать, а знать, о чём он думает, что его радует и заботит, не нужна ли ему помощь. Люди, которым интересен мир вокруг них. Люди одинокие, которых чем активнее развиваются коммуникации, становится всё больше.

**ПРИ ВСЕХ СЛОЖНОСТЯХ МЕНЯ  
В КАКОЙ-ТО СТЕПЕНИ РАДУЕТ  
ТО, ЧТО ПРОИСХОДИТ СЕГОДНЯ  
С ПЕЧАТНЫМИ СМИ. ЭТО  
НЕ КАТАСТРОФА. ПРОСТО ВСЁ  
СТАНОВИТСЯ НА СВОИ МЕСТА.**

Да, мы никогда не вернёмся к прежним гигантским тиражам, но взамен получаем возможность выиграть в качестве. Причём не только контента, но, как следствие, и в качестве аудитории.

Мы потеряли первенство в скорости, но взамен получили время для размышлений. И это замечательно, потому что нельзя рассказывать про человек в суете и спешке, проглатывая окончания и не меняя интонации. Нельзя грамотно проанализировать ситуацию на бегу, не опросив массу экспертов и не выслушав несколько мнений. А не сделав этого, не переломить мелкотемья и не начать серьёзный разговор.

Как раз у региональных СМИ и есть все возможности для этого. И именно они могут в корне изменить отношение общества к бумажной прессе, поскольку Россия жива не столицами, а именно регионами. Слоны должны поверить, что они живы, и начать осмысленное движение. У нас появляется возможность обрести себя прежних, настоящих. **Вернуться к журналистике, как искусству думать и чувствовать на бумаге.** Вернуться туда, где нас давно уже ждут и где мы на самом деле нужны.

&



*Лариса Зюзина —  
исполнительный  
директор ООО  
«Издательская  
группа "ВК-  
медиа"»,  
Свердловская  
область*

## «Зелёная подписка»

*Лариса Зюзина*