Газета — душа и карта

Характер коммуникации в регионах во многом определяет качественная пресса

Владимир Скоробогатько

Достижения коллектива, как известно, оцениваются по среднему показателю — при том, что результаты отдельных его представителей могут быть выдающимися. Конкурс «10 лучших газет России», отмечающий в этом году 5-летие, вовлёк в свою орбиту множество замечательных региональных изданий, часть из которых заслуженно носят сейчас титул Лучших.
Но главный положительный итог конкурсных состязаний, на мой взгляд, заключается в том, что сложился и умножается коллектив последователей и «преследователей» команды лучших, уровень дизайна которых очень высок. И это преимущественно издания самого «местного», самого широкого круга — районные и городские.
В этом в очередной раз убеждаешься после знакомства с газетами — претендентами конкурса-18.

Произошли ли это случайно, так сказать, в процессе естественного, эволюционного отбора? Нет, думается, мы можем говорить о новом уровне понимания задач местной прессы, сознательном процессе формирования новых графических и содержательных форм, позволяющих районным и городским (не столичным) газетам выживать в современных условиях, удерживать аудиторию и даже в некоторых случаях её наращивать. Селекция тут если и произошла, то носила она вполне целенаправленный характер.

В своё время, обсуждая особенности графического моделирования периодических печатных изданий, мы сравнивали газету (и её модель, соответственно) с домом, где привлекательный фасад — это первая полоса, где гостиная с примыкающей к ней кухне — это место сбора семьи и, возможно, гостей для обсуж-

Концерт для взрослых
ДК «Октябрь»
16:30 ➔ 19 октября
Праздник для детей
Дворец культуры г. Катав-Ивановска
16:30 ➔ 19 октября
«ХОРОШИЕ ЛЮДИ. СВОИХ НЕ БРОСАЕМ»
Благотворительный проект редакции «Авангард»
Цена билета — 150 руб.
Цена билета за двоих — 150 руб. (ребенок + взрослый)
Газета Катав-Ивановского муниципального района
Издается с 1930 года
16+
АВАНГАРД
www.avangrass.ru agazeta@list.ru
№41 (11650), СУББОТА, 13 октября 2018 года
СКОЛЬКО БУДЕМ ПЛАТИТЬ ЗА КВАРТИРУ И ВЫВОЗ МУСОРА?
ТЕМА НОМЕРА
ДЕПУТАТЫ КАТАВ-ИВАНОВСКА УТВЕРДИЛИ ТАРИФЫ НА «КОММУНАЛКУ»
ЗА ЖИЛЬЁМ ПРИНЯТЬ РЕШЕНИЕ ПРИШЛОСЬ ДЕПУТАТАМ
ФУТБОЛ
БЫСТРЫЕ ДЕНЬГИ ОТ 1000 ДО 15000 РУБЛЕЙ ДО ЗАРПЛАТЫ ИЛИ ПЕНСИИ
ЦИФРЫ
МАТЕРИНСКИЙ КАПИТАЛ
АФОРИЗМ НЕДЕЛИ
ЦЕНА ЗАБЫВАЕТСЯ, КАЧЕСТВО ОСТАЕТСЯ

Илл. 1

2 СТРАНИЦА
АВАНГАРД
№41 (11650), СУББОТА, 13 октября 2018 года
СКОЛЬКО БУДЕМ ПЛАТИТЬ ЗА КВАРТИРУ И ВЫВОЗ МУСОРА?
РАБОТА ВЛАСТИ
700 рублей от губернатора — хорошее подспорье пенсионерам
КАДРЫ
Представлен новый директор МФЦ
ЦИФРЫ
496
ОТКУДА
Ветераны пригласили медиков на разговор
ЗДРАВООХРАНЕНИЕ

Илл. 2

12
Активное долголетие
«Мне с бабушкой моею очень повезло!»
В финале конкурса участвовали
Боролись за звание «лучшая»
«Крутые» бабушки района
А вам слабо?
Кто же «Супер бабушка»?

Илл. 3

дения насущных жизненных вопросов, где обставлены соответствующим образом кабинет папы, комната мамы, детские... и т.д.

У каждого уголка такого дома — своя функция и своё, соответственно, убранство. Так вот, продолжая эту аналогию — с домом, местом для комфортного проживания (или, как иногда бывает и в жизни, и в газетном оформлении — совершенно непригодного для такового) одной семьи, рассмотрим практику создания на страницах газет некоего общественного пространства — для гармоничного существования жителя города N или района C.

Дизайн, как известно, — проектная деятельность по гармонизации внешней среды, приспособления её к нуждам человека, и, конечно, это в полной мере относится как к убранству дома, так и к оформлению отдельно взятого СМИ.

Но если в отношении планировки и отделки комнат в жилом доме (для одной семьи) в основном всё бывает понятно, то в случае существования газет районных (государственных и частных), городских (гос. и част.), муниципальных (и тех и других), специализированных (опять-таки и тех и других) и т.д. разобраться с планировкой, т.е. композицией и внешним обликом бывает непросто.

Общезначимый и... личный?

Но начать можно с функционального (адресного и статусного) предназначения того или иного раздела, рубрики, темы... Вот газета **«Авангард»** (Челябинская обл.) рассматривает тему повышения тарифов за коммунальные услуги *(Илл. 1)*.

На первой полосе женщина, снятая чуть сверху (видимо, с лестничного марша, чтобы не открывать целиком её лицо), достаёт из почтового ящика бумажный лист. В подписи не указано, кто именно изображён на фотографии, и это тот принципиальный момент, который и фиксирует разницу в подходах коллег к формированию «своей», только данной газете присущей, картины города N.

На полосе 2, где продолжается тема коммунальных платежей, на иллюстрации изображена кошка на фоне городских квар-

талов, а подпись к фото сообщает, что от «своевременной оплаты по счетам зависит тепло, уют, чистота и комфорт в наших жилищах» *(Илл. 2)*. Кошки всегда считались символом уюта, но милые питомцы не зарабатывают денег и не платят по счетам всё-таки. Платим мы, собственники и наниматели жилья.
Но материал не конкретизирует оплату услуг конкретными жильцами, в нём рассказывается, какие проблемы испытывают обслуживающие организации и почему увеличиваются их расходы. Так что иллюстративный ряд вполне адекватен заданной теме. Картинки «приближают» её к читателям, но не называют кого-то конкретно из земляков, которым придётся в новом году платить больше.
Заметим попутно, что материал представлен максимально информативно за счёт разнообразных средств навигации: рубрика «Тема номера», заголовок, подзаголовок, лид, подзаголовки второго уровня, врезы «Цифры», «Цифра», «Факт», блок данных с адресами домов и суммами вычисленной платы за квадратный метр, ну, и, конечно, в числе важнейших навигационных элементов — фотографии с подписями. Подобный набор ориентирующих визуальных элементов — теперь уже далеко не редкость в практике конкурсантов, а скорее давно правило. Малочисленны как раз те газеты, что избегают в своих графических моделях столь развитой системы навигации.
Итак, **«Авангард»** начал номер с темы, которая, очевидно, затронет большинство горожан — их читателей. Материал, скажем так, носит общезначимый характер. Будет ли он прочтён? Безусловно.
В предыдущем номере той же газеты мы видим большую, на разворот, публикацию под заголовком «Хорошие люди. Своих не бросаем». Здесь подход к подаче материла другой. Уже в однотипных заголовках, как видим, специально выделены имена героев — Егорка, Сонечка, София, помещены снимки детей. О их болезнях и людях, помогающих бороться с недугом, рассказывается в материалах тематического разворота.
(Кстати, движение «Хорошие люди», о котором сообщает газета, создано редакцией **«Авангарда»**, его участники стараются помогать своим землякам, и забота эта носит по-настоящему адресный, конкретный характер).
Максимальная конкретика, предельная приближённость к заботам, нуждам людей — как ни банально это звучит — и отличает хорошую газету от посредственной, и проявляется данное качество в том числе и в... оформлении. Через ту же систему навигации, в первую очередь через иллюстрации.
Кто и как часто, под каким ракурсом показан на страницах газеты — мы сразу ощущаем «устройство» того самого общественного пространства, которое создаёт на своих страницах издание и в котором конкретному жителю, читателю газеты, спокойно, комфортно или, наоборот, тревожно, зябко, одиноко...
Да, последнее время мы всё чаще говорим о качестве иллюстрирования, напоминая себе и другим, что изображения исполняют очень важную функцию в СМИ — символьную. По тому, КАК и КОГО показывает на своих страницах издание, мы судим о его характере, близости или, наоборот, отстранённости журналистов от конкретных (насущных!) нужд своих читателей.

«Модели» семейной темы

Тут, пожалуй, надо остановиться и развернуть вышеприведённый тезис.
Конечно, газета не может в каждом материале писать о заботах петрова-сидорова-иванова. Не все публикации могут быть предельно приближены к «домашним» или каким-то «личным» проблемам земляков и иметь свой почтовый адрес. Бывают истории, когда особой конкретики ожидать от газеты сложно — как, например, в случае с публикацией **«Авангарда»** про грядущее повышение тарифов на услуги ЖКХ (в каждый дом не заглянешь). Но в целом, заметим, характер, настрой издания на тот или иной вариант отношений с читателями сразу ощутим.

Продолжим тему на примере других газет-конкурсантов.
Районная **«Краснозёрская новь»** (Новосибирская обл.) — давний участник конкурса, и хотя коллегам пока не удаётся войти в десятку лучших, в номинации «Самая душевная газе-

Кабы не было зимы в городах и селах, Никогда б не знали мы этих дней веселых

Спасибо, что читали нас! До встречи через неделю!

Илл. 4

С ними забот полно, а радостей – все же больше!

Выбирайте хаски, если вы – легковлет

Боксер – фотомодель

С Лоей не опоздаешь

«Пушистые и «хвостатые»

Так у нас появлялась «нянька»

Проказы хитрой «группировки»

«Шкодничать» – это хобби

Спасительница моя!

Любите своих питомцев

Илл. 5

Мне очень не нравится словосочетание «мать-одиночка», ведь если у Вас есть ребенок, то Вы уже не одинокая в этом мире

Забота до рождения

Кто поможет одинокой маме

Налоговый вычет на ребенка

Не хочешь помогать – плати через суд

Двое детей и более, какие выплаты положены?

Бесплатное питание и путевки

Трудовые льготы

Ребенок раскрашивает жизнь яркими красками

В Краснозерском районе зарегистрировано 314 одиноких мам, воспитывающих 423 ребенка

Илл. 6

Какой должна быть парковка у больницы?

Краснозёрская НОВЬ

кого назвали супер-бабушкой района?

Поезд Памяти привез таланты!

Илл. 7

В этом проекте мы вместе с нашими читателями пробуем народные продукты, пытаемся разобраться в их полезности и отвечаем на часто задаваемые вопросы

КОЛБАСА – ПРОДУКТ НАРОДНЫЙ!

Вкуснее домашней не найдешь

Мясо от йода посинеет?

Колбаса и водка

Испытание огнем

Интересные факты

Даже памятник есть

Эксперимент не носит рекламного характера. Мы работаем исключительно в интересах наших читателей!

Илл. 8

та», если бы таковая была в нашем конкурсе, краснозёрцы наверняка победили.

В каждом представленном номере есть публикации, показывающие земляков крупным планом, что называется, «в полный рост» и с особым добрым отношением. Вот, например, полоса, посвящённая районному конкурсу представителей старшего поколения *(Илл. 3)*. «Супер-бабушка» и просто участница в полный рост во всей красе, лица финалисток... Иначе как душевной такую подачу состязания бабушек не назовёшь.

Фотоконкурсы в газетах бывают разные, и коллеги давно используют этот прием привлечения (вовлечения) читателей в редакционный процесс. В **«Краснозёрской нови»** он, в частности, посвящался зиме «в городах и сёлах» *(Илл. 4)*. И вновь мы видим членов конкретных семей: бабушка с внучкой, дедушка с внучкой, папина помощница, нарядные девушки, названные по имени...

Ярко, привлекательно... Думается, такой конкурс очень хорошо помогает разнообразить оформление, но что более важно — согревает читателя добрыми эмоциями, роднит его с газетой.

Как ещё может проявляться семейно-ориентированность? На полосе, посвящённой домашним питомцам, на снимках не только «братья меньшие», но и их хозяева *(Илл. 5)*. И те и другие довольны друг другом, и это ощущение благодати передаётся читателю.

Но можно ли обойтись в «семейной» тематике без портретов? Подобный опыт у **«Краснозёрской нови»** есть — полоса, посвящённая одиноким матерям. «Мне очень не нравится словосочетание "мать-одиночка", ведь если у вас есть ребёнок, то вы уже не одиноки в этом мире», — пишет автор, и постепенно чёрный силуэт матери «с ребёнком на руках» теряет свою печальную символику: воспитывать одной, наполнять жизнь малыша яркими красками вполне возможно, «хотя самой тебе она порой кажется чёрно-белой» *(Илл. 6)*.

А если подойти к «семейной» теме с другой стороны? Например, с порядка парковки машин около больницы *(Илл. 7)*. Разве должно встречать больных и их родственников загороженными тротуарами учреждение здравоохранения?

А вот иной поворот семейной темы: исследование журналистами «массового» продукта — колбасы местных производителей — под рубрикой «Проект «КН» «Поглядим, что едим» *(Илл. 8)*. Впрочем, тема здорового питания на страницах **«Краснозёрской нови»** постоянна: в прошлом году газета была отмечена за упомянутый проект дипломом конкурса СМИ на фестивале «Вся Россия-2018».

Сочетается ли «семейная» тема с неизбежным в наших газетах официозом? Да, порой, как в рассматриваемой газете, удачно: губернатор награждает отцов, воспитавших в неполных семьях трёх и более детей.

Муниципальная газета **«Рабочая правда»** (Свердловская обл.) выходит в Полевском, небольшом городе с населением чуть больше 60 тысяч человек. Но при этом для самой газеты уменьшительные определения неуместны. **«Рабочая правда»** по всем параметрам настоящее, «большое» средство массовой информации: свой оформительский стиль, соответствующая статусу тематика. И близость её читателю наглядна: например, в гостях у редакции побывали четыре пары первоклассников-двойняшек *(Илл. 9, 10)*... А вот ещё одна первая полоса с очень неожиданной, на наш взгляд, темой: это проект **«Рабочей правды»** под названием «Хочу новый образ!» *(Илл. 11)*. Мы видим просто разительные перемены во внешности 80-летней полевчанки! Эта история достойна первой полосы.

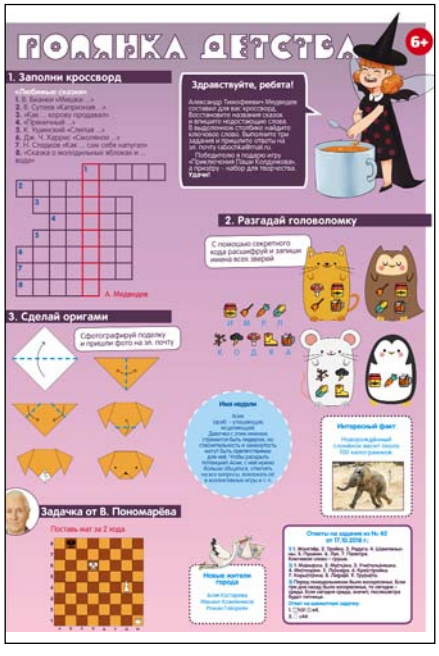
Но редакция ориентируется не только на старших своих читателей-земляков (о чём говорит название того же проекта «Хочу новый образ!»), но и на самых маленьких полевчан — будущих читателей. В каждом номере **«Рабочей правды»** есть своя «Полянка детства» *(Илл. 12, 13)*. Персонажи этих полянок неизменно оригинальны и симпатичны, а общий стиль подачи детской тематики свидетельствует о хорошо продуманном, по-родительски добром, внимательном подходе. Семейная тема находит на страницах газеты самое разное воплощение.

На одном из предприятий города прошёл конкурс на лучший десерт из яблок *(Илл. 14)*, а лучшие торты затем были проданы на благотворительном аукционе. Средства переданы на лечение

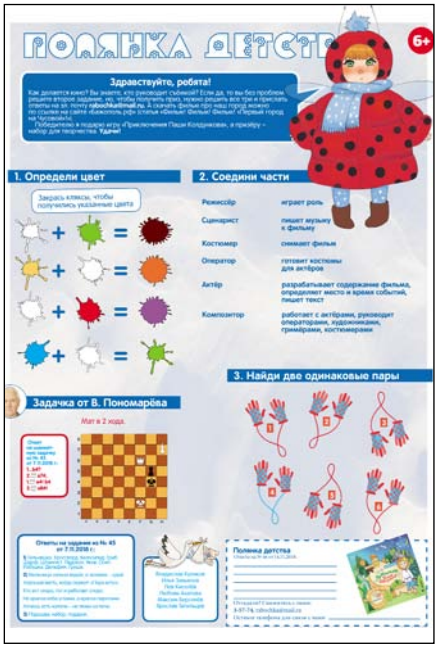
Илл. 9

Илл. 10

Илл. 11



Илл. 12



Илл. 13

Илл. 14

больной девочки, в судьбе которой, как сообщил корреспондент, редакция принимает участие.
Не новый, конечно, сюжет: в практике многих редакций организация сбора средств для нуждающихся детей и взрослых, но с точки зрения подачи материала публикация **«Рабочей правды»** очень выигрышна: хорошие большие фотографии, названо много имён, тема продолжена и на сайте газеты.

Как оформление заостряет проблемы

Социально ориентированными можно, конечно, быть и без подробностей чьей-то семейной, личной жизни (вспомним газету **«Авангард»**). Многое, как видится (в буквальном смысле) решают формы подачи материала. **«Учалинская газета»** (Республика Башкортостан) публикует материал о труднодоступном для горожан многофункциональном центре госуслуг: начинает тему на первой странице большой фотографией и продолжает её на 3-й полосе.
Достоинство публикации в первую очередь в конкретике — начиная с крупно изображённой очереди, где видны лица земляков, и заканчивая подробными комментариями причастных к проблеме чиновников и впечатлениями самого корреспондента *(Илл. 15)*.
Безусловно, многих читателей касается проблема дороговизны школьного питания, плохая организация автобусного движения *(Илл. 16)*...
И главное достоинство этих материалов — это тексты с анализом ситуаций, но существенна и форма: привлекательные снимки, подзаголовки второго уровня, информационные врезы — разнообразие навигационных элементов помогает графически акцентировать социально значимые публикации.

У газеты **«Северянка»** (Ярославская обл.) замечательный девиз — «Все мы разные, и вместе лучше». Он хорошо развивает, дополняет нашу тему жизни семей, сотрудничества различных городских (сельских) общностей. Наша неодинаковость не делает нас заведомо чуждыми другим людям; если предпринять определённые усилия, наша непохожесть станет нашим достоинством. Доказывать эту истину на конкретных примерах — задача для каждого номера **«Северянки»**. Первое, на что обращаешь внимание, листая газету, — это обилие разнообразных портретов: женщины и мужчины, пожилые и совсем молодые, весёлые и задумчивые, увлечённо работающие и праздно позирующие...
Возникает панорама большого числа самых разных людей, вовлечённых в общие проблемы, совместные дела. Вот, например, история про то, как «бензин залез в карман» *(Илл. 17)* и, что важно в данном случае, вполне конкретный карман 80-летнего земляка, предпочитающего родной мотоцикл «Урал» всем остальным видам транспорта...
Под рубрикой «Народные новости» читаем эпизоды из жизни читательницы Масловой *(Илл. 18)*. Они снабжены портретом автора и небольшими заставочными рисунками. Здесь же на полосе снимки других участников проекта редакции «Народные новости».
Характерная особенность дизайна **«Северянки»** — увеличенные колонтитулы, в которые редакция помещает различные материалы — новости, анонсы, цитаты, даты, значимые цифры... Подобный надполосный элемент позволяет оформителям лучше планировать страницы, эффектнее подавать значимые темы.
Однако коллеги не остановились на этом этапе моделирования полос, и в разделе ТВ-программы пошли дальше: в дополнение к «чердачным» там созданы подвальные конструкции, и в них ставятся цепочки фотографий *(Илл. 19)*. Размещаются тут снимки самого разного содержания, но почти всегда это привлекательные, живые портреты «рядовых» жителей, украшающие газету.

Стиль и образ

Населяя свои страницы различными персонажами, издания-конкурсанты порождают своеобразную культуру коммуникации в рамках того населённого пункта, где живут их читатели, подписчики. На страницах газеты возникает своеобразная карта местности, которая помогает людям ориентироваться в окружающей действительности, жить, решать проблемы, находить единомышленников и друзей...

Такой вот «Инцидент»!
За семью замками архива?
Общественно-политическое издание
Учалинская газета
Пятница, 2 ноября 2018
№80 (11718)
Вместе сделаем мир лучше!
Стоять, не выстоять...
Чтобы попасть в многофункциональный центр для решения насущных вопросов, учалинцы вынуждены занимать очередь с раннего утра.
Время собирать камни
Переходят дорогу так же, как...

Илл. 15

Предоставляется общежитие
Обланошили старика
Общественно-политическое издание
Учалинская газета
Пятница, 12 октября 2018
№80 (11712)
Вместе сделаем мир лучше!
В последний автобус...
Взаимодействие должно быть налажено. В частности, если рейс срывается, информация об этом должна оперативно доводиться до населения.
От стресса уйти
Золото из города Елозо

Илл. 16

Северянка
все мы разные, и вместе - лучше
Бензин залез в карман
«СОТЬ» ЖДЕТ ПЕРЕМЕН
ЮБИЛЕЙНАЯ ГРАФИКА
Секрет успеха Надежды
Я трезвый, мама
Вкусный лес

Илл. 17

Но мало просто обозначить пути взаимопомощи и источники добра, необходимо в каждом номере подтверждать их деятельное существование. Многие газеты — участники конкурса стремятся быть предельно адресными, лично-, семейно-ориентированными, понимая это как условие успеха в глазах читателей. Играет ли в этом какую-то роль дизайн, графическое моделирование? Самую непосредственную: выбирая тот или иной оформительский стиль, мы соотносим его с содержательными приоритетами и в каждом номере воспроизводим образ своей газеты на новом, зримо конкретном уровне.

&

Северянка
ВСЕ МЫ РАЗНЫЕ, И ВМЕСТЕ - ЛУЧШЕ
СПЕЦПРОЕКТ
НАРОДНЫЕ НОВОСТИ
ЧЕТЫРЕ КАРТИНКИ из моей жизни
точка зрения
комментарии
Вышли за рамки положения
Документы не секретные
Вы - лучшие

Илл. 18

ВСЕ МЫ РАЗНЫЕ, И ВМЕСТЕ - ЛУЧШЕ
Северянка
13 ИЮНЯ, СРЕДА
ПРОГРАММА

Илл. 19