

ПРОСТЫЕ ИСТОРИИ

2021 год был для нашего издания во многом похож на предыдущий. С существенной поправкой — ограничения, вызванные борьбой с распространением коронавирусной инфекции, воспринимались уже как привычные обстоятельства. Процесс работы в таких условиях был налажен ещё в 2020 году, и в 2021-м никаких сбоев в нём не было

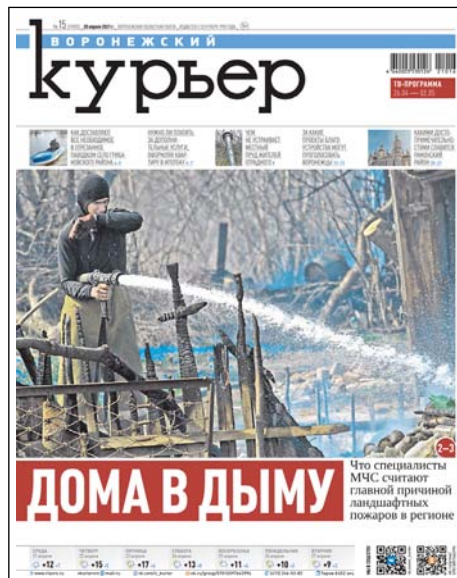


Борис Подгайный, главный редактор газеты «Воронежский курьер»

Безусловно, материалов о мерах, предпринимаемых в области в связи с пандемией COVID-19, об изменениях, вызванных очередной «волной», было немало. В общем-то можно сказать, что во всех публикациях на экономические и социальные темы «ковидные» реалии неизбежно учитывались. Как областное издание, в постоянных рубриках **«Ракурс»** и

«Перспектива» мы регулярно публикуем материалы об инициативах областного правительства, о реализации на территории области национальных проектов и федеральных программ, их влиянии на жизнь воронежцев. В минувшем году упрочилось сотрудничество с профильными департаментами областного правительства для подготовки таких материалов. В таком сотрудничестве были опубликованы статьи о новациях в сферах

здравоохранения, социальной защиты, образования, культуры, труда и занятости, предпринимательства и торговли, ЖКХ и энергетики, природных ресурсов и экологии. Радовало, когда рассказать о тех или иных новшествах и преобразованиях получалось с точки зрения конкретного человека, на примере его истории. Нам было важно наглядно показать, как та



или иная инициатива меняет его жизнь, чем помогает ему. С октября в нашей газете начались публикации спецпроекта «Вектор развития». В нём рассказывается, какие социально значимые изменения происхо-

дят в конкретных районах области. Надо подчеркнуть, что готовят эти материалы для публикации в областной газете непосредственно сотрудники районных газет, входящих (как и «Воронежский курьер») в медиа-

холдинг «РИА "Воронеж"». В 2022 году этот спецпроект продолжается. Совместно с областным Департаментом физической культуры и спорта мы начали в прошлом году работать над спецпроектом «Спортивный





регион». В нём речь идёт о развитии спорта и физической культуры в районах области. В 2021 году было опубликовано 17 материалов этого спецпроекта, в этом году он продолжается.

А вот проект «Заброшенные хутора» в прошлом году мы завершили. Просто потому, что этот популярный у читателей многолетний спецпроект «ВК» подошёл к логическому завершению. Вместо него с января 2022 года у нас появился проект «Сельские жители», сохранивший традиции «Хуторов» — рассказывать о внешне, казалось бы, не слишком примечательных, но, оказывается, потрясающе интересных подробностях жизни так называемых «обычных» людей. У нового проекта, как понятно уже по его названию, больше потенциальных возможностей, адресов и, конечно, героев.

Вообще, считаю, что без простых историй о том, как и чем живёт сейчас человек, газета — районная, городская, областная — немислима и не представляема. Задача журналиста — сделать эти истории интересными,

увлекательными, а стало быть, востребованными. Такие истории предполагает и ещё один проект, появившийся у нас в 2021 году — «Человек и его профессия». Точнее сказать, возобновлённый: рубрика с тем же названием была в «Курьере» ещё в 1990-х. И не только, конечно, в нашей газете. Никаких «велосипедов» мы тут не изобретаем, просто едем в гости к врачу, учителю, маляру, штукатуру, дворнику и разговариваем с ним по душам, попутно интересуясь нюансами его ремесла. Если с выбором героя не ошиблись, материал получается неплохим.

В ещё одном спецпроекте — «Время отдыхать» — наша газета стала в 2021 году рассказывать о туристических достопримечательностях того или иного района области. Если иметь в виду, что тема развития внут-





ренного туризма сейчас весьма популярна, вполне ко времени и этот проект пришёлся. Продолжаем его и в этом году. Тут задача журналиста более прикладная — рассказать о том, что интересного для туриста есть в районе. Но ключевое слово — «интересное»: материал должен привлекать внимание читателя, быть ему полезным.

Подчеркну, что проекты «Спортивный регион», «Время отдохнуть», да, по возможности, и другие способствуют повышению тиража нашего издания, как в розницу, так и по подписке.

Увы, средние тиражи газет по всей России год от года уменьшаются. У нас тоже есть снижение, но не критичное — 5–6 процентов в год. Отчасти благодаря материалам, которые приносят нам дополнительный ти-

раж. Но прежде всего — благодаря системе альтернативной подписки, которую «РИА "Воронеж"» и его филиалы на местах развивают уже не первый год. Эта система включает, в том числе, и пакетное, льготное

предложение — одновременную подписку на «Воронежский курьер» и районную газету, входящую в холдинг «РИА "Воронеж"». Задачу привлечь внимание читателя решают и дизайнеры нашего издания. Пословица «встречают по одежке — провожают по уму» тут уместна на все 100 процентов. О принципах дизайна «Воронежского курьера» на страницах журнала «Журналистика и медиарынок» рассказывалось неоднократно. Добавлю, что работа по усовершенствованию дизайна у нас ведётся постоянно. Это такое дело, в котором никак нельзя останавливаться в развитии, заикливаться на достигнутом. Как, впрочем, и в любом аспекте газетного дела.

&

