ВЫЙТИ ИЗ МАТРИЦЫ

Сергей Мешавкин, директор Медиагруппы «Феномер», эксперт конкурса «10 лучших газет России 2023»

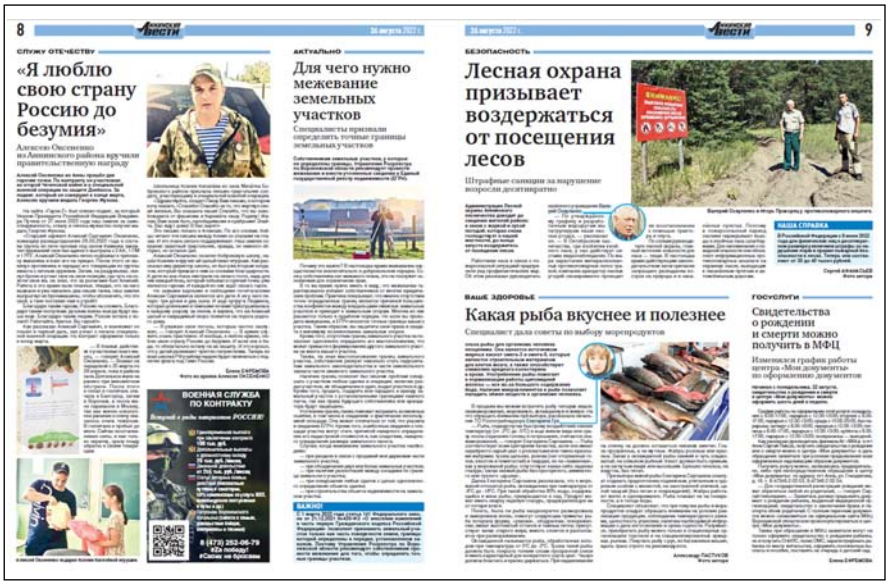
Матрица — пожалуй, наиболее точное слово, которое может показать содержание нашей прессы. И не только региональной. Искусственные новости, как саркома, заполонили все газетные клетки. И в текстах, и в иллюстрациях. Удобно назвать это данностью времени. Но, скорее всего, это просто результат упрощения работы

«Что не так?» — этот вопрос крутился у меня в голове, когда рассматривал конкурсные работы.

Вроде все на месте. Тексты как тексты. Фото, как фото. Но такое впечатление, словно побывал в Зазеркалье.
Ответ нашелся. Простой. Мы, газетчики, сами вывели новую породу новостей. Ту, которая не заставляет ломать голову, зато дает возможность приходить на работу в 9:00, и уходить в 18:00 с перерывами на обед, чай и перекуры.
Основное содержание многих изданий — события, которые сами «приходят» в редакцию. Заседания депутатов и чиновников, собрания общественников, концерты, награды, красные ленточки, профессиональные праздники, юбилеи...
Отсюда и соответствующее оформление — фото «на расстрел», постановочные портреты и «затычки» (из фотобанков или вовсе украденные из интернета). Репортажная съемка практически исчезла, как класс. Не потому, что содержать фотографов стало дорого. Сделать хорошую событийную съемку можно и телефоном. Дело в другом — у искусственных тем и фото всегда будет искусственным. Тем самым — «расстрельным».
Чего проще — пойти на заседание важных дядек в похоронных костюмах и написать, кто что предложил и что в конце концов постановили.
Налицо подмена понятий. Темы обсуждаемых проблем и успехов подменяются текстом о говорильне. Если же делать материал по-журналистски, используя это же заседание как информационный повод, то это же совсем другая работа.
Проработать тему обсуждения, найти другие источники, героев публикации, которые «завязаны» на этой теме... И съемка тогда будет уже другая — которая покажет суть обсуждаемых проблем, а не дядек. Точно такая же история и с торжествами, праздниками и юбилеями, где материалы о состоянии дел подменяются подстрочником праздника.
Пожалуй, это ключевая проблема, которая превращает нашу работу в день сурка.

Но, разумеется, нет правил без исключений. Качественных, настоящих журналистских. Вот они.

Вот она — настоящая данность времени. Информативность подачи публикаций. Сегодняшний читатель — уже не тот, что читал газету в восьмидесятые от корки до корки. Совершенно другое время, совершенно другие условия конкуренции.
Принцип «ешь, что дают», уже не работает. Наш читатель те-



«Я люблю свою страну Россию до безумия»

Для чего нужно межевание земельных участков

Лесная охрана призывает воздержаться от посещения лесов

Какая рыба вкуснее и полезнее

Свидетельства о рождении и смерти можно получить в МФЦ

точки кипения

БеЗценная капуста

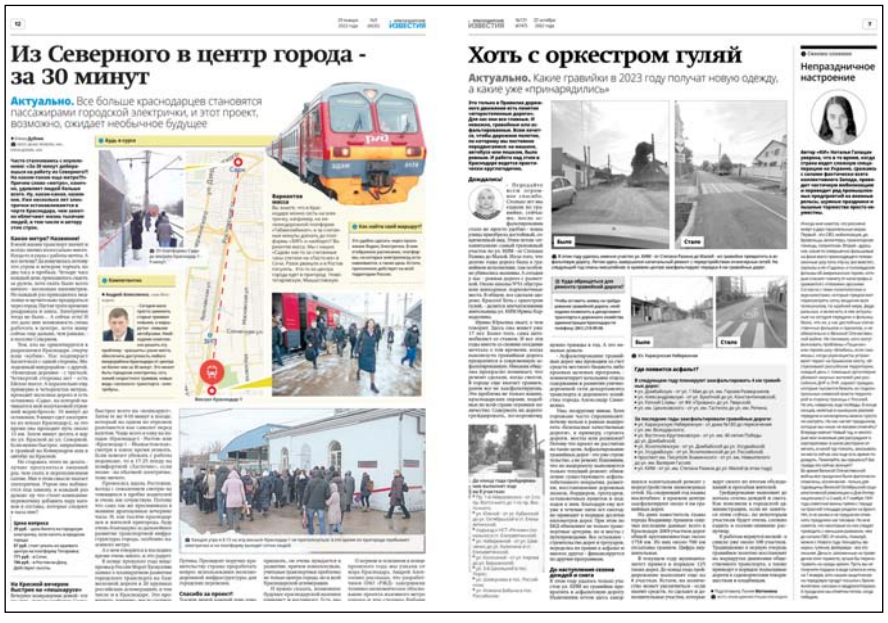
Не пройти, не проехать. Жители просят светофор на перекресток

Опасный поворот

народная приемная

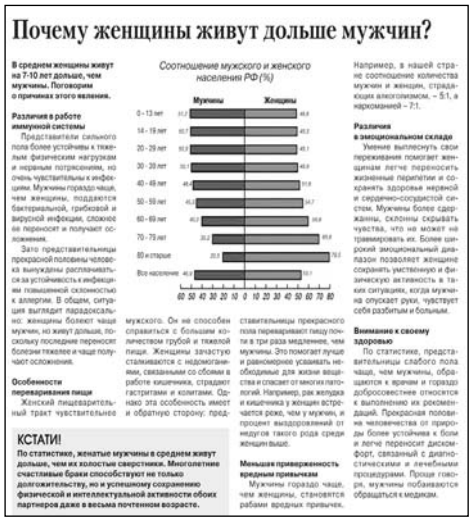
перь не читает, а листает газету.
И если вы не зацепили его внимание при пролистывании, то вполне вероятно, что он не прочтет ни одного текста, кроме объявлений.
Листая, он считывает главные «точки входа» — заголовки (заголовочные комплексы) и иллюстрации. Именно к ним у вас должно быть повышенное внимание, если хотите, чтобы читатель остановился и начал чтение.
Ни один клишированный пустой заголовок или расстрельная фотография (если, конечно, на ней не его родственник или приятель) не привлекут читателя к текстам.
И заголовки, и иллюстрации должны быть информативными — четко показывать тему. А значит — заголовок должен максимально емко, но при этом и максимально информативно объяснять, о чем именно у вас материал.
Такая же история и с фото. Читатель в любом случае увидит ваши фотографии на полосах.
И очевидно захочет понять, что и кто именно на снимке, и главное — в чем суть этого снимка. То есть как он связан с темой публикации.
А если у вас фотографии не содержат информативных подписей или подписаны в стиле «Петров И.И. вручает Иванову П.П. грамоту», то это никак не удовлетворит элементарное любопытство читателя.

Именно информативностью подачи сразу привлекают внимание полосы **«Аннинских вестей»** (Воронежская область) и **«Голоса правды»** (Краснодарский край).
Открываешь любую страницу, и за две-три секунды понимаешь — о чем именно все материалы полосы. Это чрезвычайно важный и удобный сервис для читателя. Если хотя бы одна из этих тем заинтересует его, он «зацепится» и будет читать. Если ни одна тема не касается его интересов, полоса все равно не пропадет даром.
Потому что, благодаря информативности заголовков и фото,



Из Северного в центр города - за 30 минут

Хоть с оркестром гуляй

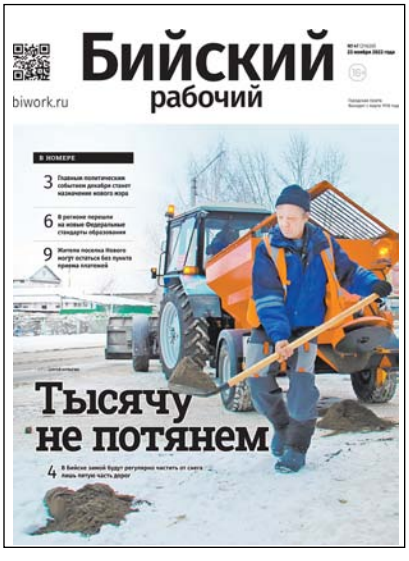


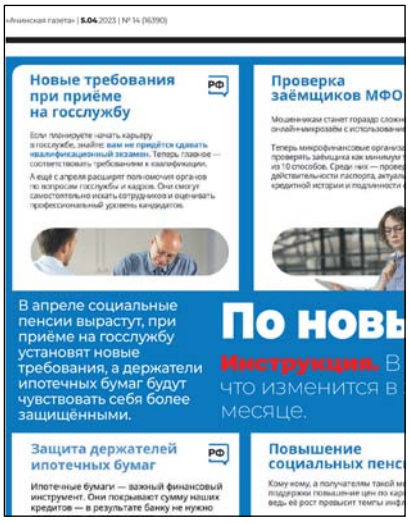
Почему женщины живут дольше мужчин?

читатель запомнит новостную повестку, что вы ему предлагали. И если когда-нибудь он столкнется в своей жизни с темой из этой повестки, он будет знать, где ему искать ответы.

Невозможно делать комфортную для чтения гезету без ясной структуры графической модели. Это закладывается точным расчетом модульной сетки и системы текстово-заголовочных стилей. По сути это — скелет, который ни при каких обстоятельствах не может быть нарушен. Потому что читатель зрительно привыкает к вашей структуре. И как только вы ее нарушаете, вы доставляете ему ощутимый дискомфорт при чтении.

Именно ясная и четкая структура может позволить вам нивелировать даже отсутствие эффектного оформления. И это показывает пример многих редакций, которые, понимая современную важность изменений в графической модели, в первую очередь рассчитывают именно скелет. Как, например, **«Краснодарские известия»**. Открываешь газету, и сразу, не видя ни модульной сетки, ни кеглей стилей, понимаешь закономерности построения полос и материалов. Читать очень легко и комфортно. А если редакция еще при этом не просто дает тексты «кирпичами», а разделяет их на логические составные части — основной фокус, тематические и справоч-





ные врезы (разгружая основной текст), то даже полосные публикации в виде пусть и небольших информационных пакетов читаются без утомления.

Всегда на общем фоне выделяются необычные приемы подачи тех или иных полос. Например, обложки **«Бийского рабочего»** (Алтайский край) не спутаешь с первыми полосами других изданий.

Но... Если у вас приличная часть тиража продается по подписке, даже не пробуйте повторять этот опыт. Ваш читатель авансом уже по сути купил газету на полгода вперед. Какой смысл тогда в привлечении внимания к обложке? Подписчик только расстроится из-за того, что из-за плакатной обложки он остался без части возможно нужной ему информации.

Кстати... Раз уж речь зашла об обложках. Есть очень эффектный прием привлечения внимания к первой полосе в розничной выкладке — использовать «средник» (левое пустое поле рядом со сгибом) для центрального снимка.

Как раз так делает редакция газеты **«Верхнехавские рубежи»** (Воронежская область). Многие типографии позволяют запечатывать это место. Так почему бы не использовать эту возможность? Таким образом газета выгодно бросается в глаза в рознице.

Увы, до сих пор редкий вид иллюстраций в газетах — инфографика и текстографика. Понятное дело, что хочется сразу «замахнутся на Уильяма на-

шего Шекспира» — сделать какую-то невообразимую большую инфографику. Но это — время, время, еще раз время, скрупулезные расчеты и редактирование данных.
Мало кто может позволить себе все эти условия. Так почему бы не начать с малого — с простых чарт-графиков? Когда в материале речь идет о сравнении данных, их динамике, о хронологии — это повод сделать простой график.
Он точно намного эффективнее и показательнее даст читателю информацию, чем текст. Конечно, это большей частью зависит даже не от верстальщиков, а от авторов, которые должны еще на стадии подготовки текста дать верстальщику задание сделать инфографику к материалу.

И, конечно же, дать данные к графику. Инфографика у вас появится только в одном случае — если вы ее будете планировать, а не просить верстальщика в день сдачи «что-то быстро наваять».

Уже поэтому здорово видеть в газетах примеры инфографики, как у **«Аннинских вестей»** (Воронежская область), **«Власть труда»** (Красноярский край) и текстографики, как у **«Ачинской газеты»** (Красноярский край).

Обратите внимание на проект редакции газеты **«Диалог»** из Полевского Свердловской области — обзор цен на товары первой необходимости во время санкций. Такую тему дать текстом — «дохлый» номер. Спасает самая простая инфографика.

16 БЫЛОЕ 26 тонн весит бухта б бетонной стены на въезде в город К 1988 году в Бийске стали популярны игры и нардистики 17

Биатлон, буквы «Бийск» и первые ЭВМ

В конце 80-х в Бийске начались трудности с продуктами питания и проктоварами, появились и знаменитые очереди в магазинах

Да, это не привычная событийная журналистика. Но тем не менее практически всегда выигрышная тематика — экскурсы в историю малой Родины. Особенно здорово заходят темы про историю 40—50-летней давности. Причина проста — это время детства и юности основной аудитории бумажных газет. Редкая возможность для них окунуться в счастливое время.
И в этих публикациях, конечно, очень важную роль играют

ПЯТНИЦА, 28 октября 2022 г. БОРИСОГЛЕБСКИЙ ВЕСТНИК 12 ВРЕМЕННЫЕ ПАРАЛЛЕЛИ 13

На уборку урожая — с песнями

Жители округа рассказали о своих поездках на уборку овощей в колхозы

Власть Труда

ПЕРСПЕКТИВА
ПАМЯТЬ МЕСТА
Какой может стать территория воронежского хлебозавода № 1

именно фотоиллюстрации, как иллюминатор в машине времени.

А вот оригинальный способ оформления юбилейного номера. Минусинская газета **«Власть труда»** на свое 100-летие вышла вот с такой обложкой. Это репринт первого номера издания.

Самый простой пример того, как редакция должна оформлять материалы, где нет фотоиллюстраций, показывает та же минусинская «Власть труда».

Когда у вас нет фотоиллюстраций, первое, что должно прийти в голову — сделать инфографику. Потому что в журналистике есть только два жанра доказательных иллюстраций — фото и инфографика. А доказательность — это непременный критерий иллюстрации в журналистике.

Материал про мошенничество в интернете? Инфографика по суммам краж или возрастам жертв.
Можно использовать федеральные данные, они так или иначе будут соответствовать данным в вашем регионе. Если данные даст местный отдел полиции — еще лучше.
Материал про насилие в семье? Аналогичный алгоритм решения. Но ни в коем случае не эффектная «затычка» из фотобан-

В ЗОНЕ ОСОБОГО ВНИМАНИЯ
«Когда драка неизбежна, надо бить первым»
Съездили - проверили: карталинцы одеты-обуты, ни в чем не нуждаются
Вее, что вы хотели знать о частичной мобилизации

ТУРПОТОК «ПРОЛИЛСЯ» НА ЛИПЕЦКУЮ ЗЕМЛЮ

Как изменилась жизнь в Задонске за 2022 год

203,3 миллиона рублей поступило в городскую казну за 2022 год

ка. Фотобанк — только для прикладных тем — как собрать ребенка в лагерь, как выбрать арбуз, как пожарить шашлыки и т.д.

Если у вас выходит объемный текст, позаботьтесь, чтобы его прочитал читатель. Если, конечно же, вы не писали только для того, чтобы написать. Самый эффективный вариант изменений в этом случае — вычленить из материала куски, которые не повредят логике изложения текста, и подать их рядом в виде справочных или тематических врезов.

Позаботьтесь, чтобы у вас была не только ключевая иллюстрация, но и группа фото второго, а возможно и третьего планов. Если необходимо — сделайте инфографику. Одно дело читать условно 10 тысяч знаков единой «кишкой», и совсем другое — прочесть тот же самый объем отдельными блоками.

Перед вами как раз такие примеры — от редакций газет **«Воронежский курьер»** (Воронеж), **«Карталинская новь»** (Челябинская область) **и «Липецкая газета»** (Липецк).
Собственно, «порог» превращения материала в информационный пакет, думаю, должен быть в пределах объема в 3 000—3 500 знаков. Такие уж правила диктует наше время.

Ну, и в качестве «вишенки» — «страшный сон» любой муниципальной редакции.
Отчет главы. Дальше можно не продолжать. В редакцию, как правило, сваливают талмуд отчета с множеством цифр — и что с этим делать, казалось бы, непонятно.
Инфографика не всегда тут уместна, потому что в отчете обычно нет сравнения результатов или динамики, цифры просто выдернуты из отчетов ведомств. Поэтому и выкладываются эти отчеты кладбищами серых букв. Что точно всегда можно сделать с такими текстами — разбить его на тематические главки и упорядочить их на полосе или развороте.

А в качестве иллюстраций использовать снимки, которые будут доказывать тезисы руководителя. Именно по такому алгоритму выстроила отчет своего главы редакция газеты **«Задонская правда»** (Липецкая область).

&