

КРАСИВО И РОВНО

В начале 2020 года мы решили, что нужно опять что-то поменять в газете, а именно — привести в порядок графическую модель. Прошло уже три года с момента прошлого редизайна, закладываемые тогда принципы морально устарели, да и потерялись под гнётом еженедельной рутины, настала пора обновления

УДОБНАЯ СЕТКА

Нужна была вариативность. Нам нравилась наша задумка, что имеется свободная колонка — «радикал», который мы можем использовать под разные нужды (подписи к фото, оформление врезок и т.д.).

Он у нас и раньше был, но немного не вписывался в сетку.

Нужно было это изменить. Для этого требовалось нечётное количество колонок.

Решено было привести всё в порядок, чтобы средники между колонками совпадали по ширине с ячейками, тогда проще и быстрее верстать. Модульная сетка раньше была разбита чисто механически и не совпадала с сеткой документа, что заставляло чуть больше времени тратить на выравнивание элементов на полосе.

Да, упущение большое, но заниматься этим попросту было некогда и некому. Верстальщик наш — самоучка, работает всего два дня в неделю (сказывается дефицит кадров). Передавать собственные знания и навыки мне было некогда. Весь этот бардак больно ранил меня в моё редакторское сердце, но пришлось откладывать наведение

порядка по разным причинам. Поэтому в новой графической модели мы решили всё делать ровно и красиво — рассчитали сетку таким образом, чтобы она совпадала с сеткой документа в программе вёрстки.

Параметры страницы — 289x400 мм. По вертикали рассчитать ячейки несложно — всего лишь придерживаться правила равенности интерлиньяжа текста и высоты ячейки сетки. Интерлиньяж нашего основного текста — 10 пт, то есть высота строки и ячейки одинакова, в мм — 3,528.

По горизонтали чуть сложнее. Как я уже сказала выше, нам требовалось нечётное количество колонок — 11 (илл. 1). Берём листочек с ручкой и калькулятор, садимся считать.

На ширину каждой из этих колонок мы заложили по 5 ячеек, $5 \times 11 = 55$ ячеек. К этому добавляем 10 ячеек на межколонники и по 3 ячейки на боковые поля. Итого, ширина полосы — 71 ячейка.

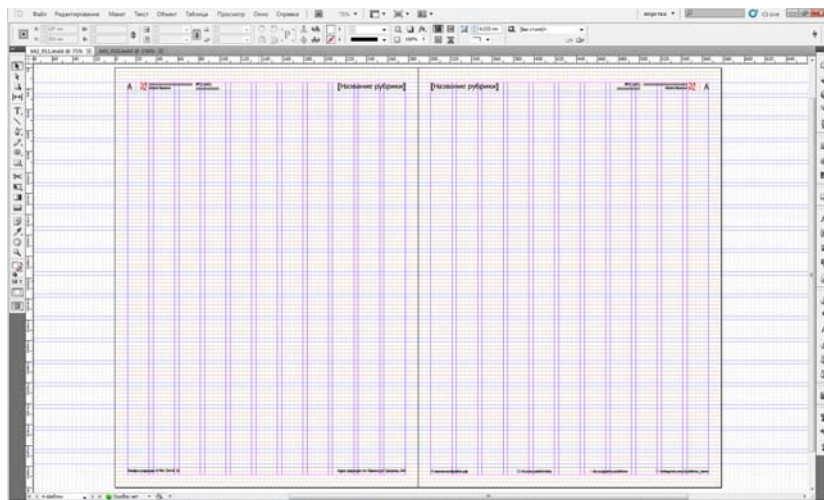
Теперь нужно определить ширину каждой. Для этого ширину полосы делим на количество клеток: $289 / 71 = 4,07$ мм. Именно с такими параметрами и уста-



Дарья Кустова — главный редактор «Газеты Яшкино», Кемеровская область

навливаем вертикальные линии сетки.

Дальше нужно установить боковые поля. Исходя из расчёта выше, их ширина получается 12,21 мм (3x4,07). Верхнее поле у нас равно четырём строкам по высоте, то есть 40 пунктов (14,112 мм). Нижнее поле сделали высотой чуть больше трёх строк — 12,192 мм, чтобы ниж-

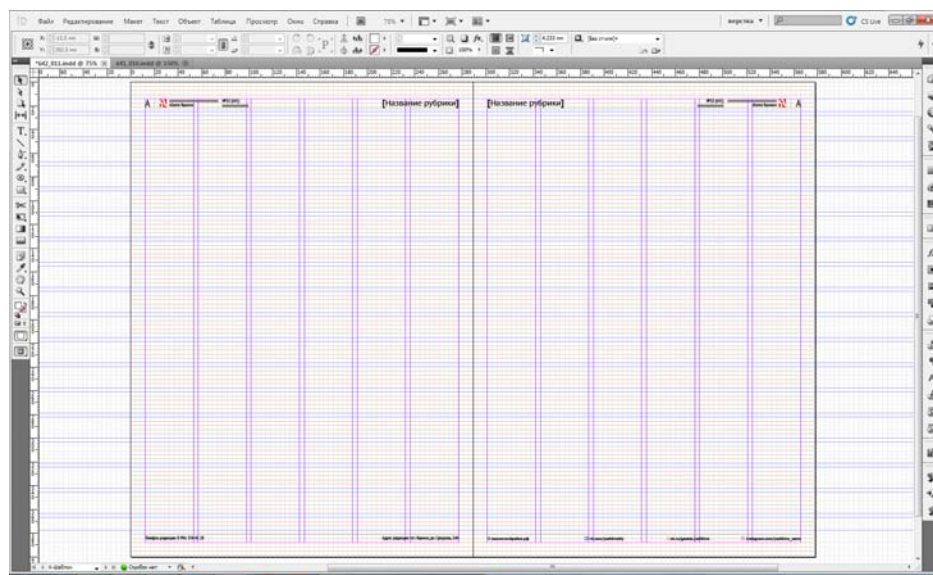


Илл. 1



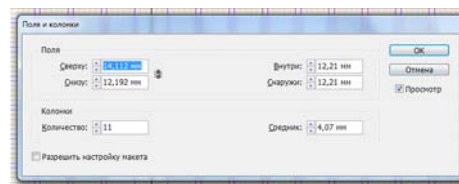
Илл. 5

ние выносные элементы не выходили за границу вёрстки. Таким образом, мы получили печатную площадь, не выходящую за рамки требований нашей типографии (по их требованиям все поля должны быть не менее 10 мм). Количество колонок — 11, средник — 4,07 мм (илл. 2). Путём некоторых подсчётов определили, что с одиннадцатиколонником идеально синхронизируется шестиколонник (илл. 3). После всех расчётов модульная сетка совпала с сеткой документа, и нам стало лег-



Илл. 3

ко и удобно верстать. Колонтитул и колонцифру поместили вверху полосы, высотой в три строки. Там же разместили основную рубрику полосы. Ещё одну строку под колонтитулом добавили, чтобы отделить его от основного поля вёрстки. Высота поля вёрстки составила 102 строки. (Позже, в сентябре, ещё две нижние строки мы отдали под нижний колонтитул на каждом развороте, в котором разместили телефон и адрес редакции, а также адреса сайта и страниц в соцсетях.)



Илл. 2

Было
Газета ЯШКИНО
Еженедельное информационное издание

Стало
Еженедельное информационное издание
Газета ЯШКИНО

Илл. 4

От старого макета вёрстки сохранили вариант, при котором основные материалы на полосе отделяются от второстепенных (размещаемых в боковой колонке) тремя ячейками. Оставили в постоянном использовании также мини-рубрики на полосах, принятые в прошлой графической модели.

ЛОГОТИП ПОСТРОЖЕ

Изменили логотип газеты. Сделали его комбинированным и более строгим. Название выполнили в чёрном цвете (раньше

наш лого был текстовым, двух цветов — красного и светло-красного), добавили графический элемент: белую букву «Я» на красном фоне (илл. 4). Графический элемент мы используем в колоннитулах (в цветном и чёрно-белом вариантах), ставим в конце авторских текстов, в качестве эмблемы на фотографиях, которые размещаем в интернете.

С темами первой полосы и её дизайном долго не могли определиться. Несколько месяцев экспериментировали, размещая то коллажи, то гвоздь номера с окончанием на других страницах. Одним из вариантов было размещение части основного материала и колонки с новостями. Затем размещали гвоздевое фото с заголовком на нём, в «подвал» ставили несколько новостных заметок. Все макеты меня как редактора не устраивали. Окончательно с дизайном первой полосы определились в конце ноября (илл. 5).

Последний ноябрьский номер вышел с новой обложкой. Основным элементом сделали фотографию основного материала номера с заголовком и указанием страниц, на которых размещён материал. В правой части полосы выделили место под колонку редактора. Нижнюю часть полосы (под фотографией) отдали под три короткие новости (600 знаков + заголовок). В левом углу на такой же площади, как и новости, разместили рекламу приложения «Новости Яшкино» со ссылкой в виде qr-кода (позже сменили на рекламу профиля в Инстаграм). По-

лучилось четыре равных элемента. Внизу первой полосы размещён прогноз погоды на неделю. Верхнюю часть (над логотипом) занимают анонсы: их у нас три, в текстовом виде, к третьему анонсу добавляем фото или иллюстрацию.

СТИЛИ

Шрифтовую пару используем бесплатную от Paratype, гарнитуры PT Sans и PT Serif, их мы выбрали ещё в 2017 году. Заголовочный комплекс у нас простой. Есть заголовки трёх уровней для основных материалов (PT Sans, жирное начертание, кегль для первого уровня — 50 пт, для второго — 38 пт, для третьего — 24 пт).

Отдельные стили для заголовков новостей на первой полосе (PT Serif, нормальное начертание, 18 пт), первополосной колонки редактора (PT Serif, жирный, 22 пт), подзаголовков (PT Sans, нормальное начертание, кегль 18 пт). В крупных публикациях мы также используем подзаголовки, чтобы разбивать текст для удобства чтения (PT Sans, жирный, кегль 12 пт).

Основной текст набираем гарнитурой PT Serif, кегль 9 пт, интерлиньяж 10 пт. Для оформления врезок используем гарнитуру PT Sans, 12 пт, главную мысль выделяя жирным капсом. Лиды оформляем гарнитурой PT Sans, 9 пт, с нормальным начертанием. Для крупных авторских текстов в первой строке лида указываем автора публикации, выделяя жирным и отделяя от текста лида вертикальной чертой.

В более мелких публикациях, текстах, подготовленных сотрудниками редакции на основе пресс-релизов, и присланных внештатными авторами статей обозначаем в конце публикации отдельным стилем (гарнитурой PT Sans, 9 пт, жирный, выключка вправо). Подписи к фотографиям и qr-кодам также оформляем гарнитурой PT Sans, нормальное начертание, кеглем высотой 7 пт. Отдельными стилями оформляются телепрограмма, объявления, вакансии, новости первой полосы, анонсы и другие разделы, своё оформление для детской страницы. Главной целью всех изменений, конечно, было сделать так, чтобы нам было удобно верстать, а аудитории — читать. Поэтому придерживались принципа «каждой теме — своя полоса». Например, на 16-й полосе у нас всегда (за редким исключением) размещается «Литературная гостиная», центральный разворот отдан под спецпроекты, другие цветные полосы — под основные материалы и т.д. Совершенству предела нет, поэтому и в 2021 году мы тоже внесли некоторые изменения в графическую модель. За прошедшие годы мы, как и планировали, создали руководство для верстальщика (весьма полезный в работе инструмент), в котором прописаны все существующие у нас на сегодняшний день стили и варианты вёрстки. В этот документ тоже вносятся дополнения и изменения, руководство постепенно наполняется новыми шаблонами макетов.



Доходы, проекты, темы «Газеты Яшкино»

ЭКОНОМИКА

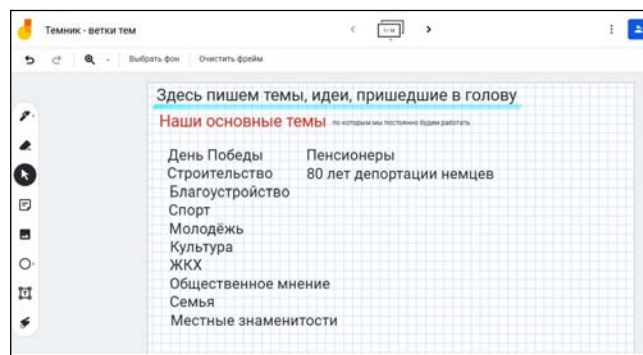
Падение тиража по сравнению с предыдущими годами составило 600 экземпляров (ещё в 2018 году он был 3100). Это было связано частично с отказом от услуг почты (105 экземпляров в отдалённых сельских территориях), но в большей степени повлияло то, что **местная администрация запрещала коллективам бюджетников (школы, детсады и другие учреждения) выписывать нашу газету**, заставляя подписываться на газету муниципальную. Сыграла свою роль и пандемия коронавируса.

Но радует, что выписывают нашу газету и в электронной версии (около 100 человек, цифра время от времени то растёт, то снижается). С Почтой России мы не работаем уже несколько лет, открыв свою службу доставки. Оформить подписку можно, не только придя в редакцию, но и позвонив по телефону или через наш сайт. Такой вариант подписки мы открыли в июне 2020 года (раньше на сайте можно было подписаться только на электронную версию газеты). Основная идея была, конечно же, чтобы люди лишний раз не толпились в редакции. **На нашем YouTube-канале мы разместили обучающие видеоролики, как оформлять подписку через сайт**, и периодически дублируем их в соцсетях и даём ссылки в газете.

В 2020 году просела не только подписка, но и **продажа газеты в розницу**. К концу года из-за пандемии коронавируса закрылись восемь магазинов, в которых продавали наше издание. Часть читателей, живущих поближе к центру посёлка, стали покупать газету в редакции, но розница всё же немного просела.

По сравнению с докоронавирусным периодом продажи в магазинах (по подсчётам в сентябре) у нас упали на 16,5%. Однако к концу года ситуация выравнивалась, и получилось, что розничные продажи газеты по итогам двенадцати месяцев (по сравнению с 2019 годом) даже выросли на 6%. Сравнительный анализ показал, что **значительно выросли продажи номеров, в которых публиковался наш проект «Культурное наследие»** (с сентября по декабрь).

Дата	Выход	Тема
6 марта	1 марта	Строительство
7 марта	7 марта	Культура
8 марта	8 марта	Культура
9 марта	9 марта	Культура
10 марта	10 марта	Культура
11 марта	11 марта	Культура
12 марта	12 марта	Культура
13 марта	13 марта	Культура
14 марта	14 марта	Культура
15 марта	15 марта	Культура
16 марта	16 марта	Культура
17 марта	17 марта	Культура
18 марта	18 марта	Культура
19 марта	19 марта	Культура
20 марта	20 марта	Культура
21 марта	21 марта	Культура
22 марта	22 марта	Культура
23 марта	23 марта	Культура
24 марта	24 марта	Культура
25 марта	25 марта	Культура
26 марта	26 марта	Культура
27 марта	27 марта	Культура
28 марта	28 марта	Культура
29 марта	29 марта	Культура
30 марта	30 марта	Культура
31 марта	31 марта	Культура



Уровень доходов от рекламы в 2020 году упал не сразу. Снижение началось в июне — июле, когда закрыли на ремонт районный Дом культуры и перестали приезжать с ярмарками иногородние торговцы. Снизилось и количество коммерческих объявлений. По итогам трёх кварталов (по сентябрьским подсчётам) доход от рекламы рухнул на 31% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года.

В конце года ситуацию удалось немного улучшить: по итогам двенадцати месяцев общий доход от рекламы по сравнению с 2019 годом снизился на 6,2%.

Для привлечения рекламодателей использовали наши традиционные акции (скидка за постоянное размещение, скидка в честь дня рождения газеты, скидка за пакетное размещение на сайте, в газете и соцсетях).

Неплохим подспорьем стал грант от Роспечати (сумма в 232,7 тысячи рублей упала на наш счёт в сентябре). В конце года подарком стали 50 тысяч рублей от СЖР за конкурс социально значимых публикаций.

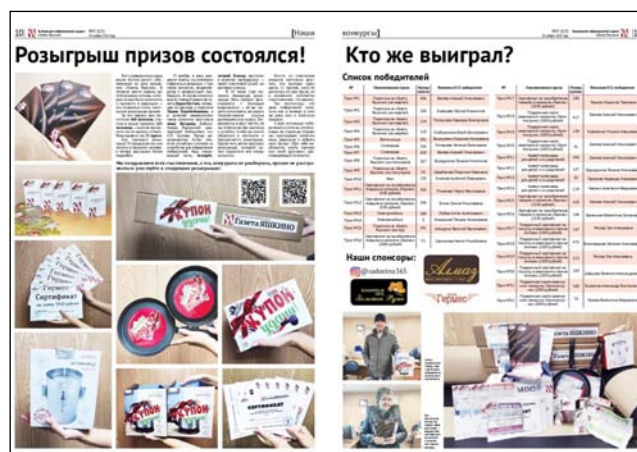
ПЛАНИРОВАНИЕ

Мы долго шли к тому, чтобы выработать рабочую модель планирования в условиях работы небольшого коллектива. В 2020 году нам это удалось. Уже ближе к концу года мы решили, что самой действенной моделью будет кросс-медийное планирование, в рамках которого мы будем наполнять газету не только текучкой, а историями, которые можно отследить. У нас ведь есть не только газета, но и сайт с соцсетями.

Мы обсудили основные темы, по которым работаем и которыми интересуются читатели. Получилось немало: культура, спорт, молодёжь, строительство, благоустройство, ЖКХ, пенсионеры, местные знаменитости, семья, общественное мнение, День Победы. Кроме того, отдельной строкой идут календарные события (те же праздники, памятные даты и т.д.). По каждой теме выделили «подтемы», направления в работе, форматы публикаций. Всё это не стоит на месте, развивается, дополняется, схематический план наполняется живыми идеями. В итоге вырастает «дерево» темы.

По каждому направлению мы планируем публикации не только в газете, но и на остальных платформах (сайт, соцсети), для каждой — свой формат или вариант подачи материала. Благодаря такому подходу мы всегда знаем, что и в каком номере у нас будет размещено, можем отслеживать наши истории. Захватывается больше аудитории (часть читает газету, часть сайт, кто-то следит за новостями через Инстаграм), задействуются разные форматы публикаций. А самый большой плюс, несомненно, в том, что не нужно каждый понедельник ломать голову, чем же «забить» очередной номер, а сайт не является копией газеты в электронном виде.

Наша редакция совсем небольшая: редактор, корреспондент, верстальщик, менеджер по рекламе и подписке, на аутсорсе — водитель-экспедитор и бухгалтер, есть



внештатный фотограф. Верстальщик приходит на два дня, за которые мы верстаем газету и сдаём в типографию. В редакции постоянно находятся менеджер и редактор, то есть я.

Корреспондент живёт в другом населённом пункте, в сорока минутах езды от места размещения редакции. Поэтому уже больше двух лет мы работаем с ней в удалённом режиме. Планёрки и летучки проводим по видеосвязи, а в планировании работы помогают инструменты *Google: таблицы, Jamboard, диск и фото для обмена файлами.*

В Google Таблицах у нас три рабочих документа, удалённый доступ к которому есть у редактора, верстальщика и корреспондента.

Первый и основной — контент-план — темник (от слова «тема»). Для каждой рабочей темы своя вкладка. Несколько колонок, в которых отображается вся информация: тема/история, целевая группа, о чём будет публикация, площадка, формат публикации, дата сдачи материала, дата выпуска, ответственный.

Одна тема может включать в себя несколько аудиторий и множество публикаций, которые размещаются на разных площадках, каждая в своём формате (их можно выбрать из выпадающего списка). Как только появляется идея по какой-либо теме, делаем дополнения в документе. Все уже опубликованные темы сохраняются в документе, поэтому мы можем отследить развитие истории.

Второй документ — план выпусков газеты. В таблице на каждый месяц расписаны даты и номера выпусков газеты, где отмечены основные темы, про которые нужно не забыть. Это вспомогательный документ.

Третий — план текущего номера. Таблица содержит номера полос, список публикаций на каждой из них, фамилию ответственного за полосу, дату сдачи. Для каждой степени готовности полосы (материалы готовы к вёрстке, полоса свёрстана или готова к отправке в типографию) есть своя цветовая метка.

В сервисе Jamboard мы ведём планирование и обсуждение тем. Сервис удобен тем, что на нём можно работать как на доске: клеить стикеры, писать от руки, выделять цветом, прикреплять изображения. Для каждой темы можно сделать отдельную доску. Вместе с корреспондентом мы во время обсуждения наполняем идеями публикаций каждую тему. Затем эти идеи переносятся в более продуманном виде в таблицу контент-плана.

Благодаря всем этим инструментам отсутствие корреспондента в редакции почти не ощущается: когда нужно, они вместе с фотографом выезжают для сбора материала, интервью часто удаётся взять с помощью телефона или видеосвязи.

РАБОТА С АУДИТОРИЕЙ

В последние месяцы поток обращений местных жителей снизился. Ещё некоторое время назад мы раз в месяц отводили полосу для публикации читательских писем и ответов на них. Сейчас же изредка бывают по одному-два письма в месяц. Связано это с тем, что в последнее время жители всё чаще обращаются в редакцию с мелкими бытовыми вопросами, которые можно решить без публикации в газете.

Бывают и обращения по темам, имеющим широкий общественный резонанс. Например, в середине ноября в редакцию прислали письмо родители воспитанников одного из детских садов посёлка: на игровой площадке там из всех конструкций и качелей торчали гвозди, ржавая арматура. Обращение мы попросили прокомментировать в Управлении образования, однако ответа нам не поступило.

Письмо вместе с фотографиями мы опубликовали с просьбой к компетентным органам разобраться в проблеме. На публикацию отреагировала прокуратура. В детсаду собрали специальную комиссию, обследовавшую территорию площадки, были выявлены различные нарушения, на летний период запланировали ремонтные работы, часть недостатков устранили сразу после публикации письма. Кроме того, после «пинка» от прокуратуры на письмо читателей ответила и начальник Управления образования.

Большая тема для сельских жителей — безнадзорный выпас скота. К середине лета эта проблема достигла пика: в одной из деревень разозлённый местный житель начал отстреливать чужих животных, а в крупном селе козы стали постоянными жителями центральной площади. Читатели обратились в редакцию, а мы — в прокуратуру. Совместно с сотрудниками прокуратуры подготовили публикацию, разъясняющую правила выпаса животных, ответственность за нарушения и другую информацию. Публикация помогла: административная комиссия стала проводить рейды и наказывать хозяев бродячего скота.

В качестве одной из форм обратной связи с читателями мы используем анкеты и опросы. В номере от 2 октября опубликовали большую анкету, в ней было 15 вопросов, ответы на которые помогли нам определить основные интересы читателей.

Эти же вопросы разместили в интернете. Заполненные анкеты прислали в редакцию 234 человека, ещё 340 человек ответили через интернет. Тогда же запустили мини-анкету с похожими вопросами для всех наших подписчиков: и для тех, кто забирает газету в редакции, и для тех, кто оформил адресную доставку. Тех, кто указал свои данные в мини-анкете подписчиков, мы поздравляем в газете с днём рождения. Людям это приятно. Постоянными рубриками у нас являются «Сообщения» и «Поздравления», размещаемые на шестой странице: в них бесплатно публикуются поздравления от советов ветеранов, а также сообщения и благодарности от читателей в адрес других жителей округа.

НАШИ КОНКУРСЫ

Самым крупным конкурсом в 2020 году у нас был розыгрыш призов для читателей. Назвали мы его весьма банально — «Купон удачи». Приурочили к очередному дню рождения газеты в ноябре.

Объявили акцию в начале октября. Купоны публиковали в шести номерах газеты, все сделали разных цветов, чтобы знать, из какого номера их вырезали. Специально отметили, что чем больше купонов вырежет каждый участник, тем больше шансов будет выиграть приз. Естественно, главная цель — не только раздарить подарки, но и увеличить продажи газеты.

Условия акции и положение опубликовали в газете и на сайте. В положении специально прописали правила участия, формирование призового фонда, порядок про-

ведения розыгрыша. Призов получилось 32 — часть закупили на свои средства (различные бытовые приборы), часть предоставили рекламодатели (сертификаты в ювелирные магазины, магазины автозапчастей, адвент-календари, подарочные карты), кроме того, добавили несколько подарочных подписок на газету.

Поначалу люди неактивно участвовали в акции — за первые несколько недель нам принесли меньше 60 купонов. А вот после публикации списка призов участники пошли активнее. К моменту розыгрыша было зарегистрировано уже 488 купонов, а участников — 103. Многие несли по несколько купонов сразу, покупали газету в редакции и тут же заполняли купон. Отличился один мужчина: скупил в окрестных магазинах все газеты и принёс за один раз сразу 60 купонов.

Каждый купон мы регистрировали в журнале, присваивая индивидуальный номер, затем складывали в специальный ящик.

В связи с ковидом розыгрыш проводили в закрытом формате, была создана специальная комиссия для этого, весь процесс записывали на видео. Ролик (без монтажа и склейки) опубликовали в соцсетях и на сайте, в газете вместе со списком победителей дали ссылку (qr-код).

ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

В 2020 году мы реализовали пять проектов, на которые получили грант от Роспечати, и ещё несколько небольших.

Самым крупным стал «Яшкино. История улиц». Он родился в октябре 2019 года: после публикации первого выпуска проекта «Старое/новое Яшкино» сотрудник краеведческого отдела районной библиотеки Анна Кусорова предложила поработать совместно. Она уже тогда собирала информацию о том, откуда пошли названия улиц посёлка, какие здания располагались на них, фотографии, заметки из прессы прошлых лет. Чтобы этот труд не пропал даром, а стал известен большому количеству людей, мы и запустили проект.

Результатом стало 19 публикаций проекта в газете (по две полосы, иногда по одной, включая выпуски в 2019 году). Кроме того, в электронной версии проект был опубликован на нашем сайте, а после завершения сделали специальное приложение для смартфонов, в котором можно посмотреть все выпуски.

Проект получил большой отклик читателей. В комментариях в соцсетях люди делились известными им фактами,



фотографиями (их мы добавляли потом к интернет-версии публикаций).

В одном из выпусков мы рассказывали о яшкинском индустриальном техникуме, выпускники которого сконструировали телевизор и назвали его «ЯВИТ». Благодаря соцсетям удалось найти одного из авторов изобретения, ныне живущего в Израиле. Мужчина написал для нас заметку о том, как происходила разработка телевизора и его конструирование. Его письмо опубликовали в газете и добавили к версии на сайте.

Второй не менее крупный по объёму проделанной нашей корреспондентом и фотографом работы проект — «Культурное наследие», который перешёл и в 2021 год. В нём мы рассказываем о коллективах домов культуры, клубов и школ искусств Яшкинского округа, о местных художниках и музыкантах. В 2020 году вышло девять публикаций.

Другие проекты: «Литературная гостиная» (раз в месяц публикуем стихотворения местных поэтов из литературной студии «Светлица» и рассказы писателей, «Карта свалок» (наша попытка борьбы с загрязнённостью окрестных лесов и полей), «Путешествуй дома — Клуб путешественников» (рассказали о туристических местах в Яшкинском округе), «Малая родина. "Пруды и реки"» (о водоёмах на территории округа), «Старое/новое Яшкино» и несколько других, более мелких.

Одним из проектов были настольные игры, разработанные нами: «Победи коронавирус, не выходя из дома» и «Стань главным»: сможете ли вы управлять муниципалитетом?».

