

## Подстегивание «недолго осталось» — хороший мотиватор

**Наталья Шатова**, главный редактор газеты «Тарское Прииртышье», город Тара, Омская область

В должности главного редактора районной газеты я работаю седьмой год. И все это время слышу устрашающее **«печатным изданиям недолго жить осталось»**. Однако каждый раз при подведении итогов в конце года радуюсь, что наше издание живет, отмечаю, что в течение года привнесено что-то новое как в жизнь редакции, так и в содержание самой газеты

Вместе с тем, хоть на вечность мы и не претендуем, подстегивание типа «недолго осталось» для нас хороший мотиватор. И мы стараемся. Как? Рассказываю.

### ГАЗЕТА С ВЕКОВОЙ ИСТОРИЕЙ

Сначала надо сказать, что газета «Тарское Прииртышье» — самое большое районное печатное издание в Омской области. Прежде всего, газета имеет более чем вековую историю: в этом году нам исполнится 106 лет!

Еженедельно газета выходит тиражом 7300 экземпляров. По печатной площади — она тоже передовая — с количеством полос — 20—24. Мы могли бы выходить и большим объемом, но для подписчиков такая газета станет дорогой.

Ежегодно наша газета входит в число победителей различных конкурсов. В прошлом году нам даже удалось немного превзойти себя: если в прежние годы на конкурсах оценивались только газетные публикации, и мы получали за них награды, то с появлением номинаций «Проекты в интернет-СМИ» мы тоже стали добиваться высоких результатов.

### ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В ПОМОЩЬ

Постоянный поиск новостей и желание быть первыми в их размещении в аккаунтах газеты и на сайте, на первый взгляд, смещает вектор работы в сторону интернета. Однако в любой ситуации приоритет мы отдаем печатному изданию и стараемся не дублировать содержание.

Наша редакция — не пионер в интернет-публикациях, и поначалу мы перенимали опыт других россий-



ских изданий, не только районных, но и областных, и федеральных. Со временем пришло собственное понимание содержания работы, стали появляться интернет-проекты, мы освоили стримы, видео и пр. Могу отметить, что наибольшей популярностью у подписчиков наших групп пользуются практико-ориентированные материалы: «5 минут у доктора», «Диалог по пятницам», «Что у студента на обед?». Вообще, новые проекты появляются у нас по мере



актуальности темы. Скажем, в настоящее время в школах Тарского района насчитывается 12 «Точек роста». Создавать их стали три года назад в рамках реализации национального проекта «Образование». У всех центров разное оснащение и предназначение, но у всех есть результаты. Почему бы ими не поделиться? Так появился наш совместный с образовательными организациями проект «Ростки «Точек роста», где школьники в своих видеоматериалах рассказывают о самых интересных учебных моментах.

Есть и ряд других интернет-проектов, так сказать, текстовых. Наверно, как и в любой редакции, не каждый текст по разным причинам публикуется в газете. Тогда мы решили создать рубрику «Это не вошло в газету».

Я убеждена, что подписчикам наших групп в социальных сетях нужно рассказывать о печатном издании — это и позиционирование газеты, и привлечение ее подписчиков. Так появилась рубрика «Один взгляд назад», где журналисты размещают газетные материалы прошлых лет в привязке к какой-либо дате или просто в связи с интересным событием или человеком.

Благодаря этому подписчики социальных групп переходят в разряд читателей газеты. Есть в наших группах и различные конкурсы для подписчиков,

которые они очень приветствуют. Еще одним моим убеждением является то, что интернет, насколько это возможно, должен работать на печатное издание. Поэтому часто при подготовке статьи в газету мы изучаем мнение читателей-подписчиков наших групп, для этого проводим опросы и т.п. Результаты идут в газету в виде инфографики. Кроме того, некоторые интересные темы и вопросы мы получаем от пользователей соцсетей. Этот диалог, который редакция организует с подписчиками, многого стоит — прежде всего, он полезен для журналистов, а значит, и для газеты.

Наверное, это самое важное, на что мне хотелось обратить внимание, говоря о связи печатного издания и интернет-СМИ. Есть ли у нас положительные результаты? Уверена, что да. **За четыре года количество подписчиков в наших группах выросло с нуля до 11 тысяч — ВКонтакте и до 8 тысяч — в Одноклассниках.**

География подписчиков выходит далеко за пределы нашего района, в котором, кстати, в настоящее время проживает 40 тыс. человек.

### ИНТЕРНЕТ ХОРОШО, НО БУМАГА ЛУЧШЕ

Вернусь к тому послы, с которого начала свой рассказ, — о незавидном будущем печатных изданий, в частности, районков.

Не стану скрывать, что так же как и в других изданиях, у нас отмечается снижение тиража. Что делать? Работать над газетой! Прежде всего, над ее содержанием. Аналитика должна быть всегда!

И это тот козырь, то преимущество бумажного варианта газеты перед электронным. Я сейчас не говорю о том, что нельзя разместить аналитическую статью в электронной газете. Безусловно, можно! Только читаться она будет по-другому и не всегда произведет нужный эффект.

И не место здесь и сейчас углубляться в теорию этих наук, лишь скажем, что преимущество за бумажным носителем информации: бумажный текстовый формат позволяет не просто держать в поле зрения всю информацию, но и благодаря этому за счет рефлексивных механизмов «видеть» перед собой логику автора, связывая ее с образами реальности.

Что касается наиболее востребованных текстовых публикаций, то на первое место наши читатели ставят очерки и портретные интервью. Так, совсем недавно в «Тарском Прииртышье» появилась рубрика «Персона», где герои публикации — известные в районе люди — «снимают галстуки» и журналист раскрывает их с «человеческой» стороны.

Немного схожими с этой рубрикой являются «Зеркало для героя» (материалы о людях, отличившихся и проявивших себя в деле), «Земляки», «Рядом с нами» (материалы о душевных и творческих проявлениях земляков). И, конечно, еще ряд интересных рубрик.

Ежеквартально в «Тарском Прииртышье» выходит «газета в газете». Это два проекта. Первый — «Золотой возраст» — ориентирован на читателей пожилого возраста. Герои таких публикаций — люди солидного возраста — оптимисты, ищущие секреты долголетия, увлеченные спортом, творчеством, домашним бытом и еще много-много чем.

Замечательно, когда через газету они делятся своими секретами и советами. Пусть это элементарный рецепт приготовления блюда, но он прошел проверку годами. А чего стоят жизненные рассуждения людей «золотого возраста»?!

Следующий проект, на котором заострю внимание, рассказывает о молодых людях. Он так и называется — «ПРОмолодежь». В нашем городе есть пять

профессиональных образовательных организаций, с которыми редакция находится в тесном сотрудничестве.

Достижения молодых, их проблемы и переживания — все это становится достоянием «ПРОмолодежи». И, как утверждают кураторы студентов, эти материалы молодежь читает. Отмечу, что ни один круглый стол, который наша редакция проводила, не обошелся без приглашения представителей молодого поколения.

### ФОТОГРАФИИ ОЖИВАЮТ НА БУМАГЕ

Говоря о привлечении молодой читательской аудитории, назову еще одно средство, которое, по моему мнению, делает газету привлекательной для этой категории читателей.

Уже второй год мы включаем в газету «дополненную реальность». Поскольку не каждый знаком с этим аспектом, поясню, что под «дополненной реальностью» мы понимаем размещение в газете живых фотографий — снимков, при наведении смартфона на которые, переходящих в видеоформат.

Оживающие фото интересны не только молодежи, но и, как оказалось, пожилым людям. Не могу сказать, что всем, наверное, есть и те, которым это чудо не нужно. Но было время, когда мы три номера подряд не включали живые фотографии, и в редакцию стали поступать вопросы. Значит, это востребовано. А уж как содержательно можно расширить газету! Например, не помещается все интервью на газетную полосу, слушайте его по видео.

**Современная газета — это не только само печатное издание** и большая работа, связанная с его подготовкой, что для нас является основанием, фундаментом, уходящим глубоко в традиции нашей газеты.

Современная газета в нашем понимании — это еще и возможность интеграции в единый комплекс преимуществ печатного издания и тех возможностей, которые предоставляют обществу телевидение, интернет и другие современные средства телекоммуникации, успевшие захватить внимание и интерес публики своей интерактивностью и адаптированностью к восприятию.

