Наталья Николаевна Подшивалова

Санкт-Петербургский государственный университет

n.podshivalova@spbu.ru

**В чем сложность редизайна региональных СМИ?**

В тезисах проанализированы результаты опроса редакций районных газет Ленинградской области, который проводился перед началом работы над редизайном изданий.

Ключевые слова: редизайн, медиадизайн, районные газеты, работа редакции.

В отчете Роспечати за 2021 г. отмечается: несмотря на пандемию, популярность «бумажных» СМИ выше цифровых в четыре с половиной раза, а доверие к печатной версии издания на 6,5% выше, чем к его электронной версии [2]. Особое место в медийном пространстве России занимают районные (муниципальные) газеты. С одной стороны, эти издания являются компонентом региональной системы СМИ, с другой – они существуют как бы вне рыночных правил, имеют гарантированный источник бюджетных поступлений, и поэтому у них нет необходимости бороться за рекламодателя на ограниченных локальных рекламных рынках.

В идеале региональная пресса должна удовлетворять информационные запросы и потребности как аудитории, так и власти. Но поскольку органы власти заинтересованы в представлении позитивной стороны своей деятельности или выгодной для себя информации, местную прессу часто упрекают в однобокости освещения событий, а также в низком качестве материалов и скудном разнообразии жанровых форм.

Говоря о концепциях местной прессы, О. А. Воронова [1] выделяет определенные типажи (газета-форум, газета-хозяйка, газета-селянка, газета власти, газета-мостик, газета-соседка и др.), которые могли бы помочь редакциям с видением роли своего издания в регионе.

Визуальная составляющая газет часто также оставляет желать лучшего. Это понимают сотрудники редакций и задумываются о редизайне издания. Но, к сожалению, часто упускается из виду, что редизайн касается всех аспектов производства издания, а не только смены шрифта, обновления логотипа и подбора нового цветового решения.

В рамках проекта по редизайну районных газет Ленинградской области, который проводит кафедра медиадизайна СПбГУ, региональным редакциям было предложено ответить на ряд вопросов об особенностях работы над выпуском издания, а также о пожеланиях относительно внешнего вида.

Если говорить о последнем, то беглый анализ существующих композиционно-графических моделей показал: в большинстве изданий слабо выражена структура, полосы заполнены огромными текстами и однотипными фотографиями, используются устаревшие или не всегда сочетающиеся шрифты, очень плотная вёрстка, неупорядоченная подача рекламных блоков.

На основе ответов редакций выделим несколько проблемных моментов.

1. Техническое обеспечение. Многие издания по-прежнему верстаются в программах, которые появились в середине 1990-х гг. (Page Maker, QuarkXPress).

2. Уровень полиграфии. Некоторые районные типографии не обеспечивают качественную печать, из-за чего газеты выглядят неряшливыми, в некоторых случаях затрудняется восприятие текстов и изображений.

3. Человеческий фактор. Газеты делают конкретные люди с определенными взглядами на свою работу, с определенными профессиональными навыками и определенной визуальной культурой. В редких изданиях количество сотрудников, отвечающих за редакционный цикл, превышает четырех человек. В лучшем случае, есть пишущий редактор и отвечающий за оформление материалов дизайнер-верстальщик. Ни в одной редакции, от которой мы получили ответы, нет профессионального фотографа.

4. Не во всех редакциях есть четкое представление своей аудитории. Соответственно, нет понимания, какие потребности может испытывать аудитория относительно получения информации.

5. Несмотря на относительную защищенность в финансовом плане, бюджет редакций сильно ограничен. У сотрудников нет возможности ни обновить техническую базу, ни провести исследование аудитории, ни повысить свою квалификацию. Редакциям предлагается пополнять бюджет за счет рекламы. В свою очередь рекламодателям интересно публиковаться в качественно выполненном издании с понятной и объемной аудиторией, а читателю нужна информационно насыщенная и понятно структурированная газета.

Литература

1. Воронова О. А. Местная газета. Модели и типажи. URL: <https://mybiblioteka.su/tom3/1-1925.html>.

2. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Отраслевой доклад «Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития». 2021. URL: <https://digital.gov.ru/ru/documents/8048>.