

## ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 070

В.В. Губский

К ВОПРОСУ О НОВОЙ СОДЕРЖАТЕЛЬНОЙ КОНЦЕПЦИИ  
РЕГИОНАЛЬНОГО ВЫПУСКА «АИФ-ТОМСК»

*Анализируется восьмилетняя практика еженедельного регионального выпуска «АиФ-Томск». Региональный выпуск должен соответствовать жестким стандартам центрального (федерального) выпуска, составляя с ним органичное единство. Чтобы повысить качественный уровень выпуска, «АиФ-Томск» существенно скорректировала свою содержательную концепцию.*

Ключевые слова: газета «Аргументы и факты», томский региональный выпуск.

Как известно, в 2008 г. популярный общественно-политический еженедельник «Аргументы и факты», позиционируемый в отечественной типологии прессы как качественно-массовое издание, отметил 30-летие. И все эти годы «АиФ» был востребован читателем. Сначала – как информационный бюллетень Всесоюзного общества «Знание», из которого лекторы этого общества черпали и доносили до широкой аудитории «аргументы и факты», по различным причинам не публиковавшиеся в массовой советской печати. Затем, в перестроечные годы, когда на «АиФ» была открыта свободная подписка, в фирменном жанре «Вопрос – ответ» (официально признанном современной теорией журналистики) газета, с помощью авторитетных экспертов из различных сфер деятельности, откровенно и непредвзято отвечала на самые сложные вопросы о нашей истории и современности.

В условиях постперестроечной России, когда многое в жизни меняется так быстро и так кардинально, что иногда бывает трудно понять суть происходящего, активная направленность публикаций «АиФ» на пользу рядовому российскому гражданину со второй половины 90-х гг. XX в. **реализовалась в идее создания сети региональных приложений**, которых сегодня насчитывается 65. В жизни российских регионов многое существенно отличается от столичной действительности, и потому так важно было для центрального издания продолжать аифовскую региональную политику, позволяющую читателю, живущему в провинции, знать и отчетливо представлять, что делается и на его «малой родине».

Популярность «АиФ» всегда была связана и с тем, что газета говорила о проблемах страны и заботах ее граждан своим «аифовским» языком, достаточно свободным от официальной бюрократической риторики, используя силу достоверного факта и авторитет умных, неформально мыслящих людей. Заслуга аифовских журналистов и в том, что среди читателей не только те, кто впервые взял в руки газету в далекие уже 70-е гг. (по признанию главно-

го редактора «АиФ» Н. Зятькова, многие письма в редакцию начинаются со слов: «Я выписываю вашу газету с ее первого номера...»), не только люди среднего возраста, но и молодежь с активной гражданской позицией.

Немаловажным для популярности «Аргументов и фактов» представляется и то, что **газета всегда оставалась изданием независимым**. Ее публикации содержат ту меру гражданской ответственности, которая позволяет достаточно смело и откровенно говорить о самых важных проблемах, поворотных событиях в истории России. Для журналистов «АиФ» в принципе не существует запретных тем, причем обо всем, что интересует читателя, они пишут, как правило, продуманно, правдиво, объективно, выдерживая в своих материалах тот **баланс рационального и эмоционального, который обеспечивает интерес и доверие самых разных людей**.

Говоря о творческих особенностях издания, об особом аифовском стиле, сложившемся за 30 лет, нельзя не сказать о том **ярком индивидуальном облике газеты**, который отличает «АиФ» от других периодических изданий. Здесь тексты, как правило, небольшие по объему, но емкие по содержанию, информационно насыщенные, изложены ясным, понятным каждому языком, органично дополнены инфографикой, выразительными фотоснимками. Особой гордостью «АиФ» являются остроумные первополосные коллажи – непрямая деталь «фирменной» верстки, которые уверенно вводят читателя в информационное поле каждого номера газеты.

Все это обусловило многомиллионный тираж «Аргументов и фактов», распространяемый во многих странах мира, и обеспечило всеобщее признание «АиФ», что нашло свое выражение в факте занесения издания в знаменитую «Книгу рекордов Гиннеса».

\*\*\*

В 30-летней истории «Аргументов и фактов» свое место занимает региональный выпуск «АиФ-Томск», начавший творческий путь с декабря 2000 г. на двадцати полосах формата А-3. Как и в других региональных вкладках (а тогда их было уже более пятидесяти), содержание томского издания отражало местную действительность, но принципы подготовки и подачи материалов и заголовков, иллюстрационный ряд, верстка – соответствовали центральному выпуску «АиФ».

Томские аифовцы в целом усвоили весьма жесткие требования центральной редакции к уровню и качеству публикаций, стилю и оформлению регионального выпуска. Так, как правило, на первых полосах, в информационной части практикуется типичная для центрального издания **«клиповая» форма** подачи материалов, пришедшая в газетную практику с телевидения, с характерными для нее короткими текстами, убедительными фактами, выразительным визуальным рядом. В газетной интерпретации элементами этой формы являются выразительные фотоснимки; выделенные крупным шрифтом «заходы» к материалу с броским заголовком; энергичная, выразительная верстка.

С точки зрения содержания «АиФ-Томск» дает достаточно широкую панораму происходящих в области событий. Причем как в информационном, так и в аналитическом, проблемном ключе. Основу тематики и проблемати-

ки «АиФ–Томск» прежде всего составляют публикации о законотворческой деятельности депутатов областной и Томской городской Думы, об эффективности (или – неэффективности) работы местной власти, о нелегкой судьбе животноводческого и лесного областных комплексов, о предприятиях оборонки, о перспективах реализации газовой программы области, модернизации нефтедобычи на Томском Севере, о возможных разработках железорудных месторождений в Бакчарском районе, о реализации нацпроектов в Томской области; о проблемах малого и среднего бизнеса. И конечно же – о знаменитом томском научно-образовательном комплексе.

Но, как и рекомендует центральная редакция, особое внимание томские аифовцы уделяют **социальной проблематике**. Проблемы медицинского обслуживания томичей, соотношения платных и бесплатных медицинских услуг, лекарственного обеспечения жителей области, качество питьевой воды, вопросы экологии, работа и состояние городского транспорта и междугородних перевозок, проблемы ветхого жилья и работа «коммуналки», трудоустройства, выплаты детских пособий – только малая часть этого широчайшего тематического спектра.

Одной из наиболее эффективных форм подачи социальной тематики, причем именно в «фирменном» стиле, стал для «АиФ-Томск» регулярный выпуск подборок под рубрикой «Жизнь томичей в вопросах и ответах». В русле этой творческой акции томской редакцией осуществляется подготовка своей ежеквартальной вкладки в центральный номер «Аргументов и фактов», который выходит в формате «супервыпуска», состоящего только из вопросов читателей и квалифицированных ответов экспертов. Понятно, что спрос центральной редакции с журналистов региональных выпусков «АиФ» за эту линию особый, поскольку она рассматривается в качестве своеобразного зеркала отношения к своему читателю.

На наш взгляд, томские аифовцы достаточно строго следуют рекомендациям центрального издания. Под рубрикой «Жизнь томичей в вопросах и ответах» публикуются вопросы на самые животрепещущие темы, отвечают на них авторитетные специалисты. При верстке вопрос читателя, фамилия эксперта, ключевая информация выделяются полужирным шрифтом.

В социальном аспекте следует рассматривать и томский аналог рубрики центрального выпуска «Обратная связь», который, с одной стороны, призван определить эффективность выступлений журналистов, с другой – завести с читателем доверительный разговор по различным жизненным проблемам, стимулируя таким образом социальную активность аудитории. Думается, именно такая политика «АиФ-Томск» – внимание к своему читателю – и обеспечивает популярность издания и неуклонный рост год от года общего тиража и числа продаж.

Так, по данным опроса 2005 г., проведенного социологами проекта «Общественное мнение» совместно с обладминистрацией, «Аргументы и факты» остаются **самым читаемым изданием в нашей области**, как и в целом по стране. По итогам подписки в 2006 г. «АиФ-Томск» обошел все областные общественно-политические издания. Если в 2007 г. общий тираж «Аргументов и фактов» в области составлял 17 417 экземпляров, то в первом полугодии 2008 г. он достиг 18 081 экземпляра. Примечательно и то, что хотя

«АиФ» и является одним из наиболее дорогих периодических изданий газетного типа, его розничный тираж расходуется быстро и полностью, без возврата в экспедицию.

Особенно пристрастно подходит центральная редакция «Аргументов и фактов» к **качеству заголовков и иллюстрированию** региональных вкладок. В целом, думается, «АиФ-Томск» выполняет и эти достаточно жесткие требования. Журналисты, выпускающие региональную вкладку, стремятся не давать «серых», невыразительных, неконкретных заголовков, которые могут загубить даже приличную по содержанию публикацию. Учитывается и то, что «фирменный» аифовский заголовок должен нести максимум информации и в то же время быть ярким, бросающимся в глаза.

Аифовские заглавия материалов, точнее, заголовочные комплексы, включают кроме самого заголовка своеобразную «бегущую строку» (ленточку с подложкой), которая должна давать читателю информацию к размышлению, а также рубрику, фиксирующую определенное тематическое направление публикации. Еще одним приемом привлечения внимания читателя является выделение в заголовке главного по смыслу слова или словосочетания крупным шрифтом: «Виктор Кресс, губернатор: «ГЛАВНЫЙ АРГУМЕНТ – ИНТЕРЕСЫ ЖИТЕЛЕЙ ОБЛАСТИ» [1]. Непременным является и требование разбивать большие материалы на части с подзаголовками, даже объемные интервью.

«Фирменный набор» газеты дополняют иллюстрации: фотоснимки, рисунки, реже – коллажи. Главное условие для томской вкладки (как и для других региональных выпусков «АиФ») – ни одной полосы без иллюстраций; они должны быть органично связаны с текстовыми материалами, нести дополнительную информацию и служить своего рода «зацепкой» для читателя.

Достаточно органично вписался томский региональный выпуск и в «фирменную» афористику «Аргументов и фактов», то есть практику подвертки к ключевым публикациям в качестве своеобразного постскриптума какого-либо афоризма, призванного акцентировать тему, идею конкретного материала. Типичным в этом плане можно считать афоризм Станислава Ежи Леца: «Привыкнуть можно только к смерти других» [2] к материалу «Через 20 минут Ромы не стало...» о трагической гибели мальчика, провалившегося в канализационный колодец в селе Мельниково.

Оценивая же в целом творческую деятельность журналистов «АиФ-Томск» за 8 лет, нельзя не сказать о признании успешной деятельности томской редакции как на областном, так и на общероссийском уровнях. В 2001 г. «АиФ-Томск» был назван «Лучшим общественно-политическим изданием» Томской области. В 2002-м – «Лучшим региональным приложением года». В 2003 г. в областном конкурсе «Акулы пера» «АиФ-Томск» стал победителем в номинациях «Команда года» и «Имидж журналиста». В этом же году центральная редакция «Аргументов и фактов» признала томский выпуск одним из лучших изданий из 60 региональных приложений. В 2005 г. «АиФ-Томск» был награжден дипломом «За лучшие материалы, посвященные проблемам развития малого предпринимательства в Сибирском регионе».

\*\*\*

Конечно, томский региональный выпуск «АиФ» не так уж и безупречен. Такие «родимые пятна» провинциализма, как восхваление местной власти, известная ангажированность, дефицит действительно интересных публикаций, не всегда высокий уровень аналитики, стилистические и фактические ошибки, к сожалению, были присущи «АиФ-Томск» даже в лучшие его первые пять лет выпуска. В последние же три года претензий от центральной редакции, существенно омолодившей свой творческий состав, становится все больше.

Так, на ежегодных семинарах «АиФ», куда приглашаются руководители всех региональных выпусков с творческими отчетами, томичи до 2006 г. стабильно были в первой двадцатке рейтинга региональных приложений (как правило, опережая коллег из сибирских регионов). Однако на семинаре в декабре 2007 г. они получили только 25-е место, пропустив вперед Красноярск, Новосибирск, Тюмень, Омск (позади остались Иркутск, Кемерово, Улан-Удэ, Барнаул) [см. приложение 1].

Центральная редакция предъявила томичам ряд претензий. Для возвращения «АиФ-Томск» как минимум на прежние позиции объективно потребовалась **существенная корректировка творческой концепции газеты**. Она разработана и представлена руководству «Аргументов и фактов».

**Первая** претензия – обилие комплиментарных материалов «про местную власть» и чрезмерно объемные «куски» по промышленно-экономической тематике. Конечно же, отказываться совсем от подобных публикаций редакция не может. Тем более что и в центральном выпуске «АиФ», и в других региональных вкладках эти темы занимают порой значительное место.

В Томске, кроме того, 60 процентов подписчиков «АиФ» – люди преклонного возраста, пенсионеры, работающие (или работавшие) и во властных структурах, и на промышленных предприятиях. Именно для этих категорий своих читателей «АиФ-Томск» организует льготную подписку, которая финансируется руководителями промышленных предприятий и фирм (директора оформляют подписку для своих ветеранов за счет предприятия). То есть по сути это «информационный расчет» редакции с промышленниками как бы за ведомственную подписку. То же можно сказать и об областной, городской власти Томска: она каждые полгода выделяет на льготную подписку для ветеранов до 100 тысяч рублей.

Кроме того, чиновники разных рангов составляют до десяти процентов подписчиков «АиФ-Томск». Тот же самый директорский корпус весьма активно читает материалы «про власть», поскольку работает с ней и ему важна четкая ориентация в решениях и тенденциях деятельности своей «властной вертикали». В конце концов, и чиновный люд, и топ-менеджеры, и ветераны труда – читатели «АиФ», которые хотят читать материалы «своей» тематики!

Другое дело, что серьезную тематику (которая, кстати, во все времена была востребована отнюдь не самой широкой читательской аудиторией) нужно разрабатывать более глубоко, обстоятельно, а главное, стремиться к более интересным формам подачи в публикациях, чтобы изначально «скудная» тема становилась привлекательной и полезной для аудитории газеты.

В этом плане, например, в материалы рубрики «Компетентный собеседник», где как раз публикуются интервью с представителями директорского корпуса, предполагается, кроме чисто экономического аспекта, вводить и аспект социальный. Так, в беседе с директором Томского домостроительного комбината сместить акценты с чисто производственной проблемы – серьезного сбоя (в условиях нынешнего кризиса) строительного комплекса Томска – на более актуальную для читателя: «Почему томичи перестали покупать квартиры?» Или в рубрике «Сделано в Томске», рассказывая о начавшемся на приборном заводе выпуске «говорящих» терминалов, не имеющих аналогов в мире, именно на этом (а не на секретах технологии их производства) и сделать акцент, что интересно для читателя в познавательном плане. К тому же подобные факты активно работают на имидж «умного города».

Что касается концептуального изменения в освещении действий местных властей, то под рубрикой «Что полезного решила областная (городская) администрация» предполагается активная популяризация наиболее важных, касающихся большинства населения Томской области законов и постановлений, причем с привлечением экспертов и широкой общественности. К примеру, по проблемам: «Нефть: богатство области или ее беда?», «Областная казна потратила на томский футбол 26 миллионов долларов. Законно? Важно? Целесообразно?».

В принципе же под «промышленно-властную» тематику планируется выделить по развороту в каждом номере «АиФ-Томск», сопроводив их рубриками «Деловая среда. Томск» и «Власть. Томск», и подобные «тяжеловесные» блоки «облегчить» качественными фотоснимками и инфографикой.

С последним связана **вторая** и самая серьезная претензия к «АиФ-Томск» центрального руководства «АиФ». **Визуализация информации** – одна из ведущих современных тенденций развития прессы. Под влиянием всеобщего телевидения аудитория сегодня склонна скорее смотреть, чем читать. Эта тенденция сформировала особый визуальный стиль подачи информации и в печатных изданиях – клиповый.

Суть его в том, что в журналистском материале информация подается в органичном сочетании текста и иллюстрации, при этом текстовая ткань как бы разбивается на мелкие детали и эти детали наглядно прорисовываются. Создается эффект восприятия информации и на уровне ее прочтения и осмысления, и на **визуальном уровне**. Причем второй превалирует над первым, иногда читатель только и ограничивается этой «рисованной» информацией.

В качестве визуальной части клипового текста выступает рисунок и так называемая информационная графика (схемы, карты, таблицы, диаграммы, графики, чертежи), отсюда и термин «**инфографика**» – синтез визуальной привлекательности и сохранения целостности информации в ней [3]. Границы функциональных возможностей инфографики очень широки: от простых схем до создания красочных изображений.

В современной практической журналистике инфографика считается рациональным, наглядным и очень емким способом передачи информации. Она существенно сокращает время читателя на «визуальное прочтение» информации в газете, облегчает усвоение этой информации, к тому же, являясь

эффективным средством газетного дизайна, украшает страницы современной печатной периодики.

В творческом арсенале «Аргументов и фактов» инфографика в последнее время используется весьма активно. Но если в выпусках центрального «АиФ» практикуется весь широкий спектр инфографики, причем в **полноцветном исполнении**, – и как донесение до читателя информации в содержательно-визуальном ключе, и как элемент дизайна, то в большинстве региональных вкладок (в частности, и в «АиФ-Томск») превалирует оформительский аспект инфографики. А как «рисованная информация» в публикациях томского выпуска инфографика, как правило, представлена элементарными таблицами в черно-белых цветах.

Показательной в этом плане является скромная инфографика томской вкладки «АиФ» № 13 за 2008 г. в полосе под рубрикой «Сад – огород» [см. приложение 2]. И каким контрастом выглядит в столичной части того же номера на развороте «История» роскошная инфографика «Плюсы и минусы правления Никиты Хрущева» [см. приложение 3]. Или в предыдущем выпуске «Аргументов и фактов», где наглядно и убедительно с помощью инфографики представлен социальный срез жизни сегодняшнего российского пенсионера [см. приложение 4].

На редакционном совете «АиФ-Томск» принято решение ввести ставку бильд-редактора, который будет верстать исключительно инфографику местной тематики, так как этот процесс весьма длителен по времени.

**Третья** претензия к «АиФ-Томск» касается отсутствия во многих его номерах так называемых гвоздевых публикаций. То есть материалов по самым актуальным вопросам региона, которые обязательно должны привлечь внимание широкой читательской аудитории. Решить эту проблему в «АиФ-Томск» предполагается в двух аспектах – содержательном и организационном.

В первом случае планируется готовить для каждого еженедельного выпуска как минимум два «гвоздя»: один острый, «горячий» материал – по серьезной тематике (местная власть, политика, экономика, социальная практика); второй – по более «легкой» тематике общечеловеческого интереса: культура, спорт, развлечения, досуг. Что касается приоритетов в выборе фактажа, то 50 процентов тем для гвоздевых материалов должны быть связаны с известными в Томске общественно важными информационными поводами, но – с эксклюзивными подробностями. Другие 50 процентов – эксклюзивные, нигде ранее не представленные темы.

Организация же такой работы возлагается на специально созданный отдел – своеобразный творческий «СОБР». В него входят четыре штатных сотрудника, которые заняты только подготовкой и «производством» этих самых «гвоздей».

Наконец, **четвертая** претензия к томской региональной вкладке «АиФ» связана со степенью соответствия ее центральному выпуску. В таблице «Рейтинг региональных приложений «АиФ» этот критерий определяется как «Работа с федеральным номером». «АиФ-Томск» имеет здесь самую низкую оценку – «единицу».

В принципе любой региональный выпуск «АиФ» всегда отличается от центрального – провинциальной узостью тематики, скромностью содержа-

ния, инфографики, качеством верстки и дизайна. Конечно, отмеченные «не-сущие конструкции» – айфовские стандарты – в целом освоены региональными приложениями, проблема же – в качестве и уровне их реализации.

«АиФ-Томск» планирует поднять этот уровень в концептуальном плане введением принципа аналогии между полосами центрального и своего выпуска. То есть структурировать содержание своей газеты аналогично тематическим блокам столичного «АиФ», естественно, наполнив его материалами местной тематики: «Главное. Томск», «Полезное. Томск», «Увлекательное. Томск» и т.д. К примеру, для блока «Полезное. Томск» в редакции началась подготовка к выпуску рубрики «Что? Где? Почему?», которая разместится в центре полос с телепрограммой на неделю и будет построена по принципу «Выбора полезных товаров», практикуемого центральным «АиФ» (снимки полезных для читателя, как их называют, товаров народного потребления, аннотация их достоинств и цены). Эта рубрика пользуется очень большой популярностью среди широкой аудитории «Аргументов и фактов».

Таким образом, содержательно-тематическая структура региональной вкладки «АиФ-Томск» будет представлять собой три основных блока, в которые войдут следующие рубрики:

– **Первый блок:** «Главное. Томск»: «Главное. На злобу дня. Томск»; «Главное. Личность. Томск»; «Главное. Аналитика. Томск»; «Главное. Панорама. Томск»; «Главное. Власть. Томск»; «Главное. Деловая среда. Томск»; «Обратная связь. Томск».

– **Второй блок:** «ТВ-программа»; Рубрика «Что? Где? Почему? Томск».

– **Третий блок:** «За рулем. Томск»; «Полезное. Томск»; «Здоровье. Томск».

Подобная трансформация содержательно-тематической структуры местной вкладки «АиФ» существенно сближает томскую модель с моделью центрального выпуска, по крайней мере внешне. Что же касается достижения томскими айфовцами «исполнения» своей газеты на уровне столичных коллег, то, думается, это дело наживное. Как известно, у творческой деятельности, как «мыслительного процесса создания нового, ранее неизвестного, оригинального» [4], в принципе, нет границ, и пресловутые «столичность» и «провинциализм» – категории отнюдь не географические.

Тем более что публикации томских журналистов неоднократно отмечались центральной редакцией «АиФ». В свою очередь, далеко не все айфовские публикации федерального выпуска соответствуют его высоким творческим стандартам.

#### *Литература*

1. *АиФ-Томск*. 2008. № 9.
2. *АиФ-Томск*. 2008. № 11.
3. *Иллюстрация – как много в этом слове...* // [www.i2r.ru/static/469/out\\_22643.shtml](http://www.i2r.ru/static/469/out_22643.shtml)
4. *Гаврилов Э.П.* Комментарий // *Закон об авторском праве и смежных правах*. М.: БЕК, 1993.