

Рябова Т.Г.,

Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена (Санкт-Петербург)

РЕБРЕНДИНГ ОФИЦИАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ ОРГАНОВ ВЛАСТИ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЧИТАТЕЛЕЙ

В Санкт-Петербурге функционируют несколько средств массовой информации, учредителем которых являются государственные органы власти. Первоисточники официальной информации, они, несомненно, должны вызывать неподдельный интерес как со стороны журналистов, так и со стороны горожан. Рассмотрим наиболее популярное и известное издание с точки зрения содержания, эксклюзивности и востребованности на рынке массмедиа мегаполиса — «Петербургский дневник».

Рынок печатных СМИ Санкт-Петербурга отличается динамичностью. Отмечается насыщенность деловыми изданиями, рост специализированных СМИ. Бесплатная пресса постепенно вытесняет универсальные издания. Специалисты отмечают, что на рынке печатных СМИ сохранится тенденция появления новых изданий. Однако остаться на нем смогут только те, кто найдет свою аудиторию¹.

«Петербургский дневник» — официальная газета правительства Санкт-Петербурга. Издается с 2000 года. С сентября 2012 года выходит ежедневно по будням — с понедельника по пятницу. Издание рассказывает о городских событиях и публикует информацию от городских властей «из первых рук». В нем можно найти как информацию о решениях городской администрации, так и общегородскую информацию.

По мнению редакции, это «единственная в Санкт-Петербурге газета, публикующая внятными, доступным для рядового гражданина языком решения городского правительства за неделю»². Тираж 200 тыс. экз., формат Аз, распространяется бесплатно. Учредителем является комитет по печати и связям с общественностью администрации Санкт-Петербурга, ГУП «Информационно-издательский центр администрации Санкт-Петербурга «Петроцентр»». Газета имеет официальный сайт: <http://www.spbdnevnik.ru>.

После ребрендинга «Петербургский дневник» стал выходить в цвете, в номере стало больше фотографий. С понедельника по четверг объем газеты составляет 12 полос, в пятницу — 16. На момент написания данного материала в свет вышли 10 выпусков «Петербургского дневника» в новом формате. В первом обновленном номере редакция газеты обратилась к читателям с призывом сделать жизнь города лучше и интереснее:

«Мы изменились внешне и хотим, чтобы вы помогли изданию измениться содержательно. ...Газета и ее новый сайт spbdnevnik.ru станут интерактивнее, чтобы напрямую получать от вас информацию о том, что волнует и заботит петербуржцев. Такая связь поможет и городским властям находить решения существующих проблем»³.

Пока сайт не позволяет петербуржцам активно участвовать в подготовке номера. Читатель может лишь высказать комментарий к материалу. Однако все комментарии закрыты от пользователей. Видимо, их должны изучать только журналисты «Петербургского дневника». В разделе «Редакция» перечислены корреспонденты с указанием адресов электронной почты. Кроме того, на главной странице указан телефон горячей линии. Вероятно, учредители издания считают, что такой интерактивности будет достаточно для выстраивания эффективной коммуникации органов власти с горожанами.

Рассмотрим основные рубрики «Петербургского дневника». Главной рубрикой можно назвать «Новости города». Актуальная информация занимает 4 полосы. В этой рубрике мы можем найти материалы, рассказывающие о событиях, которые являются, с точки зрения власти, наиболее интересными и значимыми для горожан. Названия текстов наглядно демонстрируют приоритетные сферы: «5-миллионного жителя определяют минуты», «Лахта-центр вышел в народ», «Фанатов ждет закон», «Ё-мобиль» притормозил», «Университет в лидерах», «За свалки накажут рублем», «Инсулина хватит всем» и другие.

Рубрика «Тема номера» говорит сама за себя. Практически в каждом материале, опубликованном в данной рубрике, на первый план выходит работа того или иного органа власти. Проследить тенденцию можно по заголовкам: «Куратор творческих порывов» (о судьбе комитета по культуре), «Переезд без трат» (о возможном переезде правительства Ленинградской области), «Дворец уступил технике» (о новом музее), «Готовимся к суровой зиме» (ЖКХ), «Историческая тяга к росту» (достоинства Лахта-центра), «Дом для МДТ», «Трансферы «Зенита» — от Петржелы до Спалетти», «Вузы селят всех», «Дом книги атаковали двойники».

К постоянным рубрикам относятся «Интервью»,

«Обзор», «Репортаж». В рубрике «Официально» публикуются решения, принятые администрацией города. В пятничном номере появляется рубрика «Отдых», состоящая из «Кроссворда на 15 минут» и других развлекательных материалов.

В обновленном издании органы власти города по-прежнему являются главными героями публикаций. Было бы странно предполагать, что администрация города станет финансировать газету, не освещающую деятельность губернатора и прочих чиновников. Тем не менее, госслужащие так и не пришли к выводу, что горожан волнуют проблемные области, а не отчетность какого-либо комитета.

Газета «Петербургский дневник» переняла опыт распространения «Metro» — из рук в руки при входе в метрополитен. Но ни обновленный дизайн, ни индивидуальный подход не способствовали увеличению спроса на рупор администрации. Личные наблюдения автора показывают, что среди горожан, пользующихся услугами метрополитена, стабильно первое место по популярности занимает газета «Metro». Для того чтобы ее получить, горожане согласны даже постоять в небольшой очереди. А вот обновленный «Петербургский дневник» пока не вызывает повышенного интереса у жителей города. Его берут значительно меньше. Нужно отметить, что официальное издание не распространяется через специализированные киоски. Власть предпочитает использовать другие способы. Кроме того, администрация Санкт-Петербурга имеет отнюдь не дружелюбную позицию к точкам продажи прессы.

Как это ни странно, в России «доминирует необъяснимое с точки зрения здравого смысла негативное отношение органов местной власти к организации розничной торговли печатью. Например, осенью прошлого года в Санкт-Петербурге городская власть в очередной раз решила сократить число киосков прессы в центре города, а Законодательное Собрание Северной столицы оперативно приняло соответствующий закон, который запрещал установку киосков прессы вблизи остановок общественного транспорта, школ и государственных учреждений. Под давлением общественности и профессиональных отраслевых организаций закон в конечном итоге подкорректировали. Но осадок остался»⁴.

По мнению вице-губернатора Санкт-Петербурга Василия Кичеджи, ребрендинг удался: «Я не соглашусь, они [журналисты «Петербургского дневника»] служат не власти, а своей профессии, и то, что я читаю в «Дневнике», соответствует контенту той же газеты «Metro», с которой они конкурируют. И вообще служить власти всегда было почетно»⁵.

Оппозиция, в свою очередь, не упустила возможности высказать недовольство содержанием «Петербургского дневника» и финансированием проекта. Так, депутат ЗакСа Максим Резник обратился в прокуратуру в связи с проведением конкурсов на финансирование издания. По мнению парламентария, при проведении конкурсных процедур комитет по печати нарушил закон. Несмотря на разные взгляды, выбор СМИ остается за горожанами.

¹ Рябова Т.Г. Рынок печатных изданий Санкт-Петербурга: современное состояние и тенденции // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Филология. Востоковедение. Журналистика». 2009. Вып. 1. Ч. I. С. 115–121.

² «Петербургский дневник» — ежедневное издание правительства Санкт-Петербурга. URL: <http://www.spbdnevnik.ru/>

³ Петербургский дневник. 2012. № 35 (401). 3 сентября. URL: http://spbdnevnik.ru/files/flimsy/pdf/3_1346598642.pdf

⁴ Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития. Доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям / Под общей редакцией В.В. Григорьева. М., 2012.

⁵ Диалог: интервью агентству. URL: <http://topdialog.ru/news/кичеджи-доволен-петербургским-дневн/>