

ТАХРИРИЯТИМИЗ МЕҲМОНЛАРИ

«ПЕТЕРБУРГСКИЙ ДНЕВНИК»: ФОРМАТ ИЗДАНИЯ – «ОСТРЫЙ ПОЗИТИВ!»

Ҳамкасбимиз Н. К. Тошпўлатова Санкт-Петербург давлат университетида малака оширишида бўлди. У университет профессори Г. С. Мелник билан бирга «Петербург кундалиги» газетасининг таҳририятига ташириф буюриб, ушбу газетанинг бош муҳарриридан интервью олди.

Наша коллега Н. К. Ташпулатова была на стажировке в Санкт-Петербургском государственном университете. Она с Г. С. Мельник, профессором университета, побывала в редакции газеты «Петербургский дневник» и вместе с ней взяла интервью у главного редактора этой газеты.

Our colleague N. K. Tashpulatova was on traineeship at the St. Petersburg State University. She together with G. S. Melnyk, a university professor, visited the editorial office of the newspaper "Petersburg Diary" and interviewed the editor-in-chief of it.



Кирилл Борисович Смирнов – главный редактор официального издания Правительства Санкт-Петербурга «Петербургский дневник» и электронного СМИ, работает в должности с 9 октября 2017 г.

В сухой хронике – послужной список: окончил РГПУ им Герцена, работал в Комитете по печати – начальником отдела медиапланирования

ведомства по печати и связям с общественностью администрации Ленинградской области, занимал три года должность заместителя председателя комитета по печати правительства Санкт-Петербурга, а ранее на протяжении нескольких лет работал с депутатом ЗакСа Терентием Мещеряковым – являлся его пресс-секретарем, затем возглавлял пресс-службу Фрунзенского района, работал в Кронштадтском районе руководителем пресс-службы.

Но персональные странички в Сети раскрывают открытую и многогранную личность, очень позитивного и увлеченного человека. Он присутствует практически на всех значимых мероприятиях города. Например, успевает сфотографироваться с Кубком мира, который привезли на телеканал «Санкт-Петербург» всего на 45 минут.

Заядлый театрал, Кирилл Смирнов стремится побывать на всех премьерных спектаклях – от авангардного балета Монте-Карло «Золушка» до квартирника с группой ЧАЙФ, успевает стать членом жюри конкурса журналистского мастерства «Мистер и мисс СМИ» в СПбГУ, участником видеоконференции с Тюменью, докладчиком на Всероссийской научно-практической конференции в Гуманитарном университете профсоюзов, где выступает с презентацией собственных проектов, потом участвует в международном молодежном форуме «Медиа-Старт» или на фестивале малой прессы в Институте «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» в СПбГУ, занимается на семинаре FIFA по связям с общественностью. И что удивительно, главред городской газеты присутствует всегда не как зритель или официальный представитель издания, а как прямой участник событий. Сегодня Кирилл Смирнов «рассекает» на велосипеде на велопробеге, завтра готовится к марафону, бежит с коллегами и друзьями очередную «Гонку героев», оставив позади 10,6 км и 39 испытаний, послезавтра играет в интеллектуальном клубе «60 секунд» на городском финале «ЧТО? ГДЕ? КОГДА?» с коллегами из Смольного и сокурсниками по Межрегиональному ресурсному центру, потом получает, пройдя языковой тренинг, итоговый сертификат «Деловой английский язык». Кирилл спешит жить, сообразуясь с пульсом мегаполиса. Но его главное детище – городская газета, которую он стремится сделать насыщенной по событиям, динамичной и полной оптимизма. Похоже, и здесь Кирилл Смирнов нацелен на победу.

«Петербургский дневник» предстал перед читателями в обновленном виде, пройдя ребрендинг, изменил логотип и верстку, стал более привлекательным, современным и удобным для чтения изданием.

Сегодня мы беседуем с главным редактором о трудных проблемах выживаемости издания в условиях кризиса и перехода на цифровые технологии, о том, каким представляется главреду Кириллу Смирнову образ городской газеты.

— Расскажите, пожалуйста, вкратце о концепции газеты «Петербургский дневник», редакционной политике, формате и новшествах в ее организации.

— Газете «Петербургский дневник» в этом году исполняется 15 лет. Меньше, чем через месяц, 18-го июля, планируем достаточно серьезные мероприятия, хотим достойно отметить этот праздник. Хотя раньше этого не делали. Была такая позиция: есть газета и на этом ее функция исчерпана.

...Пришел сюда работать относительно недавно, в октябре 2017 года. До этого около 9 лет работал на разных государственных должностях. Последней была должность заместителя председателя комитета по печати правительства Санкт-Петербурга. Это орган, отвечающий за все средства массовой информации в городе.

Ну а по поручению руководства меня направили сюда для изменения существующего положения газеты и ее сайта. В феврале 2018 года мы перезапустили газету «Петербургский дневник» – она изменила свой внешний вид, визуальное восприятие для аудитории, мы изменили и подход к текстам. Появились новые рубрики: «Власть», «Городские легенды», «Капитал», «Урбанистика» и «Просвещение». Если говорить о формате издания, то мы определили для себя некий «острый позитив», который был популярен в Советском Союзе и чего не осталось в современных российских СМИ. Мы стараемся развернуть проблему, показать, что нужно для того, чтобы ее непременно решить. Здесь немножко другой подход, то есть важно не просто отразить проблему, а попытаться найти механизмы и рассказать, как она решается с точки зрения аудитории, журналистов, власти.

2 апреля мы также полностью перезапустили сайт. В октябре его перерегистрировали и сделали его отдельным, полноценным СМИ. До этого он функционировал как сайт газеты. Это позволяет нам разделять информационные потоки, контент, который выходит в газете и на сайте. В

перспективе хотим создать вообще самостоятельную редакцию для нашего интернет-издания.

— **То есть сейчас редакция работает на два фронта?**

— Все верно, у нас есть два штатных расписания, функции главного редактора и в печатном, и в электронном варианте пока совмещаю я. Также уже в ближайшее время собираемся запустить мобильное приложение для нашего сайта. 28 июня хотим представить его нашим учредителям, а уже 18 июля в рамках праздничных мероприятий надеемся презентовать приложение губернатору города. Для нас важно показать, что правительственное СМИ, на которое город выделяет субсидии, старается идти в ногу со временем, работать в современном ритме.

Именно такую задачу ставили и наши учредители в лице правительства Петербурга, чтобы четко разделить поток информации. Печатная версия больше ориентирована на госслужащих, на так называемую аудиторию «от 40». А сайт, соответственно можно сказать, для людей «до 40».

В результате таких преобразований именно по сайту нам удалось изменить и нашу целевую аудиторию. Если потребителями контента сайта была аудитория – люди после 55 лет, то сегодня она значительно помолодела. Еще почти год назад у нас не было той самой необходимой аудитории именно по возрастным параметрам, отвечающей нашим представлениям, и вот с момента перезапуска сайта нам потихоньку удалось привлечь желаемую возрастную группу.

Также учредители от нас требовали в большей степени показывать более локальную картину, нежели федеральную. Так как с этим, на мой взгляд, прекрасно справляются федеральные СМИ. Нашей целью было обеспечить четкую сконцентрированность содержания, чтобы люди, зайдя на сайт, понимали, что смогут узнать о последних событиях и проблемах в Санкт-Петербурге и Ленинградской области в целом.

В процентном соотношении нельзя сказать, что аудитория резко выросла. Но с апреля этого года нам удалось достаточно расширить охват читателей с помощью перехода из социальных сетей.

По данным социологических исследований «Медиалогии», «Петербургский дневник» по цитируемости, что для нас также крайне важно, среди всех СМИ Санкт-Петербурга в феврале этого года занял девятое место. А в апреле – уже третье. В мае – четвертое место. Средняя цифра – седьмое место. Это из 20 средств массовой информации города, куда входят уже устоявшиеся медиа «Фонтанка.ру», «47 регион», «Лента.ру» и др. Задача была войти в тройку.

— **Считаете ли вы, что в вашей нише нет конкурентов?**

— Ну, если говорить об общественно-политических, доступных газетах, то конечно, понимаем, что мы единичны. Выделяется издание, прежде всего, тиражом, который на сегодняшний день составляет 150 тысяч экземпляров. Выходим три раза в неделю. До перезапуска было пять раз. К осени хотим снова вернуться к такой периодичности.

— **А есть ли какие-нибудь преимущества в получении различной эксклюзивной информации в связи с тем, что учредителем издания выступает городская администрация?**

— К сожалению, это не так. Я бы очень хотел, чтобы так и было. То есть, чтобы эксклюзивная информация от органов власти, прежде всего, подавалась нам. Но зачастую этого не происходит. Чаще такая информация доходит до тех СМИ, которые впереди нас по рейтингу цитируемости. Надеюсь, что нам удастся эту ситуацию хоть в каком-то смысле переломить.

— **Есть ли у газеты проблемно-тематические приоритеты в подаче материалов? Издание ориентировано на универсальную тематику или все же есть какие-то предпочтительные конкретные направления?**

— Мы стараемся, чтобы газета была универсальной. Пример последних лет показал, что делать газету исключительно ориентированную на события, которые организывают органы власти Петербурга, это неправильно. Это, по большей степени, скучно для читателей. Для того чтобы сделать газету читабельной, с высоким рейтингом цитируемости, мы должны стараться охватывать мероприятия абсолютно из разных сфер. Мы значительно увеличили присутствие тематики «культура». Раньше у нас этого не было. Вообще, номер, который выходит по средам, стараемся полностью ориентировать на культурную тематику. Само собой, активно освещаем социальную жизнь, сферу здравоохранения. Стараемся писать о той же экономике доступным языком, чтобы наша основная аудитория – люди, которые, например, с утра читают газету в метро или других местах, смогли узнать о последних новостях. Разумеется, городская повестка остается одной из приоритетных тем. Есть и отдельные полосы, взять, к примеру, сферу образования. Раз в неделю стараемся давать спецполосу о новостях сферы образования, сотрудничаем с вузами и другими учреждениями.

Что-то мы стараемся давать развлекательного характера, но именно давать в петербургском стиле и сегменте, стараемся показывать каких-то интересных людей из разных профессий, которые чем-то могут быть интересны читателям. Конечно, мы не можем не говорить и про деятельность

нашей власти. Ну, тематика спорта сегодня как никогда актуальна в связи с чемпионатом мира.

— **Кто стоит за всем этим производством, иными словами, расскажите о своей команде, творческом коллективе.**

— Команда у нас достаточно большая. Работает около 12–14 журналистов, именно творческих кадров. Еще 8 человек – это дизайнеры, верстальщики, словом, технический творческий персонал. Есть у нас еще «договорники», которые не входят в штат, но работают и пишут регулярно для издания. Их где-то около 15 человек.

Около 10 человек трудятся непосредственно над сайтом. Это выпускающие редакторы, шеф-редакторы, корректоры и т.д. Административно-управленческий персонал состоит из 20–25 человек. В среднем коллектив состоит из 70 человек.

— **Когда мы ознакомились с новостями на сайте, то заметили, что большинство заголовков публикаций носит провокационный характер. Чем это объясняется? Это своеобразный стиль издания?**

— Не то чтобы это стиль, скорее, это данность времени. Если мы будем делать очень пресные заголовки, то нас не будут читать.

Если заглянуть на статистику именно сайта, то за вчерашний день число уникальных посетителей было равно 55 тысячам, а за день до этого – 47 тысячам. То есть помимо наших читателей печатной версии, которых почти 150 тысяч, у нас есть также в среднем ежедневно 50 тысяч посетителей на сайте. И как мы заметили ранее, это разная аудитория.

Если мы в газете сохраняем некий консерватизм, то в интернете, конечно, мы не сможем конкурировать с другими СМИ. Поэтому мы стараемся находить некую золотую середину. Да, может быть, иногда заголовки получаются вызывающими, но в этом и есть основная задача – человек зашел на сайт, прочитал и мы получили своего читателя.

— **А какие источники финансирования у издания кроме субсидий?**

— Конечно же, рекламные публикации. Хочу отметить, что мы не имеем права ставить больше 40% рекламы в одном номере.

— **Как активно вы используете инфографику?**

— Инфографику мы, конечно же, стараемся делать. Не пока не очень сильно в это погрузились. В этом году в редакцию специально пригласили арт-директора, который должен определять, как будет выглядеть номер, в частности, как будет использоваться инфографика, та или иная схема и т.д.

Мы стараемся делать какие-то крупные выноски, какие-то выделения, чтобы читатель в том же метро успел за поездку просмотреть все, что напечатано в номере. Мы должны дать за этот короткий интервал времени максимально больше информации.

— **А где еще, кроме метро, распространяется газета?**

— Это многофункциональные центры, а их больше 100. Это также все органы государственной власти, комитеты, районные администрации. Это некоторые вузы, где установлены специальные стойки нашей газеты. Конечно же, небольшой тираж на вокзалах, аэропорт в Пулково и т.д.

— **Считаете ли вы «Санкт-Петербургские ведомости» своим конкурентом? Или они же заняли свою определенную нишу и движутся в этом направлении?**

— Мне кажется, у них своя аудитория. Они ориентированы на подписку, можно сказать, у них исторически сложившаяся аудитория. В плане подписки мы намного впереди – почти в 10 раз. Это газета больше домашняя, чтобы почитать в спокойной обстановке и т.д. Они более консервативные. Сказывается и бренд издания, все-таки это старейшая петербургская газета, которая выходит со времен Петра Первого.

— **Следите ли вы за изданиями, выпускаемые в других городах?**

— Конечно. Как раз перед ребрендингом мы много газет изучали в Москве. Что и как они делают. Также мы исследовали газеты из других городов России и не только, в поле внимания оказались даже иранские газеты.

— **Насколько в газете развита авторская журналистика?**

— Нам удалось внедрить системы отделов, то есть журналисты закреплены за своими отделами. Это к вопросу о специализации и универсализации наших кадров. Раньше этого не было. Было два общих таких отдела, и разделения были достаточно условными. А сегодня у каждого своя тематика, каждый разбирается лучше других в той или иной сфере.

В плане авторской журналистики у нас есть колумнисты, стараемся сейчас больше уделять этому внимание. Несколько раз колонки писали члены городского правительства, музыканты, общественные деятели. На мой взгляд, это интересная возможность давать трибуну для совершенно разных людей. Они отражают авторские позиции.

— **Насколько сложно управлять журналистами?**

— Разумеется, журналисты – это творческие люди. Они не всегда любят дисциплину. И я не требую от них присутствия на рабочем месте с 9

до 18. Но все же дисциплина очень важна. Я стараюсь всегда быть с утра на работе, стараюсь следить за процессом работы. У нас есть график заданий: обычный и электронный, где фиксируется, кто куда поехал, каким материалом занимается и т.д.

Мне каждую неделю дают статистику по строкам, символам. Для каждого журналиста установлена своя норма. В среднем, это – 30 тысяч символов.

Если человек регулярно не выполняет норму, то мы с ними прощаемся. В этом плане все просто.

— Вы учились в Санкт-Петербургском государственном университете?

— Я учился в РГПУ им. Герцена, потом в аспирантуре в Академии госслужбы. Факультет социальных технологий. Кафедра социологии, работаю над диссертацией.

— Над какой научной темой работаете?

— Я хочу проследить за изменениями информационных запросов жителей города относительно разных городских проблем. Что они искали в СМИ: 15 лет назад, 10 лет назад и т.д.

— Кроме основной деятельности, информировать горожан об актуальных событиях, занимается ли коллектив какими-то другими проектами?

— Разумеется, мы информационно поддерживаем разные значимые мероприятия в городе. Но самым ярким воплощением нашей идеи стал проект «Поющие мосты». В день города петербуржцы и гости слушали живой оркестр при завораживающем действии – разведении мостов. Мы добились со временем качества в системе распределения звука. На световых опорах теперь установлены небольшие колонки, дающие объемный звук.

Мы благодарим главного редактора городской газеты за интервью и весь коллектив, который дарит горожанам каждодневные новости об их любимом Петербурге.

Галина Мельник,
доктор политических наук, профессор,
Назира Ташпулатова,
кандидат филологических наук, доцент