

Деятельность главного редактора как субъекта медиапроцесса (на примере газеты "Полярная правда")

Научный руководитель – Иванищева Ольга Николаевна

Смунова Елена Сергеевна

Студент (бакалавр)

Мурманский арктический государственный университет, Социально-гуманитарный институт, Мурманск, Россия

E-mail: Smurova-elena@mail.ru

Главный редактор, выступает одним из ключевых топ - менеджеров современных СМИ, занимает ведущее место в управленческом звене любого редакционного коллектива. Основные его функциональные обязанности связаны с формированием идейно-тематической линии издания, со стратегическим и текущим планированием, руководством журналистским коллективом, представительскими функциями, редакторской работой над текстами журналистов[1].

От деятельности главного редактора во многом зависит судьба периодического издания. Особенности его характера, жизненного опыта, методов руководства коллективом - все сказывается на тематике и содержании, форме выступлений и дизайне издания[2].

Целью данного исследования являлось выявление и анализ направлений деятельности главного редактора газеты «Полярная Правда». «Полярная правда» - мурманская областная газета, старейшая из газет, выходивших на Кольском полуострове. Первый номер газеты под названием «Известия Мурманского совета рабочих, солдатских и крестьянских депутатов» вышел в свет 23.02.1920 г.[3]. Долгое время «Полярная правда» оставалась востребованной у жителей Кольской полуострова, так как журналисты газеты занимали выверенную независимую линию[4].

На данном этапе издателем "Полярной Правды" является мурманский предприниматель Николай Пальченко. Главный редактор - Вероника Селиверстова. Ранее она занимала пост главного редактора в региональном издании «Комсомольской правды». Газета выходит еженедельно по воскресеньям на 16 полосах, форматом А3. Тираж - 7000 экземпляров. Газета выходит на розовой бумаге. Такое решение было принято в связи с тем, что газета выходит на информационный рынок в то время, когда аудитория предпочитает черпать информацию в Интернете. Таким образом, чтобы привлечь внимание потенциальных читателей был выбран розовый цвет бумаги.

Центральная функция главного редактора газеты «Полярная правда» - организация работы редакции. В обязанности главного редактора входит только работа по созданию медийного продукта. Главный редактор отвечает за информационную политику. Показательно то, что для главного редактора главной целью является не получение максимальной прибыли, а объективное информирование аудитории и расширение гражданского общества. Газета для учредителя - это больше нематериальное вложение, не финансовые активы. В данном случае важен имидж газеты, ее авторитетное мнение на актуальные проблемы. Нужно отметить, что в «Полярной правде» главный редактор может выразить свою точку зрения под тем или иным материалом согласно своей мировоззренческой позиции и совокупности взглядов и убеждений. Регулярной специальной колонки редактора не существует, но под некоторыми материалами ставится подверстка «Личное мнение» или «Мнение редакции».

Нужно отметить, что Вероника Селиверстова считает, что «сейчас «четвертая власть» - это уже не мы, не журналисты, это звание надо отдать «телефонному праву»». То есть

звонок «сверху» может повлиять на ситуацию, а журналисты - нет. Отношения с властью главный редактор «Полярной правды» характеризует как «дружба сквозь зубы». Не сотрудничать с властью невозможно, так как власть - это основной источник информации. Газета допускает критику в сторону власти, но это критика всегда должна быть неоспоримой, обязательно подкрепленная фактами.

По собственным наблюдениям как внештатного корреспондента, стиль главного редактора можно определить как демократический (коллегиальный) - проявление интереса к неформальному, человеческому аспекту отношений, учитываются предложения и мнения подчиненных, что создает благоприятные условия труда и способствует эффективной работе по созданию выпуска газеты.

Самая важная функция главного редактора «Полярной правды» - это организация работы. Вероника Селиверстова создала «редакцию в облаке». Планирование номера, формирование полос, распределение заданий, обсуждения с журналистами, даже редактирование - все происходит в Интернете. И это плюс. Многие авторы газеты имеют другую работу, не связанную с журналистикой, живут в других городах и физически не могут находиться в редакции, поэтому был придуман вариант «облачной редакции», который удобен всем. Главный редактор в газете отвечает только за создание контента, в его функции не входит ни размещение рекламы, ни планирование каких-либо маркетинговых ходов, что дает возможность создавать качественный контент, не отвлекаясь на что-либо другое.

Источники и литература

- 1) Гуревич С. М. Газета: вчера, сегодня, завтра: [учеб. пособие] / С. М. Гуревич.— М.: Аспект Пресс, 2004.— 288 с.
- 2) Ким М.Н. Роль главного редактора в управленческой системе редакции // Управленческое консультирование. – 2015. - №6 (78) – С. 182-190.
- 3) Циркунов И.Б. Периодика Мурмана: краткий справочник средств массовой информации Мурманской области / И.Б.Циркунов. – Мурманск: Кн. Изд-во, 2008. – 184 с.
- 4) История мурманской журналистики: учебно-методическое пособие / [авт-сост. О.Н.Иванищева]. – Мурманск: МГГУ, 2014. – С. 83-84.