

**Павел Кунцевич,**  
шеф-редактор сайта  
и социальных сетей,  
выпускающий редактор  
газеты «Спортивный  
меридиан», город Тюмень

## КАК МЫ АПГРЕЙДИЛИ «СПОРТИВНЫЙ МЕРИДИАН»

С самого раннего детства из-за тяги к спорту я был влюблен в печатные СМИ. Скупал все газеты и журналы в близлежащих районах. Добродушные женщины, работавшие в ларьках, откладывали необходимые мне экземпляры изданий

Одной из газет которую я приобретал на регулярной основе, был тюменский еженедельник «Спортивный меридиан». Он на своих 12-ти полосах рассказывал о героях местного спорта.

Я с упоением проглатывал каждую страницу, завидуя не спортсменам, а авторам этих материалов. В своих грезах думал, что настанет день, и я тоже когда-нибудь окажусь среди них. Тогда совершенно не задумывался о верстке изданий. Я в первую очередь узнавал из газет и журналов результаты матчей и последние новости. Интернет был тогда лишь у избранного круга людей. Шли годы. Моя мечта благополучно осуществилась — я оказался в числе регулярных авторов «СМ». Много лет с удовольствием писал о своем любимом футзале, который так развит в Тюменской области. Верстка издания по прошествии всего этого времени не претерпела абсолютно никаких изменений. Консерватизм в оформлении газеты прослеживался даже в мелочах. Оспорить эту верстку не имело никакой возможности.



Единственное, чего я добился, — стал самостоятельно подбирать фото к своим материалам. Но мне, конечно, хотелось большего. Это желание усилилось, когда я на протяжении одного сезона работал пресс-атташе футбольного клуба «Тюмень», где отвечал за выпуск предметных программ. Вот тогда я впервые и попробовал креативный подход к верстке, опираясь на примеры работ пресс-служб клубов из моей любимой английской премьер-ли-

ги. Осень 2021 года оказалась судьбоносной как для газеты, так и для меня. Было принято решение апгрейдить «СМ» с акцентом на самые современные тенденции. Отвечать за ход всего этого увлекательного процесса назначили меня.

Изменения оказались встречены в штыки большинством сотрудников. Многолетний верстальщик нашей газеты искренне не понимал, зачем было что-то менять в дизайне спортивной

газеты. Но, как профессионал своего дела, принял новые правила игры. Он настолько вошел во вкус, что быстро перестроился на новый лад работы и начал активно «хулиганить» с версткой.

В этом плане его можно было сравнить с ребенком, оказавшимся в магазине игрушек, где ему оказалось позволено все брать в руки.

Верстка «СМ» изменилась до неузнаваемости. Если при прежней верстке работа по вторникам сворачивалась к 15–16 часам, то теперь все могло продолжаться до поздней ночи. Во многом это было связано со внедрением инфографики.

Авторам теперь нужно ломать голову не только над текстом, но и над оригинальными идеями с графиками.

**Важное место было уделено подбору фотографий.** Эти функции мне пришлось полностью взять на себя. Большинство журналистов делает акцент исключительно на текст своего материала, забывая о силе визуального эффекта.

А для этого нужно крайне кропотливо подходить к выбору каждой иллюстрации, чтобы она была в коннекте и с заголовком, и с содержанием материала, и была бы визуально вкусной для читателей.

**Также были предприняты все возможности для усиления эффекта первой полосы.** Захотелось сделать обложку «СМ» как можно более яркой и притягательной, чтобы у людей появи-



лось машинальное желание взять газету в руки.

Поэтому постоянными гостями первой полосы стали девушки-спортсменки с привлекательной внешностью. Они чаще всего выступают героинями блиц-опроса, где вопросы построены по

принципу: чем дальше от темы спорта, тем лучше. Но именно рубрика «Вкусы» с роковыми красотками из спорта снова вызвала интерес к прочтению «Спортивного меридиана».

