

Есть журналист — есть тема

В 2005 году мы начали выходить в городке с населением 30 тысяч человек как независимое от местной власти издание. До последнего кризиса легко справлялись с финансовыми обязательствами. В 2018 году в одной точке сошлось всё: экономический кризис, спад тиража и рекламы, смена поколений в коллективе. Федеральные торговые сети «вымели» местного предпринимателя, на котором крепко держался наш небольшой издательский бизнес

ТАТЬЯНА КРОХАЛЁВА



Татьяна Крохалёва — директор ООО «Пресса-ТОМ», газета «ЗОРИ ПЛЮС», город Добрянка, Пермский край

И если сначала полученные в Роспечати деньги мы воспринимали как средства, которые позволяют нам закрыть кассовый разрыв,

то в 2018 году чётко осознали, что эта поддержка позволяет нам сохранить финансовую стабильность, коллектив и в целом бизнес. Но в силу того, что конкурс остаётся конкурсом, деньги, которые мы хотели бы получить под свои проекты, в годовой финансовый план не включали.

Мы пять раз заявлялись своими проектами на конкурс Роспечати. Один раз не получили средства, потому что вовремя не отчитались. Поняли, исправились. Второй раз не получили без объяснения причин. Но мы в своё время легко пережили этот момент, потому что на эти деньги и не рассчитывали. Придуманные проекты мы завершали, потому что содержанию газеты это шло только в плюс.

Проекты 2017–2018 годов:

- «Патриоты Столицы Доброты»
- «Живёшь в Добрянке — будь в спорте!»
- «Открытая власть плюс актив-

ное население — рецепт от коррупции»

- «Жить в правовом государстве»
- «Здоровая нация — сильная страна»
- «Большая Родина начинается с малой».

Средняя цена проекта вышла в пределах 500 тысяч рублей.

1 Темы проектов выбираются не с потолка, или из каких-то неземных креативных желаний, а исходя из имеющихся кадровых ресурсов, технических возможностей, местной политической ситуации.

Сразу поняли, что *есть журналист — есть тема*, нет журналиста — нет темы. Так, благодаря сильному спортивному репортёру Леониду Первушину, который «живёт» местным спортом, у нас получают серьёзные спортивные проекты. А историк и краевед Михаил Калинин помогает реализовывать темы, связанные с историей Добрянского района.

2 Работа над реализацией проекта идёт каждый день. Редактор держит в голове все заявленные проекты, потому что мы знаем, что надо отчитываться и набрать заявленное количество материалов и газетных полос. На конец года отложить не удастся. Поэтому работа над проектами становится системной и запланированной.

3 Конечно, написать впечатляющую заявку не просто. Приходится максимально отжимать «воду», концентрироваться на целях и задачах, формулировать обоснование и продумывать методы реализации. Это серьёзная проектная работа. Мы научились.

4 Последние два года при реализации проектов привлекаем аудиторию Интернета, соцсетей. Часто там же находим темы для публикаций по заявленным проектам.

5 Главный результат. Не буду лукавить: полученные деньги — это и есть главный результат. Но есть и сопутствующий эффект — это плановая, по чёткому графику слаженная работа редакции. Заявленные темы требуют от журналистов креатива, поиска новых героев, осознанную работу с соцсетями, расширения угла зрения на старые проблемы, привлечения экспертов.

6 Проблемы. ● Правильно просчитать заявленные проекты. ● Правильно оформить все документы!!!! От одной запятой зависит, получишь деньги или нет.

● Вовремя и правильно отчитаться. Если кому-то кажется, «да кто там проверять-то будет», не обольщайтесь. Считают и проверяют. Опять же бухгалтерия должна вникнуть во многие нюансы.

● Переход на «электронный бюджет» заставил осваивать новые пространства. Для маленьких СМИ проблема упёрлась в специалистов, которые это могут сделать. Но всё решаемо, если есть цель!

● Обратная связь с сотрудниками Роспечати хоть и стала более доступной в последний год, но порой понять, что происходит с твоими проектами, трудно.

Надо как-то преодолеть этот информационный вакуум. Может быть, организовать телефон по типу «поддержки», как у банков или у телефонных операторов, по которому можно было бы получить ответ на экстренный вопрос.

7 Советы бывалого. ● Внимательно читать документацию.

● Понять, что требуется, спланировать свои действия.

● Соблюдать сроки подачи заявки.

● Замотивировать редактора и журналистов.

● Важно правильно оформить бухгалтерскую часть проектов. Не простая часть работы, но грамотный бухгалтер разберётся.

● Аккуратно оформить свой проект (проекты) с правильной навигацией по документам.

● Человеческий фактор никто не отменял! Звоните и пишите по заявленным телефонам и спрашивайте.

Спасибо Светлане Аркадьевне Дзюбинской за вебинар в самом начале работы по проектам 2018 г. Спасибо Фёдору Григорьевичу Кожевникову, который отвечает на ОЧЕНЬ эмоциональные электронные письма, когда уже сдают нервы (всё же сроки, всё же конкурс). Сотрудникам бухгалтерии, которые работают с региональными печатными СМИ, отдельное спасибо.

● Уложиться в сроки отчётности. Всегда кажется, что ещё успеешь и написать, и просчитать, и отправить... А потом справка из налоговой инспекции оказалась с копейками задолженности по налогам, типография не те данные предоставила и т.д.

Заметила по списку получателей грантов от Роспечати, что Краснодарский край, Башкирия и ещё несколько территорий очень организованно заявляют на проекты и получают деньги. Значит, там, как я понимаю, грамотно организована проектная работа со всеми СМИ территории.

Года два назад я рассказывала на совещании редакторов и директоров муниципальных СМИ в Пермской краевой журналистской организации об опыте получения грантов в Роспечати.

Из 40 с лишним изданий нашим опытом воспользовалось не больше пяти: осваивать деньги местных бюджетов по договорам за официоз проще, чем реализовывать проекты. Но я думаю, что те, кто использовал возможность получить деньги на редакционные журналистские проекты, не жалеют об этом.

&