

Не только следить за событиями

Ничего сложного и сверхъестественного придумывать для получения гранта вовсе не требуется

ЛЮДМИЛА САБИТОВА



Людмила Сабитова — главный редактор газеты «Красное знамя», город Нефтекамск, Республика Башкортостан

В программе господдержки для реализации социально значимых проектов в области печатных

СМИ мы участвуем третий год. За эти три года мы заявили с пятью проектами, и все пять были одобрены Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям и получили гранты.

Об этой программе мы, конечно же, знали и раньше, но почему-то казалось, что это нечто очень сложное, что нужно придумывать какие-то необыкновенные проекты, чтобы их одобрили, выделять под них газетные площади, которых и так не хватает, а то и делать что-нибудь за пределами газетных площадей — устанавливать детские площадки, организовывать какие-то невероятные экспедиции, экологические акции и т.д. В общем, не решались, пока не поступил практически приказ — придумывайте социально значимый проект и участвуйте.

И теперь, когда позади три уже воплощённых проекта и ещё два проекта, над которыми мы работаем нынче, могу с уверенностью сказать: ничего сложного и сверхъестественного придумывать

для получения гранта вовсе не требуется.

Достаточно изучить приоритетные направления для разработки социально значимых проектов, которые указаны в «Порядке отбора организаций — получателей государственной поддержки, осуществляющих выпуск, распространение и тиражирование социально значимых проектов в области печатных средств массовой информации...», чтобы осознать: так или иначе темы каждого из указанных направлений мы ведём в своих газетах и большинство из них — действительно социально значимые, как в масштабах отдельно взятого города или района, так и в масштабах страны в целом. Всего то и нужно — выделить одну из них в проект, продумать, какими интересными акциями, конкурсами, викторинами её можно дополнить, и вперёд!

Еще лучше **сформулировать тему проекта таким образом, чтобы в неё можно было включить несколько направлений**, это позволит

увеличить объём и количество публикаций, а, значит, и объём привлечённых субсидий.

Возьмём, к примеру, наш первый проект. Первоначально он задумывался как проект, направленный на профориентационную работу среди молодёжи, на пропаганду рабочих профессий, назвали мы его «**Кадровый резерв**», значимость обосновывали следующим образом: «Сегодня рынок труда в нашей стране требует коренного пересмотра как в плане переориентировки учебных заведений на подготовку тех специалистов, которых реально не хватает стране, так и в плане популяризации тех профессий, по которым ощущается кадровый голод.

Анализ рынка труда Нефтекамска показывает, что количество официально зарегистрированных безработных в городе практически равняется числу вакантных мест. Однако несоответствие спроса предложению порождает этот парадокс. Причём 83% безработных — люди с высшим и средне-специальным профессиональным образованием! В то же время 74 процента всех заявленных работодателями вакансий — это рабочие профессии».

Однако в ходе разработки проекта решили тему расширить, взяв в название практически постулат одного из президентских посланий — «**Крепкие регионы — сильная Россия**». Разумеется, обоснование тоже изменилось и звучало примерно так: «*Сегодня в нашей стране назрела острая необходимость коренного пересмотра отношения к информационной политике. Преобладание развлекательного контента в СМИ, ориентированного на ос-*

вещение жизни, быта и профессиональной деятельности звёзд шоу-бизнеса и «золотой молодёжи» формирует в обществе потребительское отношение ко всему, что нас окружает, а также искажённое представление в сознании молодых людей, что экономического успеха возможно достичь не только путём развития реального сектора экономики. Между тем исключительно развитие промышленности путём модернизации действующих производств и внедрение инноваций в новых для наших промышленников сферах наряду с совершенствованием транспортной и энергетической инфраструктуры могут стать мощным локомотивом, способным потянуть за собой развитие всех остальных сфер деятельности».

Обозначили и цель проекта: «*В этих условиях необходимо направить сознание молодёжи на переосмысление значимости качественного развития всех отраслей отечественной промышленности, тесно увязав это не только с развитием страны в целом, но и с профессиональной ориентацией молодого поколения. В умах молодых читателей должна чётко закрепиться аксиома — развитие отечественной промышленности гарантирует не только будущее страны, но и личное благосостояние каждого, кто живёт на территориях, где гармонично развита промышленность. Тем более, что газете «Красное знамя» есть что показать читателю, есть о чем рассказать. Нефтекамск — один из крупнейших промышленных центров Республики Башкортостан. В городе хорошо развиты нефтедобыча, машиностроение, электроэнергетика, деревообработка и лесохимия, текстильная промышленность».*

Чувствуете, как расширилось число тем, представленных в проекте? Это и профориентационная работа с молодёжью, и анализ рынка труда и состояния занятости, и репортажи с места производства, и очерки и зарисовки о людях труда, и информации о достижениях предприятий.

Помимо этого специально для проекта мы организовали в газете викторину «Знаешь ли ты городское предприятие?», к проведению которой привлекли сами го-

родские предприятия. Они не только помогли нам составить вопросы к викторине, но и выступили спонсорами, учредив для победителей собственные призы.

Также специально под данный проект мы задумали и провели фотоконкурс «Ценный кадр», который позволил нам не только показать людей различных профессий на рабочих местах (возможно, для некоторых из них это был единственный раз, когда они попали в газету), но и увеличить посещаемость сайта: голосование за лучшие снимки шло на сайте и посещаемость сайта во время проведения фотоконкурса заметно увеличилась.

Соответственно без ущерба содержанию и разнообразию тем мы смогли выделить под проект довольно много места в газете — **90 полос в 80 номерах газеты**. На деле их получилось даже больше и при составлении содержательного отчёта у нас трудностей не возникло.

Теперь о финансовой составляющей. Рассчитать стоимость проекта в принципе несложно, ведь за основу берутся реальные финансовые показатели редакции за предыдущий год. Какие именно — указано в форме № 2, там ничего придумывать не нужно. На размер субсидии, как я уже говорила, влияют ваши количественные затраты в виде количества выпущенных номеров и количества изданных полос.

Это не значит, что заявленным темам нужно посвящать целые полосы, речь, конечно же, идёт о суммарном объёме. Соответственно, если газета достаточно объём-

ная (у нас к примеру, 24 полосы в неделю, 1200 полос в год), то обеспечить проект необходимым количеством полос не составит труда.

Конечно же, на расчет субсидии влияют и количество сотрудников редакции, которым нужно платить зарплату, и размер тиража, и другие затраты. Но в основе всё же лежит объём публикаций по заявленному проекту. Ибо расчёт делается пропорционально.

Скажем, если за прошлый год на выпуск 150 номеров и 1200 газетных полос вы произвели такие-то затраты, включая зарплату, полиграфуслуги, почтовые, транспортные расходы и т.д., то, соответственно, на выпуск 90 номеров и 100 полос, заявленных по проекту, вы должны потратить пропорционально в процентном соотношении.

Единственные замечания, которые были к нашим расчётам, — в округлениях цифр, после запятых: коэффициенты, как оказалось, должны содержать значения вплоть до тысячных долей, а вот округления полученных результатов должны производиться до десятых долей.

Впрочем, это уже бухгалтерские тонкости, и более подробно на этом я останавливаться не буду. Одно могу сказать: если к содержательной составляющей проекта у экспертов не возникло вопросов и расчёты произведены лишь с незначительными огрехами, то представители управления финансирования и бухгалтерского учёта объяснят, в чём ваши ошибки, и проконсультируют, как их исправить.

Все необходимые контакты указаны на сайте Роспечати. Мне приходилось общаться по телефону с Натальей Викторовной Яковлевой, ни разу в консультации отказано не было. Очень доброжелательно и спокойно общается, хотя можно себе представить, сколько народу к ним обращаются. Так что Наталье Викторовне — мои персональные уважение и уважение.

Тем, кто решил участвовать в программе господдержки, стоит внимательно изучить все условия участия. В частности, в примечании к содержательному отчёту указано, что он может быть принят Роспечатью только при условии подтверждения Издателем выполнения п. 2.4 Договора «Издатель обязуется во время реализации проекта указывать в выходных данных издания следующие сведения: **«Выпуск издания осуществлён при финансовой поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям»**.

Так что имеет смысл включать эти сведения в выходные данные сразу после получения одобрения вашего проекта Роспечатью, поскольку между одобрением и получением денег может пройти довольно много времени. В прошлом году, к примеру, мы получали деньги уже практически в конце года, потому что когда предприятие большое, до сотни филиалов, очень сложно получить справку из налоговой об отсутствии задолженностей (а это обязательное условие при получении субсидий): то в одном филиале какие-то 2 рубля недоплаченные вылезут, то в другом.

Или взять этот год, когда решили всё сделать в самом начале. Проект составили и подали заявку уже в феврале, одобрение получили в апреле, а деньги пришли только в конце июня.

На то, чтобы составить отчёт по итогам выполнения проекта — как по содержательной, так и по финансовой части, даётся примерно полтора месяца — до конца февраля отчёты должны быть составлены и направлены в Роспечать. В первый раз мы составляли отчет в авральном порядке, бросив все остальные дела. Утрирую, конечно, ведь газету нужно выпускать независимо от подобных авралов. Сначала казалось, что времени после нового года вагон и маленькая тележка, а потом выяснилось, что его уже совсем нет.

Поэтому в следующий раз мы были умнее и **начали заполнять содержательный отчёт уже в процессе воплощения проекта**. Почему важно делать это загодя? Да потому что **финансовый отчёт, на составление которого тоже требуется время, делается на основании содержательного отчёта**.

Причём очень важно, чтобы общий объём публикаций, тираж и формат совпадали с указанными в заявке и договоре. В примечании сказано, что они должны совпадать или быть больше заявленных показателей.

Но мы перестраховывались и если получалось больше (а всегда получалось больше), то мы просто убрали всё лишнее из отчёта и сокращали до положенных, ибо непонятно, что тогда делать с



лишними затратами, которые получались сверх полученных субсидий.

По тиражу: **важно просчитать ожидаемый тираж с учётом возможных падений**, потому что лучше, если фактический тираж окажется выше заявленного, чем наоборот. В противном случае вполне вероятно, что придётся часть денег возвращать. Во всяком случае, так нам объясняли. Сами мы с этим не сталкивались, но лучше не рисковать.

Что даёт участие в программе господдержки? Возможность не только покрывать убытки, но и развивать газету. Само собой разумеется, что выделяемая субсидия тратится исключительно на воплощение проекта, включая расходы на бумагу, полиграфуслуги, зарплату и т.д., в отчёте, как уже говорилось выше, должна фигурировать каждая полученная копейка.

Зато другие доходы редакции (а они есть, мы ведь не сидим сложа руки в ожидании получения гранта, а зарабатываем на рекламе, на подписке) смело можем потратить на новую технику, на премии сотрудникам, на ремонт помещений, на новый дизайн газеты, да мало ли на что ещё! В любом случае для редакции это хорошее финансовое подспорье.

Кроме того, эти проекты позволяют взглянуть на освещаемые темы по-новому, с разных аспектов, и **не только следовать за происходящими событиями, но и самим их организовывать.**

К примеру, сейчас, в рамках нашего нового проекта **«Реформа ЖКХ: Жить Комфортно хочется»** мы объявили конкурс «А у нас во дворе». Свои дворы на участие в конкурсе выдвигают жители многоквартирных домов.

Баллы начисляются по нескольким пунктам:

- 1 Красота озеленения** палисадника.
- 2 Процент собираемости** коммунальных платежей.
- 3 Работа обслуживающей** организации по содержанию двора (чистота, наличие и исправность дворового инвентаря и др.).
- 4 Активность жителей** в акциях, направленных на благоустройство двора.
- 5 Наличие индивидуальности** двора, созданной и поддерживаемой жителями.

В течение конкурса будут публиковаться фоторепортажи с дворов-участников, по итогам конкурса будет составлен рейтинг дворов, результаты будут опубликованы в газете.

В рамках проекта **«Национальный ответ»**, который также реализуем в этом году, мы задумали сразу несколько конкурсов — это конкурс рассказов о национальных традициях, фотоконкурс «Национальный костюм» и литературный конкурс «Не русский я, но россиянин».

Словом, программа господдержки российской прессы реально работает, нужно просто решиться и принять в ней участие.

&