

# А завтра снова пойдём!

*А что районщики? Они ж как деревенские петухи: всё равно своё прокукарекают. Хоть рассвет не наступай...*

АЛЕКСАНДР ГРАЧЕВ

**Встречаются две лягушки:**

— Представляешь, позавчера шла через болото — **ИЗНАСИЛОВАЛИ!!!**

— Ужас!

— Это что, вчера иду через болото — опять **ИЗНАСИЛОВАЛИ!!!**

— И что делать-то будешь?!

— Что делать, что делать? Завтра опять пойдю!!!

*Анекдот из жизни*



**Александр Грачёв, главный редактор газеты «Воскресенская жизнь», Нижегородская область**



Пусть простят меня коллеги за столь фривольное вступление к такой сложной теме. Но известно же, что самые глупые вещи люди как раз совершают с серьёзным выражением лица. Итак, о важном, но с некоторой долей иронии.

Если перемотать киноленту памяти назад, то можно вспомнить, что разными творческими проектами редакция газеты «Воскресенская жизнь» занималась ещё лет 15–20 назад. В те годы областное

министерство давало нам что-то вроде госзаказов на освещение в местных СМИ социально значимых тем. Были тогда ещё на Нижегородчине проблемы, их нужно было решать, и лучше открыто.

Потом в области появился новый губернатор, а у него новая пресс-служба. Проблем не стало. И грантов тоже. Зато стало много пиара региональной власти в областных и центральных СМИ. А что районщики? Они ж как де-

ревенские петухи: всё равно своё прокукарекают. Хотя рассвет не наступай... А на вопрос строптивых редакторов: «Где деньги, Зин?» (в смысле: где гранты?) — руководитель пресс-службы отвечал с голливудской улыбкой: «А нету...» Так и жили...

Сейчас в области появился новый руководитель, а у него новая пресс-служба. И теперь как будто бы забрезжили утренние зарницы на пока ещё сером небосклоне нижегородской журналистики. Руководство Управления информационной политики и взаимодействия со СМИ уже заявило, что собирается возрождать конкурсы по социально значимым темам, выделять гранты. И в это почему-то очень хочется верить. А что ещё остаётся?

Но это будет завтра, а вчера... Вчера приходилось выживать, как той курочке, что по зёрнышку клюёт да сыта бывает. Различные конкурсы на вспомоществование и тогда были. Попробовали мы «поклевать» в одном месте, в другом.

Получалось не очень. Пока не узнали про то, что Федеральное агентство поддерживает местную прессу. И теперь мы каждый год отправляем заявки в Москву. Уже накоплен некоторый опыт. Почему так сдержанно говорю? Да потому, что в стране есть редакции, которые замахиваются и на большее, как в творческом плане, так и в финансовом. У «ВЖ» свои возможности и свой путь. Но и нашим скромным опытом тоже нередко интересуются редакторы районных газет.

Что я им обычно советую?

**В первую очередь менять право-**

**вую форму учреждений.** Вот информация для размышления: все медийные АНО (автономные некоммерческие организации) в Нижегородской области можно по пальцам одной руки пересчитать. Власть имущим проще держать редакции на коротком поводке.

Сначала я с пеной у рта убеждал знакомых и незнакомых глав районных администраций, что при переходе в АНО по сути ничего во взаимоотношениях власти и СМИ не изменится. Теперь говорю по-другому: «Не отпускайте их из МАУ. У нас на конкурсе заявок в Роспечати будет меньше конкурентов!» Шутку понимают правильно. Не отпускают.

Да, кто-то привык жить по-старому, и даже вполне благополучно, только в объятиях «муниципальной любви» можно и задохнуться. Поэтому, если есть хоть малейшая возможность сделать такой шаг, не раздумывайте — без сожаления расставайтесь с прошлым, и сами очень скоро увидите, что АНО открывает новые перспективы как в творчестве, так и в бизнесе. Одна из них — получать гранты Роспечати, где и то и другое совмещается самым удачным образом.

Знаю, что есть и редакции, у которых вроде бы с правовой формой всё в порядке, но они сами не горят желанием заниматься проектами. Уж очень хлопотное это дело: придумывать какие-то новые идеи, составлять заявки, писать сначала материалы в газету, потом отчёты в агентство. Зачем лишний хомут на шею? Вот им советовать что-либо сложнее. Как говорится, не хочешь — не ешь. Но если проснулся аппетит и появилось

желание попробовать себя в новой ипостаси, то сначала нужно выбрать тему проекта.

Тут бы надо сказать, что у себя в редакции мы ломаем головы, проводим планёрки, а на них мозговые атаки, дабы в муках хоть что-то родить оригинальное. Отчасти это так. Но только отчасти. **Посмотрите перечень тем, которые предлагает Федеральное агентство для выполнения заданий, — это же огромный простор для самовыражения!** Работай — не хочу!

Из всего разнообразия тем районщикам, конечно, ближе не высосанные из пальца, а связанные с какими-то местными проблемами. Например, три года назад мы узнали, что в нашем районе смертность от злоупотребления спиртными напитками гораздо выше, чем в других районах области. Так появился проект **«Воскресенский район — не территория алкоголизма, а территория ЗОЖ».**

Можно долго рассказывать о тех мероприятиях и акциях, которые мы проводили в рамках этого проекта: и выводили на чистую воду аптекарей, продающих смертоносную отраву в «фанфуриках», и вместе с администрацией района добивались подписания соглашений с торговцами об отказе от продажи фальсифицированной водки, и снимали короткометражный фильм о вреде пьянства, чтобы потом показать его учащимся лицея, и организовывали спортивные и культурные мероприятия за здоровый образ жизни...

Темой прониклись настолько, что между собой стали называть её не иначе как **«Алкоголики — это наш профиль».** И не мы одни

прониклись. Нашими сторонниками стали медики, работники культуры и образования, депутаты, чиновники...

Вот ещё один ненавязчивый совет: хотите выполнить проект своевременно и качественно — ищите заинтересованных партнёров. Что в общем-то у нас получилось и с этим проектом. Спустя год, по данным статистики Воскресенской ЦРБ, отмечалось **существенное снижение количества смертей по причине отравления спиртосодержащей продукцией**. Сметем надеяться, что в этом есть и наш вклад. Стало быть, не зря мы «ели хлеб» Роспечати.

Ещё об одном захватывающем проекте я расскажу чуть позже, когда мы завершим его полностью. Нет, за свою «Азбуку легенд и преданий Поветлужья» перед Федеральным агентством «ВЖ» отчиталась давно и полностью. Однако ж мы настолько увлеклись «бабушкиными сказками», что продолжаем эту очень интересную работу уже без господдержки, ради интереса — своего и читательского.

Неприменно расскажу, как проектом заинтересовались музейники, библиотекари, местные поэты и прозаики, люди учёные, как стали бескорыстно помогать нам и предлагать новые, хорошо забытые истории из прошлого, как мы сами вдруг осознали, что газетного формата бесконечно мало и что нужно обо всех этих фольклорных изысканиях рассказывать и читателям, и радиослушателям, и телезрителям. Такая вот нарисовалась связь между архаикой устно-

го народного творчества и будущностью мультимедиа.

Понятно, что любая проектная работа требует вложения сил, времени и энергии. Потому, начиная новый проект, важно понимать и прогнозировать результаты: не только те, которые направлены на решение конкретной проблемы, но и те, которые повлияют на атмосферу в коллективе.

Потому что проект — это и дополнительная нагрузка на журналистов, и она ещё ощутимее, когда редакция газеты такая небольшая, как наша. И вот тут очень важно, чтобы каждый сотрудник понимал, ради чего мы работаем в этом направлении. Идеальный вариант, когда не редактор, а сам журналист придумывает какую-то необычную идею, когда у него горят глаза или когда над выполнением задачи работает весь коллектив. Такой вот получается не тусовочный, а производственный team building.

Не знаю, возможно, это прозвучит несколько пафосно, но, на мой взгляд, осуществляя проект сегодня, мы, так или иначе, планируем своё будущее, стремимся заглянуть в завтрашний день. Не последнее дело, разумеется, и материальная сторона. У себя в редакции мы сразу же решили, что обязательно **часть средств гранта будем направлять на совершенствование технической базы**.

В прошлом году, например, наконец-то сбылась давняя мечта — **приобрели хороший, можно сказать профессиональный, квадрокоптер**. Вот тут наверняка кое-кто из сельских редакторов-газетчи-

ков, у кого сейчас в редакциях «дыра в кармане да вошь на аркане», скажет: «А на фигу козе баян?» На фигу — об этом в самом конце. Но вообще это пример того, как Федеральное агентство, будто припозднившийся Дед Мороз по весне, помогает исполняться желаниям.

**Пожелание к нему самому, к тем людям, которые очень внимательно, терпеливо работают с нами — грантополучателями, — только одно.** В стране всё больше редакций, которые занимаются конвергенцией. Они одновременно создают контент для газеты, телевидения, радио, соцсетей.

Говорят, что за мультимедийностью будущее журналистики, и, наверно, было бы неплохо как-то поддерживать и лелеять её ростки, то есть **возмещать затраты не только на газетное производство**.

Опять же собственный пример. Теперь всякий раз, выполняя задания по грантам Федерального агентства, мы не только публикуем материалы в районной газете, но и выпускаем в эфир теле- и радиопередачи, развиваем свой сайт, ведём группы в соцсетях, иногда используем дополненную реальность и другие современные технологии.

Да, это непросто, это труднее даже не в два, а в три раза. Но мы же лёгких путей не ищем и в середине января снова будем подавать заявку на участие в конкурсе Роспечати. Как та лягушка, что в очередной раз пойдёт через болото. Видимо, ей это нравится!

&