Алексей Малахов,
главный редактор
газеты «Ярославский
агрокурьер»,
Ярославская область

ЗАЧЕМ РАЙОНУ РАЙОНКА?

Что произойдет, если районная газета не выйдет? Победят ли печатное издание интернет-платформы? Возможна ли золотая середина? Каковы в этой связи роли учредителей и издателей?

Круглый стол редакторов ярославских районок с участием главного редактора журнала «Журналистика и медиарынок» Владимира Касютина в городе Гаврилов-Ям подогрел интерес к этой теме. Дефицит времени не позволил обсудить ее досконально. Картинки из жизни «Ярославского агрокурьера», которому в этом году исполняется 85 лет, — дополнительная информация к размышлению.

В декабре 2018 года, когда судьба привела меня в эту редакцию, подписной и розничный тиражи газеты в районе с почти 70-тысячным населением составляли… одну тысячу экземпляров.
Сто из них бесплатно получала районная администрация как учредитель издания. Муниципальное автономное учреждение «Ярославский агрокурьер» имело кредиторскую задолженность, близкую к критической. Коллектив редакции старался нарастить тираж и освободиться от долгов. Но ситуация почти не менялась из-за специфики пригородов областного центра.
В агломерациях не связывали свои информационные интересы с сельской газетой. А потенциальные рекламодатели из глубинки и сейчас искренне обижаются на предложения публиковать их материалы на платной основе.
Почтовая и редакционная подписки росли медленно — за 2019 год удалось добавить всего около 300 экземпляров. Расходы на доставку тиража силами редакции до точек продажи практически равнялись выручке от розницы.
Новые поселки городского типа и сегодня во многом terra incognita для «Ярославского агрокурьера». Хотя ситуация постепенно меняется.

Среди причин стагнации остаются малочисленность редакции (главный редактор, его заместитель, два журналиста, дизайнер-верстальщик, корректор, главный бухгалтер, редактор приложения для официальной публикации нормативно-правовых актов «Деловой вестник»); отсутствие автомашины, при том что пригородный район не имеет своего райцентра.
Материально-техническую базу газеты укрепили четыре года назад редакционно-техническим комплексом для верстки взамен изношенного, но половина компьютерного оборудования до сих пор дышит на ладан.
Пандемия коронавируса доко-

Ярославский агро курьер
12+
БУДУТ КОРМА – БУДЕТ МОЛОКО
Наши в кадровом резерве
Лучшие дружинники
Дубрава в Дубках
Борьба с борщевиком
Политоны под контролем
Летняя сказка в Михайловском
СТРОИТЕЛЬНАЯ БРИГАДА ВЫПОЛНИТ:
РЕМОНТ СТАРЫХ ДОМОВ
КРЫШИ, ФУНДАМЕНТ
ЗАМЕНА ВЕНЦОВ ПОД ДОМОМ
НОВЫЕ ПРИСТРОЙКИ
НОВЫЕ ДОМА
Слуховые аппараты

нала бы «Ярославский агрокурьер», если бы не меры, принятые редакцией совместно с учредителями.

Перерегистрация — с разделением на основной выпуск и публикатор официоза — помогла снизить расходы на «Деловой вестник» путем оптимизации его тиража.
Частично, на платной лицензионной основе, обновили рубрикатор и информационно-графическую модель газеты. В этом году объем основного выпуска сокращен с 16 до 12 полос за счет отказа от размещения телепрограммы.
Появился сайт «Ярославского агрокурьера», созданный при помощи спонсоров из числа сельхозпредприятий. **Регистрация сетевого издания позволила сделать его публикатором официоза — согласно Уставу района.**

Это также снизило расходы на бумажную версию «Делового вестника» — часть громоздких таблиц и карт размещаем в электронном формате.
Финансовую ситуацию стабилизировали, выбрав лучшую по соотношению «цена — качество» типографию, возобновив договорные отношения в рамках конкурсов, проводимых правительством Ярославской области.
Через ПАО «Сбербанк» редакция получила поддержку как организация, пострадавшая от пандемии. Благодаря требованиям банка к пакету документов для льготного кредитования появился полноценный договор с учредителем.
Положительно повлияли на доходы издательские проекты.
К 90-летию района вместе с районными агросоветом и управлением АПК, экологии и природопользования мы подготовили и реализовали книгу «Земля и люди. Агропромышленный комплекс Ярославского муниципального района: вчера, сегодня, завтра».
Вышли в свет спецвыпуск о работе строительной отрасли, полноцветный дайджест «Ярославского агрокурьера», буклет о социально-экономическом развитии района за пять лет.

С 2021 года «Ярославский агрокурьер» приходит к читателям бесплатно — благодаря помощи сотрудников домов культуры и библиотек районного управления культуры. Доставка в поселения организована нашими силами и транспортно-хозяйственным управлением районной администрации.
Редакция частично применила опыт газеты «Доверие» Собинского района Владимирской области. Для желающих получать издание на дом жителей отдаленных деревень сохранена возможность подписки через Почту России и агентство «Урал-Пресс» без оплаты каталожной стоимости.

Ежеквартальный мониторинг показывает: обновленная районка с тиражом свыше пяти тысяч экземпляров востребована.
Кстати, с 2019 по 2021 годы журналисты «Ярославского агрокурьера» не раз становились победителями и лауреатами региональных этапов всероссийских и областных конкурсов.
Благодаря росту тиража появились рекламодатели, которых интересует местная аудитория.
Однако нативной рекламы расположенных в районе предприятий, которых около 130, стало меньше. Их продукция реализуется в Ярославле, регионах России и за рубежом и не нуждается в продвижении на территории района.

Несмотря на статью 42 Закона о СМИ, настойчиво апеллируя к учредителю, требуют бесплатных публикаций надзорные и контролирующие структуры.

Перечисленные меры сохранили газету на плаву в пандемию, но не избавили от проблем с учетом инфляции и роста стоимости полиграфических услуг.

Ярославский агро курьер
12+
ДЕНЬ ОТКРЫТЫХ СЕРДЕЦ В КАРАБИХЕ

Коллектив редакции

Долги, пусть и меньшие, по-прежнему тормозят развитие. Форма МАУ не позволяет участвовать в большинстве тендеров, включая распределение средств через Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ. Отсутствие в штатном расписании специалистов по рекламе и распространению, а также юридической службы для решения хозяйственных и информационных споров чревато финансовыми потерями, оборачивается нагрузкой на пишущего главреда и главбуха, которые то и дело готовят еще и громоздкую бюджетную отчетность.

Чиновничья система оплаты труда ограничивает стимулы сотрудников, не предусматривает гонорар штатным и внештатным авторам. Средняя зарплата в редакции в два раза ниже региональной, приходится делать ставку на совместителей.
Муниципальное задание учредителя много лет предусматривает оплату только за публикацию нормативно-правовых актов районного уровня в приложении «Деловой вестник».
Это компенсирует лишь половину издержек на выпуск газеты.
Дополнительная платная печатная площадь под нормативно-правовые акты сельских поселений не спасает, тем более что объем их материалов ежегодно сокращается.
Финансирование освещения деятельности органов местного самоуправления журналистскими средствами — целиком на плечах редакционного коллектива, кардинально сокращенного в свое время волей учредителя.
Забавным кажется в этой связи высказывание автора книги «Интернет-журналистика» Александра Амзина: «Именно смычка журналистов и властей на ниве оголтелой пропаганды уничтожила на корню российскую районную прессу, которая гораздо чаще пишет статьи для одного читателя, а не для района».
Новые веяния заставляют задуматься о внутренней конкуренции, до сей поры не характерной для районных печатных медиа.
В апреле 2022 года в районе создали муниципальный центр управления.

Встреча главных редакторов ярославских районок в городе Гаврилов-Ям

В его структуру вошли руководитель, пресс-секретарь, специалист по работе с обращениями граждан. Некоторое время с центром сотрудничал видеооператор. Сотрудники МЦУ мониторят 99 групп в социальных сетях: 7 — администрации района, подразделений по туризму, молодежной политике, спорту и здравоохранению, 37 — учреждений культуры, 43 — образования, 7 — волонтерских отрядов. Страницы администрации и главы района созданы в соцсетях Одноклассники, ВКонтакте и Telegram.

Объем информации о работе органов местного самоуправления в пабликах — два-три поста в день. Ежедневно МЦУ имеет дело с обращениями жителей, в том числе через компьютерный ресурс «Инцидент-менеджмент». Эта статистика не учитывает множество неофициальных пабликов, чьи администраторы и модераторы, не обремененные выпуском печатного издания, тоже подходят к делу профессионально, регулярно публикуя как актуальную информацию, так и рекламу.

Не будучи подразделением МЦУ, редакция на уровне делового общения все же содействует его влиянию на имидж района. Распределяем ресурсы и время на бумажную газету и сетевое издание, на свои группы в социальных сетях. Содержание дублируется, но мы не согласились с предложением МЦУ публиковать посты по значимым инфоповодам только после их появления в официальных пабликах.

Любопытно, что интенсивность и качество работы МЦУ в соцсетях учитывает «Рейтинг-76» — региональный проект, направленный на здоровую конкуренцию между муниципальными районами. За его показатели в области строго спрашивают с руководителей муниципальных образований.

Еженедельные планерки органов власти и управления в районе и области начинаются не с анализа газетных публикаций, а с обзоров обращений жителей в соцсетях. **Роль и параметры развития ярославских районок эта система игнорирует**. Публи-

ковать собственный анализ на основе мониторинга соцсетей нам и коллегам по цеху, возможно, мешает и укоренившаяся самоцензура. Одно дело: обсуждение проблем узким кругом чиновников, другое — публично, на страницах районки, что вряд ли понравится учредителю.

Заменит ли множество не связанных между собой пабликов районную газету? Обеспечат ли они полноценный диалог власти и общества, политических оппонентов и страт населения? Удержат ли посредством информационного самообслуживания планку культуры спора и повлияют ли на формирование этой культуры? Останутся ли, в конце концов, в истории района, если даже интернет и «помнит все»?

Судьба бумажной версии снова под вопросом. Зачем наращивать тираж, а с ним и затраты при бесплатном распространении, если бумажная газета якобы нужна лишь старшему поколению, не пользующемуся интернетом? Возврат к платной системе распространения дискриминирует пожилых людей. Но начнут ли они заходить в сеть — в библиотеках и на почте? Как быть с молодыми читателями, особенно в следующем году, объявленном в Ярославском муниципальном районе Годом молодежи?

Продолжит ли очарованный соцсетями учредитель софинансировать печатное издание — с учетом реальных затрат и возможностей районного консолидированного бюджета, ликвидации остатков долгов, компенсации роста цен, индексации зарплат? Последние давно не растут: ни за счет муниципального заказа, ни из других доходов редакции — даже на минимум для муниципальных служащих, к которым не относятся журналисты и технический персонал районки?

Не случайно региональный Союз журналистов обратился в правительство области с письмом на тему крайне низких зарплат районных газетчиков. Внятного ответа на обращение не последовало. Местные бюджеты не спешат тратиться на поддержку районок.

Просить действительно нет смысла, надо предлагать. На основе экономического анализа работы редакций — внятную систему издания районной прессы.

Есть смысл поднять авторитет районных редакций через регион, по типу прежнего областного управления печати, включив область в число издателей? Областной структуре (условному издательству «Районная газета») при реальной поддержке со стороны областной власти в рамках минимальной бюджетной обеспеченности под силу оздоровить экономику местных редакций.

Это материально-техническое обеспечение (автомобили, лицензионное программное обеспечение, компьютеры, помещения), а также юридическая поддержка и помощь в отношениях с Почтой России и дистрибьюторами. В рамках областного издательства легче привлечь рекламу из-за пределов региона, организовать взаимовыгодный обмен рекламой.

На этом уровне удобней разработать приемлемые условия тендеров, типовые штатные расписания, чтобы исключить искусственное занижение редакционных штатов и фондов зарплаты, организовать профессиональное обучение (в т.ч. — учредителей взаимодействию со своими печатными органами на основе действующего законодательства), обмен полезным опытом, в том числе работы в сети.

Главные редакторы и журналисты на местах, получив материальную и моральную поддержку, продолжат делать разные по содержанию и оформлению газеты, отвечающие потребностям аудиторий разных районов, искать, думать, творить и (о, ужас!) критиковать — чаще даже более конструктивно, чем авторы постов в соцсетях.

Вхождение районных редакций в состав издательства может стать добровольным, исключительно на основе экономической привлекательности и объединения сил.

Коллеги как огня боятся чрезмерной централизации. Но мотив принятия решения может быть и другим: не потерять и без того призрачную из-за бедности редакций районок самостоятельность, да и сами районки, а разделить ответственность за качество, традиции и перспективы местной печатной периодики.

&