

# ВЛАСТЬ И ПРЕССА



НАТАЛЬЯ ДЕМЬЯНОВА



АЛЕКСЕЙ КАЗАКОВ



СЕРГЕЙ ЛОГИНОВ



НАТАЛИЯ СОРОКА



ИГОРЬ КАЙДАЛА



ГАЛИНА КУКЛА



МАКСИМ ЕРМАКОВ



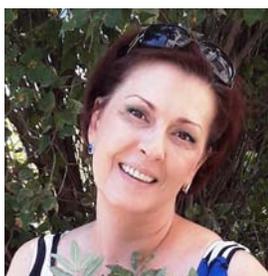
СВЕТЛАНА ДЗЮБИНСКАЯ



НИКИТА ДАНИШКИН



ОЛЬГА БЕРДЕЦКАЯ



ТАТЬЯНА ЛАДЕЙЩИКОВА



ЕЛЕНА КАРУЗИНА



НАТАЛЬЯ НИКОЛАЕВА



ГАЛИНА КОМОРНИКОВА



ВАЛЕНТИНА КУЙДИНА



ЛЮДМИЛА КЕЙБОЛ



ЕЛЕНА ОРЛОВА



ЛИЛИЯ КАЛМЫКОВА



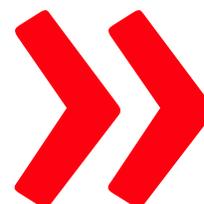
ЛАРИСА ГРАЧЕВА



ОЛЕГ ТЮМЕНЕВ



**Т**ема номера предложена  
Ниней Неугодовой,  
редактором газеты «Заря»  
Смоленского района  
Алтайского края



# Господдержка. Особенности регионов

ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ БЫЛ ПОСВЯЩЕН РАЗГОВОР ЗА КРУГЛЫМ СТОЛОМ, КОТОРЫЙ СОСТОЯЛСЯ НА ФЕСТИВАЛЕ «ВСЯ РОССИЯ – 2016» В ДАГОМЫСЕ

## СПИКЕРАМ БЫЛО ПРЕДЛОЖЕНО ОТВЕТИТЬ НА ДВА ОСНОВНЫХ ВОПРОСА:

- Как оказывается государственная поддержка местной прессы на региональном и федеральном уровне: принципы распределения средств, динамика, перспективы?
- Что происходит с организационно-правовыми формами редакций муниципальных газет: объединение в холдинги, перевод из муниципальной в региональную собственность, иные трансформации?

*Мы публикуем сокращенную стенограмму обсуждения, в котором также приняли участие журналисты разных субъектов РФ*



Наталья Демьянова, Михаил Вяткин.  
Фото Ольги Беляковой.

### Спикеры:

**НАТАЛЬЯ ДЕМЬЯНОВА**, начальник Управления по делам печати, телерадиовещания и связи Липецкой области

**ИГОРЬ КАЙДАЛА**, заместитель начальника Управления информационных проектов Новосибирской области, начальник отдела взаимодействия с подведомственными учреждениями и реализации программ

**СЕРГЕЙ ЛОГИНОВ**, начальник отдела по взаимодействию со средствами массовой информации Департамента информационной политики и средств массовой информации Пензенской области

**НАТАЛИЯ СОРОКА**, начальник отдела информационного сопровождения Управления пресс-службы и информации Правительства Челябинской области

**АЛЕКСЕЙ КАЗАКОВ**, директор Департамента информационной политики Приморского края

**СВЕТЛАНА ДЗЮБИНСКАЯ**, начальник отдела периодической печати Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям

### Наталья ДЕМЬЯНОВА

— У нас три направления деятельности. Это: финансовое сотрудничество с редакциями, создание условий для работы СМИ в регионе и совершенствование профессионального потенциала региональных журналистов.

Финансовое сотрудничество сокращается у всех. Сегодня говорят о том, что кризис, что пресса нерентабельна, что нужно зарабатывать. Отдельные регионы перешли на финансирование по модели 50/50% (собственные средства/субсидии), но у нас, к сожалению, пока так не получается. В идеале наши финансисты ставят нам задачу 80/20%, а то и еще меньше.

Существуют издания, которые никогда не смогут перейти на самофинансирование, например, детские или молодежные. Наверное, пришла пора вернуться к практике социальных заказов, когда государство поддерживало издания, которые никогда не станут рентабельными.

Создание условий для работы СМИ — что мы под этим подразумеваем? Условия — это значит среда, в которой средства массовой информации могут работать. В том числе и с чиновниками. У нас в Управлении есть четкое правило: чиновники должны встречаться с прессой и давать комментарии на любые темы. Мы ежедневно собираем планы всех структурных подразделений администрации области, а также федеральных структур в регионе. Эту информацию распространяем по средствам



массовой информации. Конечно, не все получается гладко. Есть чиновники, которые отказываются встречаться с прессой, но мы находим методы воздействия.

Мы работаем над развитием системы распространения печатной продукции. Липецкая область, наверное, — единственная, сохранившая систему «Роспечати», которая была в советские времена. В киосках «Роспечати» у нас пресса — не сопутствующий товар, как во многих регионах, а основной. 80% розничной торговли — это пресса, причем 20% — региональная пресса.

В выкладке в первую очередь наши общественно-политические издания, детские, молодежные, районные газеты. Остальное — канцелярские товары, книжки для детей. В наших киос-

Светлана Дзюбинская и модераторы беседы секретари СЖР Владимир Касютин и Денис Токарский.  
Фото Ольги Беляковой.

ках не торгуют ни табаком, ни энергетиками, ни алкоголем.

Мы установили самую низкую арендную плату под киосками в России. В районах — от двух до десяти рублей за один квадратный метр, в областном центре — не выше пятнадцати в месяц.

Мы открыли два мультимедийных киоска площадью 32 квадратных метра и предусмотрели там все: и доступную среду, и воду, и каждый киоск у нас с кондиционером и отоплением, чтобы в киоск заходил любой — и колясочник, и инвалид.

Для того чтобы у нас на аукционах не расхватывали предприниматели землю под киосками под торговлю

алкоголем, мы продлили договоры арендной платы до семи лет. То есть семь лет наши киоски будут стоять стабильно на выделенных местах. И, естественно, читатель будет их хорошо знать. Не только в Липецке, но и во всех 18 районах области.

Мы субсидируем затраты «Роспечать» на работу в отдаленных районах области. Эта программа принята Законодательным собранием до 2020 года.

Вот уже несколько лет мы проводим промоакции в поддержку чтения: «Люди Ч», «100 книг» и другие. Изготавливаем специальные баннеры, например, «Липецк — самый читающий город в России среди молодежи», используем социальные сети.

Например, кампания «100 книг» велась в основном в Интернете. Мы предложили молодежи написать названия ста книг, которые, по их мнению, должен прочитать каждый. Баннеры мы размещали и на киосках «Роспечати», и везде где только можно. Проводили флешмобы, в торговых центрах наши молодые люди читали книги. Финансируется эта кампания нами — Управлением по делам печати, мы находим на это деньги.

Лед тронулся — социологические исследования показали, что 70% молодых людей повернулись лицом к книгам и газетам. Это далекоидущие планы, потому что если молодые люди начнут читать, то у нас и розничные продажи газет пойдут, соответственно, и доходы редакций вырастут.

Учебу для журналистов мы проводим регулярно, приглашаем всевоз-

можных спикеров. Это и веб-дизайнеры, и специалисты по русскому языку, и даже психологи, которые учат наших редакторов руководить коллективами. В прошлом году совместно с Союзом журналистов возродили «кустовые летучки» для районных газет. На этих «летучках» разбираем контент и дизайн изданий.

Районные газеты у нас имеют форму собственности МАУ (муниципальное автономное учреждение), и Управление по делам печати не имеет возможности поддерживать эти газеты финансово. Сегодня эти газеты очень зависят от районных глав. Мы задумываемся о том, чтобы их централизовать и вести единонаправленное финансирование.

В этом году Управление ввело своеобразный рейтинг для районных газет. Для определения рейтинга мы взяли три основные номинации: мультимедийные характеристики, содержание и иллюстрирование, — итоги которого подводятся ежемесячно.

Каждый редактор получает сообщение о том, что его газета в этом месяце на таком-то месте в рейтинге, такое же сообщение получает глава районной администрации. Это сделано для того, чтобы главы задумались о том, что, для того чтобы газета была лучше, нужно ее все-таки финансировать, и не по остаточному принципу, как часто сейчас делается.

В Липецкой области для СМИ при нашей поддержке проводится ежегодный творческий конкурс, там 21 номинация, там денежная поддержка, и достаточно ощутимая. А еще мы проводим каждый год представительный региональный Медиа-форум.

### **Игорь КАЙДАЛА**

— В Новосибирской области есть два органа, которые ответственны за взаимодействие со средствами массовой информации: Департамент информационной политики администрации губернатора и правительства региона и Управление информационных проектов Новосибирской области, которое я представляю. Департамент занимается всем, что связано с политикой, мы — только деньгами и не касаемся политики. Такое четкое разграничение.

Мы являемся исполнителями мероприятий ведомственной целевой программы, которая прошла через правительство нашего региона, она называется «Информирование населения о социально-экономическом развитии Новосибирской области на 2016—2021 гг.». Все финансирование у нас проводят в рамках этой программы.

Нам подведомственна достаточно существенная сеть средств массовой информации, находящихся как в статусе учреждений, так и структурных подразделений нашего самого большого автономного учреждения. Это издательский дом «Советская Сибирь», который издает двенадцать газет, плюс своя городская — тринадцатая и, собственно говоря, большая областная — четырнадцатая. И плюс

еще сайт «Все новости Новосибирской области».

И у нас есть еще, кроме «Советской Сибири», 21 учреждение, это еще одна областная газета — парламентская «Ведомости нашего Законодательного собрания», и 21 районная газета. Администрации районов к этим газетам не имеют никакого отношения, взаимодействуют только по договорам об информационном сотрудничестве. И, соответственно, если такого договора с редакцией нет, газета этого главу просто игнорирует. В газете нет главы. Район есть, все, что происходит на территории района, есть, но если нет от администрации района денег — самого главы в газете нет.

У нас в этом году кардинально изменился принцип формирования государственного задания, на основании которого мы финансируем наши государственные учреждения — районки и областные газеты. Установлен единый объем для всех наших проектов и, соответственно, с единым объемом денег за это государственное задание. Мы в каждой газете заказываем информирование населения о социально-экономическом развитии региона. 2—3 полосы в неделю. И за это мы оплачиваем из расчета 11 670 руб. — стоимость одной полосы.

Те, кто не справился с новым принципом государственного финансирования государственного задания, становятся структурным

подразделением нашего Издательского дома.

Мы не называем это холдингом — слово некрасивое, нерусское, непонятное, пугающее, поэтому это теперь у нас структурное подразделение.

То есть в Издательский дом мы берем только тех, которые не справились с изменением правил. В этом году их будет таких пять. Все остальные у нас достаточно финансово успешны, хорошо работают. У нас есть редакции, которые работают по принципу 95/5%. То есть они зарабатывают на себя практически сами, зачем мы им — в принципе непонятно.

И у нас есть еще другая составляющая нашей работы — это государственные контракты, с помощью которых мы выходим на рынок с бюджетом, который торгуется по 44-му закону. Мы с текущего года даже свое областное государственное телевидение перевели на рыночную форму, больше субсидию не даем, они так же на общих правах торгуются за те средства, которые мы выставляем на рынок.

У нас есть еще областная премия, премия губернатора Новосибирской области в сфере средств массовой информации — «Литера». Каждый год мы награждаем 20 лучших журналистов. Кандидатов представляют коллеги, они проходят через конкурсную комиссию — в общем, не так просто стать победителем «Литеры». И у нас есть принципиальная позиция, это не руководители, это именно журналистское племя. Ценный приз оплачивается на сумму 50 тысяч

рублей. В этом году это были айфоны.

**— Скажите, пожалуйста, вот эти 2—3 полосы по госзаданию, которые оплачиваются, — это что, субсидия?**

**Игорь КАЙДАЛА**

— Это субсидия на выполнение государственного задания.

**— Хорошо. Тогда скажите, пожалуйста, как вы строите взаимоотношения с ФАС, как вы эту субсидию даете, раз это не на конкурсной основе?**

**Игорь КАЙДАЛА**

— Нет, это государственные, и мы обязаны для государственного учреждения установить государственное задание.

**— А как вы работаете с негосударственными?**

**Игорь КАЙДАЛА**

— 44-ФЗ. Только контрактная система. У нас в этом году около сорока контрактов общей суммой выставлялись на торги через аукцион. Мы тематику выставляем, мы работаем с тематикой и только с тематикой.

**Сергей ЛОГИНОВ**

Департаменту подведомственных 27 государственных автономных учреждений, это областная газета «Пензенская правда» и еще 26 районных газет. 27-я районная газета у нас, так скажем, департаменту не подведомственна, но она де-юре не подведомственна, а де-факто мы с ней работа-



ем, она сейчас имеет статус ОАО и единственная может участвовать в распределении государственных контрактов.

Субсидии из бюджета — если по районным газетам это приблизительно одна и та же сумма (порядка 40 миллионов руб. в год, если разделить на 26, получится примерно 1,5 миллиона на одну газету, плюс/минус), то по «Пензенской правде» сумма варьируется, но в 2014 году — это когда у нас произошел отказ от финансирования Почты России. Соответственно, у нас снизилась полосность, и поэтому денег стало поступать меньше.

С негосударственными СМИ также представлено: 5 телеканалов, около 15 газет. На самом деле газет таких новостных, скажем, их всего около пяти, не так много. Остальные больше рекламно-информационного характера.



Наталья Демьянова, Алексей Казаков

С федеральными СМИ мы тоже работаем, но в последние годы у нас происходит, так скажем, перекося в поддержку именно региональных СМИ.

Хочу сказать, почему сейчас больше внимания уделяется именно поддержке СМИ Пензенской области. Мы тоже работаем по 44-ФЗ, определяем тематику, но в том числе, вот например, по пензенским телеканалам у нас в 2013 году на конкурсе «Вся Россия» выиграл проект «Первая студия» телеканала «Экспресс», в 2011 году тоже выиграл проект «Робинзоны», и все эти программы были представлены именно при нашем финансировании. Поэтому, собственно говоря, я думаю, для продвижения региона это очень важно и полезно.

Скажу пару слов о наших образовательных проектах. Это фестиваль «Мы из Пензы», на котором мы тоже в этом году проводили конкурс журналистских работ впервые за многие годы. У нас работает «Школа юного журналиста», это работающий на перспективу проект, потому что все равно люди уезжают и в Москву, и в другие регионы учиться. Мне кажется, это все-таки такой проект по воспитанию самого нашего журфака, где преподают в основном люди, ни дня не работавшие в средствах массовой информации. А с нашей помощью старшеклассникам мы там устраиваем мастер-классы известных пензенских журналистов, и это полезно и самим преподавателям.

Регион-центр — это так называемые общественные приемные, через которые идет обратная связь, куда люди могут пожаловаться.

Ну, собственно, это всегда было в районной газете, просто такой фор-

мат был придуман в свое время. И в настоящее время запускается проект Регионального информационного агентства Пензенской области, которое будет объединять новости из всех районов.

### **Наталья СОРОКА**

— В 2011 году у нас было упразднено Управление по делам печати и массовых коммуникаций. Оставшиеся «бойцы» перешли в Информационно-аналитическое управление администрации губернатора. В прошлом году также успешно упразднили Информационно-аналитическое управление администрации губернатора, как и саму администрацию. И сейчас я работаю в новой структуре, которая называется Управление пресс-службы и информации Правительства Челябинской области. Нам дали начальника — Дмитрия Николаевича Федечкина, возвращению которого мы были очень рады.

У нас тоже есть областная газета, у нас областное телевидение, у нас подведомственные, как мы их называем (может быть, не совсем уважительно к коллегам звучит), районные газеты (их 36). Они существуют в форме автономных некоммерческих организаций (АНО).

В прошлом году мы распределили 200 миллионов руб. на поддержку СМИ. Из них примерно 125 миллионов получает областной телеканал. 12 миллионов отдаем на соцпроекты для муниципальных телекомпаний.

40 миллионов уходит на областные издания: «Южноуральская панорама», «Губерния», «Парламентская».

И на районки в прошлом году у нас было 30 миллионов, в этом году — 20. В прошлом больше — потому что в прошлом году проходили региональные выборы.

Как мы поддерживаем АНО? Вот прямо финансируем и все. Есть постановление «На возмещение части затрат на производство и распространение СМИ». Редакция готовит пакет документов, у нас разработаны требования — что как предоставляется.

Какие затраты мы возмещаем? Оплата труда, гонорар, расходы на бумагу, типографские расходы, распространение, аренда, коммунальные, содержание имущества, услуги сторонних организаций, связанные с производством СМИ. Не более 20% от затрат.

Делаем мы это по математической формуле, которую в этом году Дмитрий Николаевич Федечкин сам лично разрабатывал. От чего зависит, кто сколько денег получит? От тиража, от охвата, цветности, полосности и обязательно Интернет, обязательно соцсети, SEO-продвижение. И вот... садимся, считаем.

18 лет подряд мы проводим областной фестиваль СМИ, его бюджет 3 миллиона.

Миллион выделяет областной бюджет, и 2 миллиона мы собираем с помощью спонсоров.

В этом бюджете полмиллиона из трех отдаются на творческие конкурсы по номинациям.

А со следующего года мы переходим на систему грантовой поддержки.

### **Алексей КАЗАКОВ**

— Слушал коллег и думал о том, что велика Россия и возможностей поддержки средств массовой информации великое множество. Приморский край тоже уникален своей ситуацией: у нас нет подведомственных городских и районных СМИ, у нас есть всего два подведомственных издания: краевая «Приморская газета» и общественное региональное телевидение. Они работают у нас по государственному заданию.

В июле прошлого года мы разработали специальное положение и

**Сергей Логинов**



действуем по системе поддержки средств массовой информации в виде субсидий. Для того чтобы средство массовой информации эту субсидию получило, нужно пройти конкурсный отбор. Это обязательное требование, мы не отдаем просто так деньги, мы разыгрываем 19 тем, все они имеют социальное звучание.

Мы не требуем, чтобы там были упоминания про администрацию Приморского края, про какие-то персоналии, мы говорим о том, что вот есть 19 тем, они вам все тоже понятны и близки. Это: здоровый образ жизни, образовательные проекты, все, что связано с памятными датами, патриотика, здравоохранение, туризм и т.д. и т.п.

Мы предлагаем: коллеги, давайте, разрабатывайте проекты, представляйте их на конкурсную комиссию, и, в случае если ваш проект эту конкурсную комиссию пройдет, мы с вами заключаем соглашение, и при их реализации вы получаете компенсацию из бюджета Приморского края.

Кто судьи? Это тоже немаловажно.

Судьи — это отраслевая комиссия в составе 11 человек, чиновников из них всего лишь двое. Остальные — это либо журналисты (как правило, это не просто журналисты, потому что они могут быть аффилированы из средств массовой информации, это, как правило, журналисты «в отставке», люди уважаемые, имеющие большой опыт работы), плюс Общественную палату включили, плюс почетные граждане Приморского края. То есть аффилированность этих людей и их заинтересованность практически близка к нулю.

### Субсидии из бюджета Пензенской области подведомственным СМИ на выпуск газет



### Контракты на предоставление информации через СМИ



### Тиражи подведомственных СМИ



Кто может участвовать в конкурсе? Все средства массовой информации, которые являются налогоплательщиками в Приморском крае. Как происходит конкурсный отбор? В первую очередь мы — конкурсная комиссия (кстати, я не являюсь председателем) — смотрим на актуальность проектов, на их творческую проработанность, себестоимость. Если, например, средство массовой информации хочет получить очень большие деньги, то проект получает меньше шансов на победу.

Из 60 проектов, которые мы рассматривали в этом году, победили 46. Конкурс не очень большой пока, но его востребованность уже гораздо больше по сравнению с тем, что было в прошлом году, когда мы этот проект внедряли.

Теперь что касается сумм. На субсидии в 2015 году мы выделяли 24 450 тысяч рублей, в этом году — чуть меньше: 24 115 тысяч рублей, но в этом году мы перестали работать с городскими и районными СМИ, которые имеют статус муниципальных учреждений. Кто понимает в бюджетном законодательстве, знает, что форма субсидий не работает именно с учреждениями — государственными и муниципальными. Для них предназначены субсидии в виде грантов.

Мы эту систему внедряли, но пока у нас есть сложности: почему-то наши муниципальные коллеги, которые имеют статус автономных или бюджетных учреждений, скажем так, не очень заинтересованы в получении этих денег.



Алексей Казаков

### — Небольшие суммы?

#### КАЗАКОВ А.В.

— По-разному. То есть самые крупные субсидии — полтора миллиона и выше. Небольшое средство массовой информации — около 150 тысяч.

Из плюсов нашей системы я бы отметил увеличение объема публикуемой и транслируемой социально значимой информации, а также переход редакций к медиапланированию.

Ну и еще скажу о том, что уже третий год у нас проводится Медиафорум, который уже вышел за рамки региона.

#### Светлана ДЗЮБИНСКАЯ

— Мы выделяем субсидии на реализацию социально значимых проектов печатных СМИ. Вот опыт Влади-

востока, Приморского края — некая аналогия наших субсидий, может быть, только у них шире перечень, на что они дают. У нас статьи господдержки ограничиваются заработной платой, бумагой и полиграфией, авторским гонораром, транспортировкой и распространением при условии, что расходы подтверждены первичными платежными документами.

Главное ограничение — это то, что у нас к конкурсу не допускаются государственные муниципальные учреждения, в соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации. И сколько бы коллеги нам ни говорили, что это несправедливо, ни я, ни руководитель Федерального агентства изменить это положение не в силах.

В Роспечать поступило в этом году 1138 заявок на реализацию социально значимых проектов, у нас состоялось четыре заседания Экспертного совета. В этом году у нас было 318,5 миллиона руб. всего и на федеральные, и на региональные СМИ. Поддержали мы 848 проектов, 74,5% заявок обеспечили. Получили поддержку 659 печатных изданий из 69 субъектов.

Очень радует, что количество субъектов растет с каждым годом. В этом году у нас впервые появилась Северная Осетия — Алания (правда, всего одно издание), опять появилась Карелия (долгое время не участвовала в конкурсе).

В этом году количество СМИ — региональных получателей увеличилось, но количество проектов сократилось. Это говорит о том, что раньше кто-то получил господдержку на два-

Наталья Сорока



Игорь Кайдала

три проекта. Мы старались увеличить количество получателей.

Проекты очень разные. Бывают удивительные вещи. Например, коллеги из Волгоградской области прислали проект, запрашивающий господдержку на сумму 3,8 тысячи руб.(!)

Поэтому я призываю к адекватности при описании социально значимых проектов. Не надо нам присылать проекты на 25 миллионов, этим вызовите только непонимание у членов Экспертного совета, потому что таких денег просто нет. Но и на 3800 тоже не надо присылать, это смешно.

Что радует? Вот сейчас разговаривали с редакцией газеты из Краснодарского края, им наш грант помог выйти на цвет.

Как будем жить в 2017 году? Пока страшных вестей из Минфина не приходило. У нас есть предположение, что, поскольку второй год вот нам эти дополнительные средства закладывали в бюджете на региональные СМИ, — они и в следующем году будут.

Возможно, подкорректируют, но есть надежда, что немножко. Если будут какие-то проблемные ситуации, я думаю, что мы обратимся к нашим коллегам и депутатам Госдумы за поддержкой и попросим, чтобы они пролоббировали интересы региональной прессы.

&

