

РЕКОМЕНДАЦІЇ тимчасової комісії Народної Ради Боярки з питань діяльності комунального підприємства “Інформаційне агентство “Боярка-інформ”

Тимчасова комісія Народної Ради з питань діяльності КП “Інформаційне агентство “Боярка-інформ” була затверджена у складі 5 осіб, а саме:

Членкиня Народної ради:

Ганна Тимченко – контактна особа від НРБ, спеціаліст-рекламіст

Залучені експерти:

- Анна Фломбойм – соціальний педагог, учасниця численних соціальних і видавничих проєктів;
- Євгенія Непиталюк – журналіст, ст.викладач КНУТКиТ ім.Карпенка-Карого;
- Ліліт Абраамян – журналіст ДТРК «Культура»;
- Юлія Апостолова – менеджер з реклами.
- Марія Кириленко – керівник інформаційно-аналітичної служби ЦСПР, публіцист.

До діяльності комісії на консультативному рівні (у тому числі під час ділової гри) були також залучені наступні **громадські діячі та фахівці:**

- Ангеліна Лахтадир – директор Києво-Святошинського центру соціально-психологічної реабілітації населення;

- Ольга Ковчан – фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою ЦСПР;
- Тетяна Чіркова – соціолог;
- Вікторія Лахтадир – спеціаліст-рекламіст;
- Михайло Чернічкін – фотограф;

Боярські активісти Галина Зуєва, Олександр Степаненко, Олександр Грабовенко; Людмила Петраускене.

Члени Народної ради Боярки В'ячеслав Сенчук (координатор НРБ), Світлана Камінська (секретар НРБ), Сергій Карєв, Дмитро Жигінас.

Активно співпрацювали з комісією **працівники КП «Боярка-інформ»:**

- Ганна Коваленко – директор КП «Боярка-інформ».
- Тетяна Володай – головний редактор газети «Боярка-інформ».
- Радислав Кокодзей – журналіст «Боярка-інформ»
- Олександр Підручний – фотограф «Боярка-інформ»

Комісія діяла з 15 березня по 10 червня 2014 року. За цей період члени комісії здійснили наступні заходи:

- Взяли участь у 6-ти засіданнях, враховуючи установчі збори, спільне засідання з виконкомом Народної ради Боярки, на котрому відбулося затвердження комісії, робочі зустрічі та заключне засідання із затвердженням підсумкових документів діяльності комісії.
- Відпрацьовували документи, готували заходи, обговорювали організаційні питання в режимі он-лайн в закритій робочій групі «Оновлена “Боярка-інформ”» в соціальній мережі Фейсбук.
- Висвітлювали свою діяльність у газеті «Боярка-інформ», на сайті ЦСПР, на порталі Народної ради Боярки <http://nrp.org.ua/> та у соціальній мережі Фейсбук, зокрема у групах «Боярське земляцтво» та «Народна рада Боярка».

- Провели соціологічне дослідження «Міська газета» – у співпраці з ГО «Центр розвитку громад» та НРБ (аналітичну записку див. у додатках).
- Провели ділову гру «Міська газета» – у співпраці з Києво-Святошинським центром соціально-психологічної реабілітації населення.
- Розробили дані рекомендації.

У результаті своєї діяльності комісія виробила рекомендації КП «Боярка-інформ» (в частині, що стосується однойменної газети), котрі і виклала в даному документі.

Загальний аналіз діяльності місцевої газети та вивчення результатів соціологічного дослідження показав, що місто Боярка беззаперечно потребує збереження та покращення місцевої газети.

Газета «Боярка-інформ» цілком прийнятна, витримана в стандартах, визначених для міської газети, має непоганий дизайн та грамотну верстку. Чудовою її вважає 9 % опитаних боярчан, а звичайною (такою, як в інших містах) – 42%. Разом із тим, існуючі фінансові проблеми та недостатньо високий рівень популярності газети (лише 11% постійних читачів) свідчить про те, що потрібна системна робота з метою подолання деяких недоліків, підвищення попиту на газету та її фінансового розвитку. Значна частина читачів (35 %) вважає, що газета потребує кардинального оновлення.

Вивчення основних проблем у діяльності міської газети «Боярка-інформ» показало, що здебільшого вони пов'язані з тим, що існують:

1. Проблеми у фінансуванні

- Недофінансування з міського бюджету
- Борги, які залишилися після попереднього керівництва
- Борги окремих осіб за використання рекламних площ
- Недостатньо прозора рекламна діяльність КП «Б-інформ» через усталену практику взаємовідносин з Боярською

міською радою

2. Замалий штат працівників.
3. Не передбачено гонорари залученим дописувачам.
4. Відсутність стратегічного плану розвитку газети.
5. Недоліки у змістовній частині:
 - Задовгі статті з великою кількістю «води».
 - Занадто компліментарний та запопадливий стиль стосовно міського голови та інших посадовців (немає значення через цензуру чи самоцензуру).
 - Дещо стандартні, шаблонні, схожі одна на одну статті.
 - Відсутність постійних дописувачів достатньо високого рівня (соціологів, політологів, знаних публіцистів, журналістів, що співпрацюють із солідними виданнями).
 - Уникання «гострих» резонансних тем, що привертали б увагу боярчан та підвищували популярність газети.

З метою подолання цих та інших недоліків комісія розробила наступні рекомендації.

РЕКОМЕНДАЦІЇ

з підвищення популярності міської газети «Боярка-інформ»

1. ЗАГАЛЬНИЙ ВИГЛЯД, СТИЛЬ, ДИЗАЙН

1.1. Надати газеті більш сучасного зовнішнього вигляду, узгодженого з оновленим підходом до змісту газети:

- Дизайн має бути більш сучасним і лаконічним.
- Збільшити кількість інфографіки.
- Слідкувати за збалансованістю верстки.
- Розробити новий макет верстки згідно з оновленою концепцією контенту.

1.2. Звернути увагу на загальну стилістику газети, зокрема:

- Знати міру як у кількості згадувань, так і в тональності при згадках про місцевих посадовців; обмежити кількість фото міського голови та ін. на один номер газети. Бажано не більше одного-двох на випуск.
- Приділяти однакову увагу у статтях з соціально-політичної тематики як посадовцям, так і представникам громади.
- Цитувати в статтях не лише посадовців, але й пересічних громадян.
- Зберігати баланс позитивних та критичних матеріалів.
- Практикувати різножанрові публікації, розраховані на різну цільову аудиторію (від розважальних – до інтелектуальних).
- Залучати нових авторів, які б урізноманітнили газету своїм авторським стилем.
- Практикувати короткі повідомлення про події, адресуючи читачів до розширеного формату статей на сайті Б-інформ.

2. РЕДАКЦІЙНА ПОЛІТИКА

Що стосується редакційної політики, то основною рекомендацією є виробити такий підхід, за якого міська газета «Боярка-інформ» відобразить **весь спектр думок місцевої громади**.

Спілкування членів комісії з окремими представниками депутатського корпусу, виконкому Боярської міської ради, перших осіб міста свідчить, що серед представників місцевого самоврядування існує наступна думка: оскільки місцева газета є органом БМР, то має відображати виключно позицію міського голови та депутатського корпусу. А якщо громадськість хоче чути альтернативну думку, то нехай самотужки випускає альтернативну газету.

Кардинально протилежна думка активістів: газета фінансується з міського бюджету, що формується з податків боярчан, і не є приватною власністю групи осіб, навіть обраних громадою. Тож має відображати не тільки провладну точку зору, але й думку громадських об'єднань, окремих боярчан, а також опозиції в

міській раді (якщо вона є). Ця точка зору повною мірою співпадає з думкою членів комісії та результатами опитування широкого загалу боярчан: 62% опитаних зазначили, що можливість бачити в газеті альтернативні думки – це основна вимога до газети, а 22% – що це для них важливо. Таким чином, аж для 84% опитаних відображення у газеті альтернативних думок є достатньо значимим. Лише 10% громадян це байдуже, а 6% уникли відповіді на дане питання.

На глибоке переконання комісії, представлення у місцевій газеті альтернативної думки не має бути завданням і проблемою самої громади. Підхід: «Якщо ви хочете опонувати владі, то самі й пишіть, а ми подивимось, чи надрукуємо» не є конструктивним. Об'єктивність і представлення різного спектру думок, наявність критичних та полемічних матеріалів має бути елементом редакційної політики і завданням редакційних працівників нарівні з висвітленням позиції влади.

Водночас зазначимо, що лише за системної активної участі місцевих активістів, їх готовності до конструктивної співпраці з журналістами можливе стабільне забезпечення редакційної політики в частині об'єктивності, актуальності та свободи слова.

3. КОНТЕНТ (рубрикація, тематика матеріалів)

3.1. Пам'ятати про весь спектр напрямків діяльності місцевих ЗМІ. Згадаємо лише деякі завдання, котрі визначають змістовну частину.

(1) Джерело інформації:

- Дзеркало життя: новини міста, звіти про заходи, висвітлення подій
- Корисна інформація: об'яви, програми культурних подій міста тощо.

(2) Комунікатор в системі «влада – громада»:

– Зі сторони влади:

- Офіційні документи
- Докладне висвітлення важливих рішень – з аргументацією, тлумаченням, історією вирішення проблеми тощо
- Висвітлення позиції місцевої влади в контексті дискусійних загальнонаціональних питань.
- Відповіді на звернення громадян.

– Зі сторони громади:

- Публічні звернення, «відкриті листи» до влади, пропозиції та подяки – можливість задекларувати своє ставлення до подій, оцінити діяльність влади
- Коментування подій, у тому числі загальнонаціонального масштабу – можливість висловити свою думку
- Майданчик для публічних дискусій, обговорення рішень, що готуються, висунення громадських ініціатив

(3) Інструмент розбудови громадянського суспільства:

- Регулярні матеріали про окремих представників “третього сектора” на рівні персоналій та громадських організацій у Боярці: проблеми, поява нових організацій, візитівки організацій
- Висвітлення діяльності “третього сектора”, себто громадських та благодійних організацій
- Висунення і підтримка громадських ініціатив

(4) Консолідація громади:

- Пошук та оприлюднення тем та ідей, що об’єднують громаду
- Інформаційна підтримка загальноміських заходів, акцій, починань.
- Формування і закріплення у свідомості громади місцевих традицій
- Висвітлення історії рідного краю, біографій видатних особистостей, місцевих легенд та позитивних міфологем

(5) Захист прав та законних інтересів членів громади:

- Правовий лікнеп
- Юридичні консультації
- Викривальні матеріали щодо порушень законодавства, непрозорих схем, фактів корупції

(6) Виховна та просвітницька роль:

- Публікації на теми моралі, етики, етикету
- Психологічна просвіта
- Статті на теми культури

(7) Інструмент зниження соціальної напруги та покращення життя громади:

- Висвітлення недоліків у діяльності державних установ (міськрада, паспортний стіл, установи, що мають стосунок до оформлення субсидії тощо) з подальшим супроводом – чи усунуті недоліки в діяльності цих організацій та установ.
- Вивчення закладів сфери обслуговування, магазинів тощо (наприклад, огляд усіх аптек міста, з аналізом цінової політики, зручності розташування, наявності пандусів, якості обслуговування).
- Огляд банків міста також із аналізом якості обслуговування: час роботи, чи працює вихідними днями, довжина черг, чи може працююча людина користуватися послугами відділень банків у Боярці.
- Огляд цінової політики в Боярці. Зокрема, існує думка, що Боярка – одне з найдорожчих міст України: заробітні плати боярські, а ціни на продукти харчування – вищі київських. Також потребує вивчення твердження про наявність у Боярці «мафії», котра монополює «тримає ціни» та перешкоджає входженню на ринок Боярки великих торгових мереж... тощо

(8) Релаксуюча та розважальна роль:

- Позитивні, життєстверджуючі, веселі матеріали (анекдоти, роздуми на концептуальні теми, соціальна психологія,

притчі, тощо)

- Вправи «для мозку» (кросворди, ребуси, задачі, іq-тести тощо)
- Позитивні приклади з життя міста, його мешканців та спільнот, дітей, школярів, трудових колективів, пенсіонерів, тощо.

3.2. Приділяти чільну увагу (до остаточного їх з'ясування) «гарячим» та резонансним новинам – таким, що:

- Вже є предметом обговорення, чуток, панічних настроїв тощо.
- Можуть стати такими, якщо вчасно не дати достовірну інформацію.
- Посилюють загальну соціальну напругу.
- З'явилися на сайті чи в соціальних мережах, але тим не менш залишилися недоступні для значної аудиторії через відсутність Інтернету чи невміння ним користуватись.

Нижче подано проект розділів міської газети, котрий певною мірою служить усім вказаним функціям газети. Тут і надалі курсивом – додаткова інформація за темою (Це не рекомендації комісії, а напрацювання громадськості).

Напрацювання експертної групи за напрямком «Контент»

1. Офіційно: рішення, документи, заяви, звіти тощо.
2. Новини міста: інформація про актуальні події міста та району.
3. Висвітлення проблем та особливостей міста: статистика, довідкова інформація, аналітика про роботу міської інфраструктури, чиновників, установ, організацій тощо; журналістські розслідування.
4. Ти – громадянин: соціально-політичний лікнеп, консультації фахівців (юрист, психолог, архітектор, землевпорядник, громадський активіст).

5. Гуманітарна сторінка: освіта, культура, спорт, історія, персоналії тощо.
6. Дозвілля: хобі, афіша, місця розваги, пізнавальні статті.
7. Дім-родина: поради, господарство, виховання, сімейні стосунки, здоровий спосіб життя, рецепти.
8. Оголошення, об'яви, анонси.
9. Калейдоскоп: гороскоп, кросворди та інше.

Рейтинг тем публікацій

за результатами опитування

(можна було відмітити 10 варіантів):

- Новини міста – 91 %
- Політичне життя міста – 60 %
- Культурні події – 57 %
- Соціальна тематика – 55 %
- Юридичні поради – 52 %
- Оголошення – 51 %
- Офіційні документи – 50 %
- Пізнавальні статті – 45 %
- Здоровий спосіб життя – 37 %
- Корисні поради – 32 %
- Спорт – 31 %
- Кримінал – 25 %
- Садівництво – 24 %
- Психологія, сімейні стосунки – 21 %
- Кросворди – 13 %
- Рецепти – 22 %
- Гороскопи – 12%
- Вірші – 11 %
- Анекдоти – 10 %
- Прозові твори з продовженням – 6 %

Банк ідей за напрямком «Контент»:

- Практикувати полеміку з актуальних та «гарячих» тем – пропонувати викласти свої позиції опонентам
- Напрацювати коло тих, хто даватиме свої короткі коментарі з актуальних тем – і не тільки з приводу боярських новин
- Започаткувати рубрику: «Про Боярку з Фейсбуку». Для цього обирати найбільш яскраві вислови з групи «Боярське земляцтво», «Народна Рада Боярки». Як тільки люди знатимуть, що їх можуть процитувати в газеті, кількість цікавих висловлювань збільшиться.
- Надавати переваги коротким цікавим краєзнавчим заміткам: фото + невеличка розповідь – і так у кожному номері. Пропонувати боярчанам, щоб вони розказували щось цікаве з історії своїх сімей (зокрема, пропонували, щоб про свою сім'ю розповіла поетеса Леся Коваленко).
- Рецепти (готові підкидати на волонтерських засадах).
- Садівництво, городництво.
- Позитивні міфологеми від боярчан, краєзнавчі матеріали.
- Коротенькі інтерв'ю з простими боярчанами з позитивним настроєм (це може бути, приміром, проста продавчиня)
- Зворушливі фотографії боярчан
- «Підслухані розмови»: хто як провів вихідні, хто як ставиться до певних подій.
- Питання економіки і політики (не занадто довгі статті боярських політологів та інших фахівців достатньо високого рівня).
- Юридичні консультації з питань широкого зацікавлення (гуртожитки, житлові будинки, квартали, громадський транспорт, обслуговування, міські служби, тарифи, пільги, пенсії тощо)
- Запровадити рубрику (робоча назва «Знай наших!») для значимих особистостей Боярки: відомих публіцистів, правників, журналістів, фотографів, що працюють у серйозних виданнях або мають серйозний експертний статус. Стандартне оформлення: фото автора, відомості про нього з регаліями, перелік солідних видань, в яких друкується тощо із зазначенням, наскільки тісно його

життя пов'язане з Бояркою. І невелика публікація цього автора.

- На першій сторінці давати лише заголовки та анонси статей.
- Об'єднати навколо газети видатних боярських фотографів.
- Запровадити рубрику «Доля наших випускників» – кожної осені розповідати, куди вступили найкращі випускники Боярки.
- Запровадити молодіжний фотоконкурс «Прикольне літо» – щоосені молодь надсилатиме найсмішніші фото з відпочинку.

4. РЕКЛАМА ТА ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ

Рекламна діяльність КП «Боярка-інформ» огорнута найбільшою кількістю пліток та підозр, тягне за собою «хвіст» негативу ще від попереднього керівництва. Зокрема, існують підозри, що не всі рекламні площі враховані, право на рекламу надається за корупційними схемами, борги за рекламу «вибачаються» також через корупційні зв'язки. Оскільки від того, в якій мірі є успішною рекламна діяльність КП «Б-І», залежить періодичність газети, матеріальне забезпечення редакції і добробут персоналу, то було розглянуто і це питання. Рекомендації наступні:

4.1. Впорядкувати рекламну діяльність КП «Боярка-інформ», зробити її максимально прозорою та публічною.

4.2. Розробити фінансову стратегію виходу газети на самоокупність.

4.3. Відшукувати нові можливості щодо а) нових зовнішніх рекламних площ б) збільшення кількості рекламних матеріалів (бажано місцевих) у самій газеті.

Окремо наголошуємо, що соціологічне дослідження показало готовність боярчан купувати газету (56 %) та передплачувати її (29%), тобто 85% готові у різній формі фінансово її підтримувати. Це цілком відповідає гіпотезі, що фінансово

неспроможних, але зацікавлених у газеті десь 15-20% боярчан – саме такий відсоток можна буде розповсюджувати безкоштовно. Разом із тим, варто звернути увагу на те, що респонденти відповіли, що готові платити за місцеву газету, яка відповідатиме їх вимогам (див. результати соціологічного дослідження) і що ціну більшість опитаних готова платити не занадто високу – біля 2 грн.

Напрацювання експертної групи за напрямком «Реклама і фінансова стратегія»

1. Встановлення зворотного зв'язку з читачами через скриньки, фейсбук та електронну пошту.
2. Зацікавленість читачів топовою інформацією шляхом анонсування.
3. Розробка систем знижок для рекламодавців.
4. Комерційна реклама на сайті Боярка-інформ.
5. Призначення плати за продаж газети – 2 грн. (20% безкоштовно, 80% – платно).
6. Привернення уваги до місць розповсюдження газети.
7. Збільшення кількості місць розповсюдження газети.
8. Медіа-партнерство.
9. Самореклама на бігбордах.
10. Виготовлення власних об'єктів зовнішньої реклами.
11. Розробка стратегічного плану розвитку газети.

Банк ідей за напрямком «Реклама і фінансова стратегія»:

- Запровадити платне розповсюдження газети по магазинах під слоганом «Газета на здачу».
- На зупинках зробити дошки, де розміщуватиметься перша сторінка з анонсами статей і ще одна з рекламними оголошеннями.
- Звести практику безкоштовного розповсюдження газет до мінімуму – лише серед малозабезпечених за відпрацьованою схемою.

5. СПІВПРАЦЯ З ГРОМАДОЮ

Співпраця з громадою – це дієвий механізм водночас і розвитку газети, і підвищення її популярності. Можливість боярчан брати участь у формуванні контенту газети, суспільна заклопотаність тим, щоб газета жила і розвивалась, сприятиме відчуттю, що газета «своя». Ініціатором співпраці з громадою має бути редакція газети. Щоб ця співпраця налагодилася, на наш погляд, необхідно:

- 1) Мати тверду установку, що «Боярка-інформ» – це газета для боярської громади, а читачі – це співавтори, партнери і друзі.
- 2) Постійно формувати з числа членів громади групу підтримки.
- 3) Залучати до співпраці лідерів думки, що мають вплив у громаді: кожен допис чи, приміром, коментар людини, що користується повагою у громаді, автоматично піднімає і рівень довіри до газети.
- 4) Передбачити гонорари для дописувачів.
- 5) Самим бути суб'єктами громадського життя, лідерами думки у громаді, громадськими діячами.

Напрацювання експертної групи за напрямком «Співпраця з громадою»

1. Залучення волонтерів: вчені, молодь, фотографи, представники ГО, волонтери-новинарі, розповсюджувачі, помічники-підписчики
2. Мережа журналістів-позаштатників
3. Широкомасштабна підписна кампанія
4. Громадський контроль:
 - Ефективна робота редколегії
 - Висвітлення гострих тем
 - Ревізія установчих документів
 - Громадський сайт як альтернативне джерело інформації

5. Фінансування громадою:

- Одноразові проекти
- Премії в конкурсах

6. Залучення підприємців

- Підписка малозабезпечених
- Реклама

7. Постійнодіюча група підтримки

Комісія відмовилася від вивчення установчих документів КП «Боярка-інформ» та вироблення рекомендацій із набуття більшої юридичної незалежності колективу від Боярської міської ради. Це питання має бути предметом розгляду окремої комісії, у склад котрої увійшли б фахівці із зазначеного питання та юристи.

Насамкінець комісія вважає за потрібне відмітити конструктивну позицію керівництва та співробітників КП «Боярка-інформ» та однойменної міської газети, їх активну участь у напрацюванні рекомендацій, відкритість до співпраці та готовність до позитивних змін. Варто відмітити, що вже на етапі обговорення газета стала цікавішою, покращилася робота сайту, з'явилися боярські теленовини. Переконані, що за умови тісної співпраці з громадою та створення постійнодіючої групи підтримки місцева газета «Боярка-інформ» швидко вийде на новий рівень розвитку, набуде стабільної популярності, збільшить кількість передплатників та постійних читачів.

Рекомендації підписали

Члени комісії:

- Ганна Тимченко
- Анна Фломбойм
- Євгенія Непиталюк
- Ліліт Абраамян
- Юлія Апостолова

- Марія Кириленко

Координатор НРБ:

В'ячеслав Сенчук