

ОГЛЯД ПРОЦЕСУ ТА ВИКЛИКИ РЕФОРМУВАННЯ КОМУНАЛЬНОЇ ПРЕСИ

вересень-грудень 2017

ОСНОВНІ ЦИФРИ

596 комунальних
ЗМІ реформуються

12 місяців
залишилося до
завершення
реформування

128 редакцій
реформувалися у 2017
році

НЕ РЕФОРМОВАНО

328 або **55%** редакцій
комунальних
друкованих ЗМІ

ПРО МОНІТОРИНГ

Цей документ підготовлений в рамках проекту «Подальша підтримка реформи державних та комунальних друкованих засобів масової інформації», який здійснюється Координатором Проектів ОБСЕ в Україні. Висновки і погляди, висловлені в звіті, не обов'язково є такими, що відповідають позиції Координатора Проектів ОБСЕ в Україні. Дослідження стану реформування спрямоване з'ясувати основні тенденції реформування, виявити фактори, що перешкоджають здійсненню реформи та сприяти виконанню заходів реформи у встановлений термін.

Звіт стане у нагоді представникам органів державної влади, неурядових організацій та засобів масової інформації, які прямо чи опосередковано здійснюють заходи, пов'язані з реформуванням державних та комунальних друкованих ЗМІ.

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Дослідження проводилося у **вересні – грудні 2017 року**. Метою дослідження був збір актуальної статистики та аналіз динаміки реформи державних та комунальних ЗМІ. Методологія передбачає збір та порівняння

інформації з відкритих реєстрів, а також опитування представників редакцій

телефоном та електронною поштою. У випадках конфлікту даних з різних джерел, до уваги взято найбільш актуальні та/або офіційно підтверджені, зокрема інформація з діючих передплатних каталогів, актуальні відомості з Реєстру друкованих ЗМІ та ЄДР.

Для більш глибокого розуміння процесів, що відбуваються в редакціях ЗМІ, у грудні 2017 року проведено письмове анкетування їхніх представників. В ході опитування були зібрані відповіді на 43 питання щодо процесу реформування, основних показників, стану менеджменту, планування та дотримання законодавства у редакціях.

Анкетування здійснювалося місцевими партнерами проекту – що надало можливість отримати максимально повну та точну інформацію, збільшити довіру до дослідження та не пропустити важливих деталей.

Всього в ході опитування зібрана інформація від 196 редакцій з усіх областей України - окрім АРК Крим та тимчасово окупованих територій Луганської та Донецької областей. Іншими словами, опитано 32 % від актуальної кількості комунальних видань, які проходять реформування.

ДЛЯ ФОРМУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ БУЛИ ВИКОРИСТАНІ:

- Зведений перелік об'єктів реформування (станом на 30.11.2017 року)
- Бібліографічна довідка ДНУ «Книжкова палата ім. Івана Федорова»
- Інформація телефонних опитувань представників редакцій ЗМІ, що реформувалися чи підлягають реформуванню
- Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (далі - ЄДР)
- Інформація національного оператора поштового зв'язку ПАТ «Укрпошта»
- Державний реєстр друкованих засобів масової інформації та інформаційних агентств
- Результати письмового та он-лайн анкетування редакцій комунальних ЗМІ, що беруть участь у реформуванні

Кожна третя редакція з усіх комунальних газет, які підлягають реформуванню, надала інформацію для цього дослідження.

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ СТАНОМ НА ГРУДЕНЬ 2017 РОКУ

697 друкованих видань включено до Зведеного переліку об'єктів реформування, який веде Держкомтелерадіо.

638 видань зі Зведеного переліку об'єктів реформування належать до комунальної форми власності.

596 комунальних друкованих ЗМІ підлягають реформуванню – після виключення з переліку видань, які припинили випуск або були включені до переліку помилково.

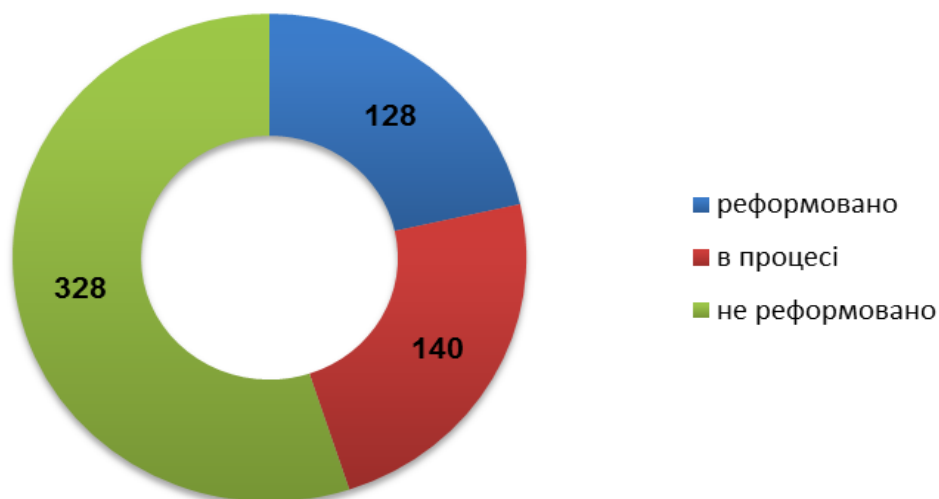
Це дослідження не враховує друковані ЗМІ державної форми власності. Окремі аспекти реформування державних ЗМІ відображені у відповідному розділі звіту.

КІЛЬКІСНІ РЕЗУЛЬТАТИ 2-Х РОКІВ РЕФОРМ:

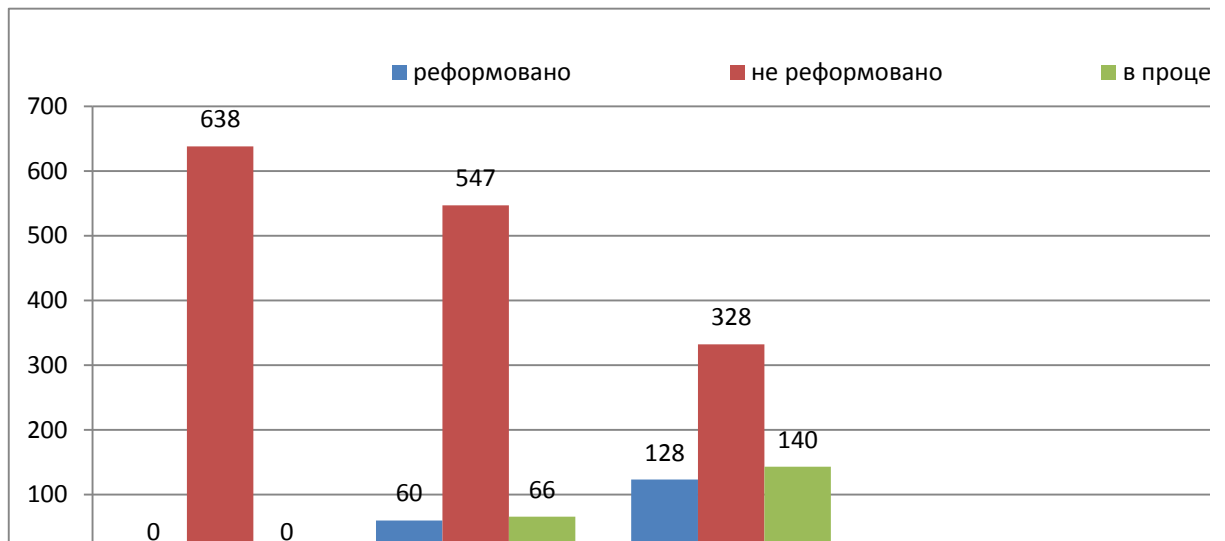
128 видань завершили процес реформування повністю, тобто перетворили редакцію газети на приватну юридичну особу та переоформили засновницькі права на друкований засіб масової інформації

140 редакцій розпочали, але ще не завершили процес реформування. Це означає, що певні юридичні дії вже вчинено (наприклад, розпочато процедуру припинення діючої редакції, створено приватну компанію), але засновницькі права ще не передані

328 (або біля 55%) комунальних друкованих ЗМІ все ще не вчинили жодних дій для перетворення на приватні.



ДИНАМІКА ПРОЦЕСУ РЕФОРМУВАННЯ



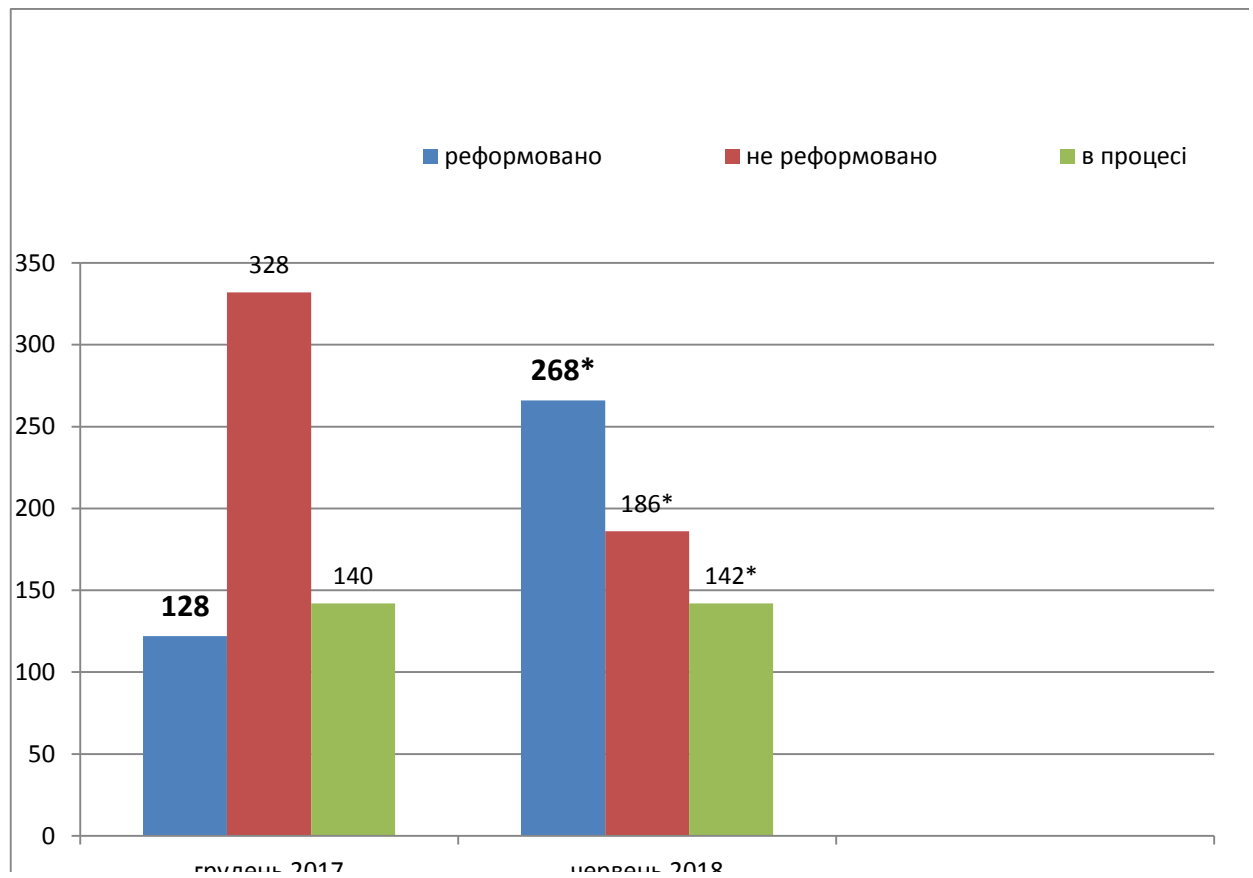
Основна причина відсутності результатів у 2016 році – значне запізнення (понад 10 місяців) із ухваленням постанови КМ України №848, без якої процес не було розпочато

90% видань, які реформувалися протягом 2016-2017 р. - учасники «першого етапу». Детальніше про причини невдалого старту реформи читайте у матеріалі [«Актуальні ризики реформування та чому «роздержавлення» гальмує?»](#)

14 редакцій (тобто менше 5%), які фактично є учасниками другого етапу реформування, зробили це у 2017 році.

Основна причина відсутності високих результатів у 2017 році – юридичні та матеріальні перешкоди, а також відсутність у редакторів чіткого розуміння необхідності реформування.

ПРОГНОЗ РЕФОРМУВАННЯ



За умови збереження поточного темпу реформи біля 268 редакцій реформуються протягом наступних 6 місяців, орієнтовно 142 редакції розпочнуть реформування. Червень 2018 року є критичною датою, адже редакції, що не розпочнуть реформування до того часу, ризикують бути ліквідованими.

На момент підготовки звіту (10 грудня 2017 року) фактично реформовано **21%** редакцій, порівняно з 18% у вересні цього року.

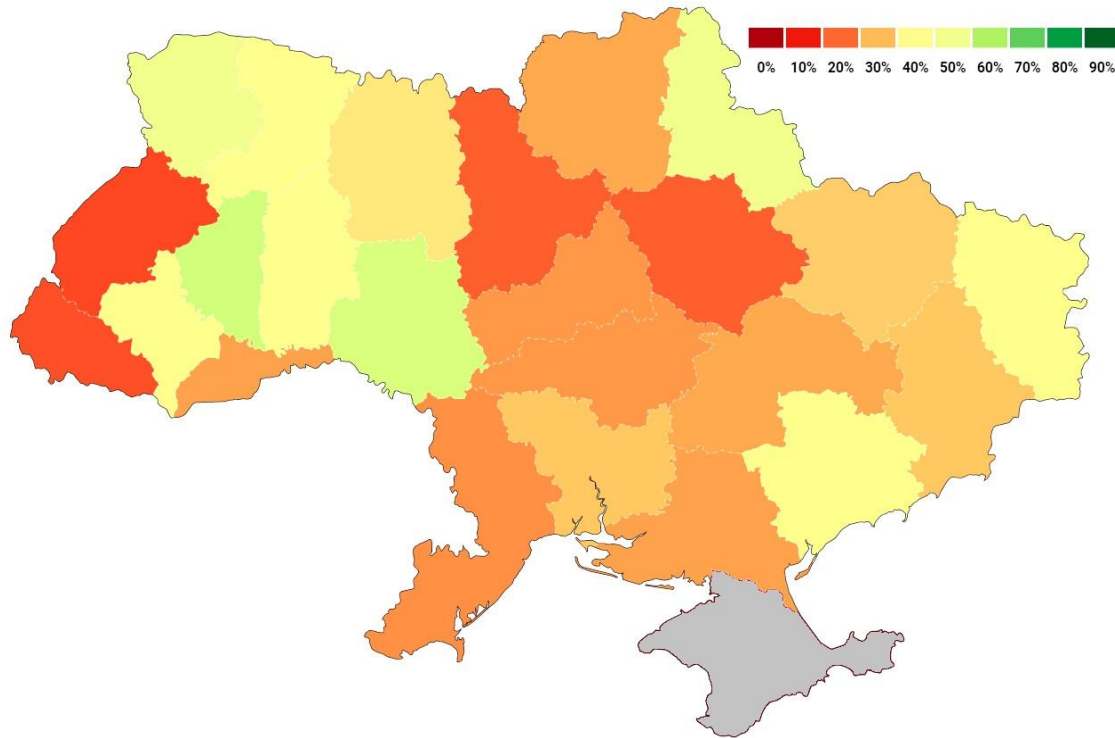
Ще **23%** комунальних видань розпочали реформування.

Більшість редакцій (**55%**) планують розпочати реформування пізніше або стикнулися з перешкодами, які не дозволяють їм розпочати перетворення на незалежні ЗМІ.

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ РЕФОРМУВАННЯ В РОЗРІЗІ ОБЛАСТЕЙ

За вересень-листопад 2017 року карта успішності реформування суттєво не змінилася. Лідерами за часткою реформованих комунальних газет залишаються

Вінницька, Хмельницька, Тернопільська та Сумська області. Найгірший стан справ у Київській, Закарпатській та Львівській областях.

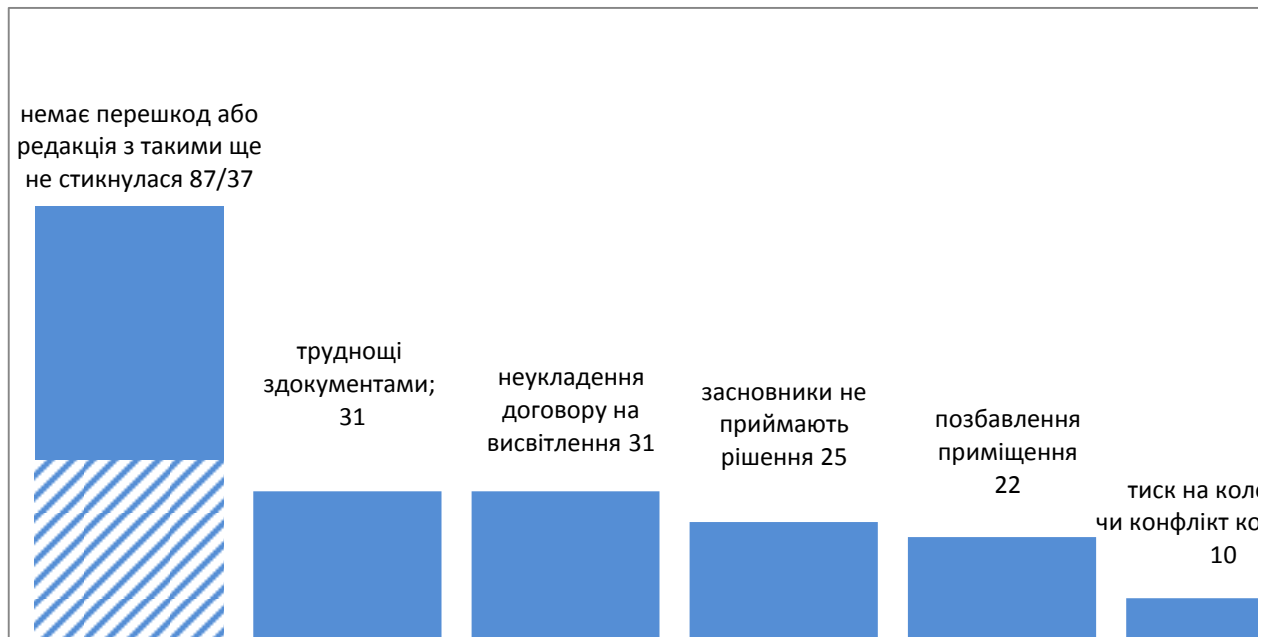


ПЕРЕШКОДИ ТА НІШІ ФАКТОРИ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ДИНАМІКУ РЕФОРМУВАННЯ

Основною причиною неуспішності першого етапу (2016 рік) стало запізнення у затвердженні необхідних нормативно-правових актів.

Аналіз досвіду редакцій, які стикнулися з труднощами у ході роздержавлення, дозволяє виділити декілька типових перешкод.

ТИПОВІ ПЕРЕШКОДИ РОЗДЕРЖАВЛЕННЮ ПРЕСИ



Джерело – УАМБ. Діаграма сформована за результатами аналізу відповідей 196 редакцій, станом на грудень 2017 року. Проаналізовані основні перешкоди у процесі реформування, починаючи з листопада 2016 року по грудень 2017 року.

45% (87 редакцій зі 196 опитаних) заявляють про **відсутність суттєвих перешкод** у процесі реформування,

18% з них (37 редакцій) роблять перші кроки тому, можливо, ще не зіткнулися із труднощами.

16% редакцій мають **проблеми з укладенням договору про висвітлення діяльності** органів влади. У той самий час вже встигли укласти такі договори 52% редакцій,

16% редакцій скаржаться на **труднощі, пов'язані з підготовкою документів** для реформування,

13% редакцій заявили про **перешкодження засновників** у здійсненні реформування – а саме про неприйняття рішення чи зволікання із його ухваленням,

11% редакцій скаржаться на **порушення гарантованого права на пільгову оренду** приміщення. Лише 50% редакцій отримали приміщення на пільгових умовах чи досі є його балансоутримувачами.

Суттєвою перешкодою для реформування є наявність приміщення на балансі редакції. Психологічно колективи не готові повернути

«власне приміщення» у власність громади та отримати його знову на правах оренди.

5% редакцій вказують на тиск з боку засновників на членів трудового колективу чи на конфлікт всередині самого колективу,
4% редакцій заявили про неможливість реформуватися відповідно до чинного Закону.

ІНШІ ФАКТОРИ

328 редакцій - тобто 55% від загальної кількості ЗМІ - не розпочали реформування протягом 2-х років дії відповідного Закону України.

Серед основних причин:

- очікування державної підтримки, що неодноразово була анонсована, проте так і не була надана;

Відповідно Закону України [Про державний бюджет України на 2018 рік](#), коштів на підтримку реформованим виданням не передбачено

- незнання реальних строків реформування та зволікання з початком процесу (наголошуємо, що на перетворення потрібно не менше 6 місяців за умови відсутності перешкод),
- спроби відтермінувати строк закінчення реформи та/або передбачити виключення для певних редакцій,
- очікування покращення законодавства, допомоги тощо.

РИЗИКИ

1. Ліквідація ЗМІ, що не встигнуть своєчасно розпочати реформування.

Після 01 січня 2019 року, відповідно до ч.2.ст.11 Закону, свідоцтва про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації засновниками (співзасновниками) яких є органи державної влади, інші державні органи та органи місцевого самоврядування визнаються недійсними.

2. Продовження строків реформування у зв'язку з великою кількістю видань, які не встигли реформуватися.

ДОДАТКОВІ ФАКТОРИ ТА ОБСТАВИНИ, ЩО ЗАСЛУГОВУЮТЬ НА УВАГУ

В рамках цього дослідження не здійснювалося вивчення процесу реформування державних ЗМІ. Тим не менше, деякі обставини реформування державної преси мають бути враховані з огляду на їх вплив на реформу в цілому:

- 1) Реформування державних ЗМІ відбувається значно повільніше у порівнянні з комунальною пресою (лише 10% таких видань реформовано станом на грудень 2017 року).
- 2) Низький темп реформування та загальне незадоволення реформою з боку представників державних ЗМІ загрожує успішному реформуванню. В першу чергу - через можливе відтермінування завершення реформи на 2020 рік, або пізніше. А також – внаслідок внесення до закону виключень та особливих умов для державних ЗМІ, що нівелює запланований ефект від реформи.
- 3) Державні ЗМІ та їх лобі в органах виконавчої та законодавчої влади здатні чинити суттєвий вплив на рішення відповідних органів. Наприклад, за ініціативою Міністерства оборони України внесені зміни до Закону про реформування щодо газети «Народна армія», яку видає зазначене міністерство. Очікується, що подібна норма буде запропонована і для основного видання Верховної Ради - газети «Голос України».

З метою зменшення можливого негативного впливу на реформування в цілому, необхідно вирішити основні проблеми, що виникають у державних та відомчих видань та спричиняють їх звернення про внесення змін до законодавства. А саме:

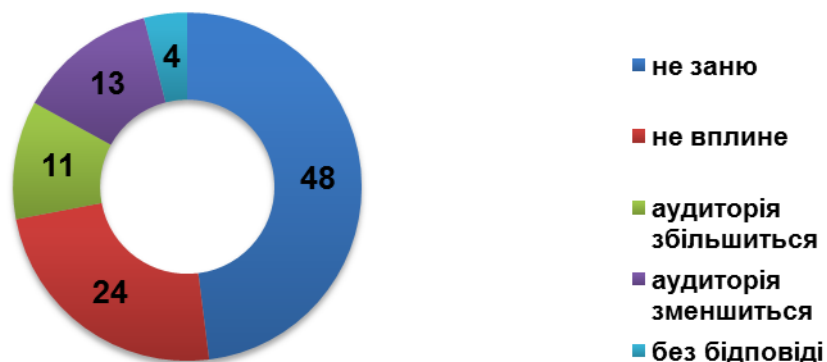
- 1) Однозначно врегулювати процес створення офіційних ЗМІ.
- 2) Забезпечити необхідні роз'яснення щодо необхідності застосування закону до друкованих ЗМІ, заснованих державними органами, установами та закладами, в тому числі військовими частинами та органами зі спеціальним статусом.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗМІ, ЩО РЕФОРМУЮТЬСЯ (ДАНІ ОПИТУВАННЯ)

- 100% опитаних видань є газетами
- Середній тираж видання, що реформується, складає 3054 екземпляри
- Середня кількість сторінок - 8-10
- Формат - А3
- 80% виходять раз на тиждень
- 99% мають місцеву сферу розповсюдження

- Середня кількість працівників - 6 осіб
- 33% видань мають веб сайти
- 49% мають облікові записи в соціальних мережах (переважно Facebook), 70% таких редакцій заявляють про те, що мають працівника, відповідального за роботу із соціальними мережами
- 85% заявляють, що видаються українською мовою, а 15% - українською та іншими мовами
- 98% видань не зареєстровані як спеціалізовані і не розміщують рекламу алкоголю і тютюну
- 35% редакцій заявляють, що знають вимоги до обов'язкової інформації на веб сайтах, хоча менше половини з таких редакцій мають діючі веб сайти
- 87% редакцій заявляють, що перевіряють відповідність реклами вимогам Закону Про рекламу. Лише 65% розрізняють рекламу та приватні оголошення. Ще менше редакцій належно виконують вимоги щодо маркування реклами - таких редакцій біля 60%
- 92% редакцій заявляють, що перевіряють дифамаційні ризики під час розміщення матеріалів
- Для отримання інформації 85% редакцій користуються законом про доступ до публічної інформації, 84% - Законом про Звернення громадян.
- Дуже важлива інформація отримана нами у відповідь на питання «Як вплине адміністративна реформа, а саме створення ОТГ на аудиторію редакцій що реформуються?» - *див.діаграму*

СТВОРЕННЯ ОТГ ТА АУДИТОРІЯ МІСЦЕВИХ ГАЗЕТ



Діаграма відображає відповіді на питання «Як вплине адміністративна реформа, а саме створення ОТГ на аудиторію редакцій що реформуються?»

- 61% редакцій зазначають, що їх співробітники беруть участь у тренінгах
- 66% редакцій мають чіткі побажання щодо тематики необхідного навчання. **Топ 5 найбільш затребуваних напрямків підвищення кваліфікації співробітників місцевих видань:** верстка і дизайн, юридичні рішення для редакції під час та після реформування, менеджмент редакції, фандерайзинг, просування газети онлайн. (Детально – у Додатку 1 До звіту «Очікувані тренінги»)

Контакти редакцій, що висловили бажання брати участь у тренінгах за певною тематикою, можуть бути надані УАМБ на запит. Оприлюднювати ці дані ми не можемо – таким є прохання редакцій.

- 70% редакцій зазначають, що мають письмово закріплені зони відповідальності співробітників (переважно це посадові інструкції, трудові/колективні договори)
- 17% редакцій зазначають, що мають прописані редакційні стандарти, 32% вважають такі стандарти потрібними
- 66% редакцій зазначають, що ведуть письмове планування доходів та моніторинг виконання цього плану
- 14% мають досвід роботи з грантами
- 60% зазначають, що мають описану на папері систему заохочень та покарань
- 10% редакцій мають описану на папері карту/схему бізнес процесів із зазначенням основних відповідальностей
- 30% редакцій мають план тем номерів на 2-3 місяці
- 59% редакцій зазначають, що мають письмові комерційні пропозиції рекламодавцям
- 70% редакцій мають переліки потенційних рекламодавців.
- 30% редакцій зазначають, що мають у редакції окремого фахівця, який займається виключно продажами реклами
- 39% редакцій стверджують, що мають працівника, відповідального за продаж тиражу.

ЗАКОНОДАВСТВО

01.01.2016 року набув чинності ЗУ «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», який дозволяє реформувати більшість державних та комунальних друкованих ЗМІ. Аналіз реформування перших редакцій виявив низку недоліків законодавства. Для подолання яких наразі розроблено 3 законопроекти:

1) проект закону [№ 6560 від 08.06.2017](#). Законопроект пройшов всі необхідні погодження, внесений до порядку денного Верховної Ради України та може бути розглянутий найближчим часом. Саме цей законопроект компенсує основні прогалини чинного Закону.

ОСНОВНІ НЕДОЛІКИ ДІЮЧОГО ЗАКОНУ

Протягом вересня 2017 року виявлено додаткові проблеми, які неможливо вирішити в рамках чинного законодавства про реформування:

- Відсутня процедура перетворення державних та комунальних ЗМІ на офіційні видання (ст. 10 чинного Закону),
- Не визначено статус трудового колективу як учасника правовідносин, пов'язаних із заснуванням ЗМІ та юридичних осіб,
- Існує колізія вимог ст. 5 та 9 Закону щодо збереження назви видання та законодавства про декомунізацію, тощо. (Приклад - видання «Радянська Таврія», яке було реформовано та змінено назву на «Голос Таврії»).

Детальніше про проблему та шляхи її вирішення читайте у статті [«Як зберегти історичну назву газети і не втратити пільги після реформування?»](#)



ВИПРАВЛЕННЯ НЕДОЛІКІВ ЧИННОГО ЗАКОНУ ПРО РЕФОРМУВАННЯ

Ці та інші питання пропонується вирішити в рамках проекту Закону «Про внесення змін до деяких законів України щодо порядку інформування діяльності суб'єктів владних повноважень». Законопроект пройшов підготовку в Комітеті свободи слова за участю представників УАВПП та зареєстрований у Верховній Раді за номером №7395 13 грудня 2017 року.

З огляду на відсутність державної підтримки (Державний бюджет України 2018 не передбачає видатків на підтримку реформованих видань) розроблено законопроект 7291 від 15.11.2017, що має опосередковано підтримати місцеві видання, які реформуються, шляхом заборони на підвищення тарифів на доставку преси за передплатою.

При цьому вже відомо, що у 2018 році основний оператор доставки преси за передплатою ПАТ «Укрпошта» запланував дві хвили збільшення цього тарифу.



І наостанок. 18.05.2017 року до чинного Закону внесені зміни, які передбачають дозвіл Міністерству оборони України засновувати друковані ЗМІ (виключення для газети «Народна армія»). Спроби повторити це щодо інших видань виникатимуть дедалі частіше, у випадку неприйняття РВУ запропонованих змін.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ:

РЕДАКТОРАМ

- Подальший вихід (тобто збереження) газет та успішність реформування безпосередньо залежить від того, яка кількість ЗМІ завершить необхідні процедури в межах відведеного на реформу терміну - тобто до кінця 2018 року.

Чи буде існувати газета після 2018 року, залежить від того чи буде станом на 01 січня 2019 року подана Заява про перереєстрацію друкованого ЗМІ.

- Щоб не втратити свідоцтво про реєстрацію та не бути припиненими, більшості редакцій необхідно своєчасно розпочати процес реформування - не пізніше червня 2018 року.
- Редакторам потрібно багато вчитися – менеджменту, інноваціям, новим технологіям... Адже саме від бажання та вміння перших осіб бачити наперед залежить швидкість перетворення місцевої газети на сучасну комунікаційну платформу, потрібну громаді
- Вживання та успішність видання залежить від гнучкості колективу та готовності його знаходити вирішення для основних викликів. Для цього - здобувати необхідні ресурси та підтримку, інколи у незвичний спосіб.
- Вивчати нові методи роботи, технології, підходи. Багато експериментувати. Перетворитися з «рупору місцевої влади» на сучасну комунікаційну платформу, потрібну місцевій громаді, бізнесу та владі.

ДОНОРАМ

- Низький рівень виконання засновниками гарантій, передбачених для редакцій, змусить їх шукати (1) способів захисту прав на пільгову оренду та (2) кошти на висвітлення. Для цього редакції у 2018 році, як ніколи, потребуватимуть юридичної підтримки, консалтингу для розробки привабливих комунікаційних пропозицій (у тому числі для органів влади), навчання публічного захисту свої позицій у відносинах з владою.

- Окремою точкою докладання зусиль є безпосередньо органи влади (органи місцевого самоврядування, державні адміністрації), яким необхідно систематично роз'яснювати вимоги закону щодо реформування друкованих ЗМІ, а також навчати ефективній взаємодії з незалежною пресою.
- Вкрай слабка присутність онлайн, незнання методів роботи в мережі Інтернет та вимог законодавства, обмежує для більшості видань можливість для розвитку в стратегічній перспективі і загрожує тривалому існуванню.
- Під час третього року реформування практична допомога реакціям, що розпочали процес реформування, має поступово зосередитись на проблемах ведення приватного видавничого бізнесу.
- Надзвичайно важливим є навчання місцевих видань (а) основам ефективного менеджменту, включно із вивченням потреб аудиторій та (б) вмінню бути ефективною та потрібною платформою для комунікацій всередині громади. Самі, без зовнішньої допомоги, вони без такого швидкого дорослішання втратять набагато більше, ніж могли б не втратити.

Поступово зростатиме попит на зручні та точні навчальні матеріали для самостійного вивчення редакторами:

- покрокові інструкції побудови бізнесу після переходу на ринкові правила гри;
- опис практичних прикладів побудови бізнес процесів у редакціях (зміни у роботі – для редакторів ЗМІ, які знаходяться у процесі трансформації з комунальних на приватні);
- готові рішення для організації документообігу, запуску онлайн проектів, удосконалення податкового планування.
- Бібліотека кейсів сучасного місцевого медіа (менеджмент редакції, контент, реклама, розповсюдження, робота з громадою, робота з соцмережами, інші цифрові платформи, інші джерела доходів сучасної медіакомпанії).

ВЛАДІ

- Успішність реформування та можливість практичної реалізації прав та гарантій реформованих видань (право на визначення способу реформування,

пільгова оренда, безоплатна передача майна) залежить від своєчасної зміни чинного законодавства про реформування.

- Першочерговим завданням є прийняття 3-х проектів законів, спрямованих на вирішення основних проблем у процесах роздержавлення преси. Це завдання, в основному, покладається на Комітет Верховної Ради України з питань свободи слова та на Держкомтелерадіо.
- Не менш важливою є активна роз'яснювальна робота серед колективів ЗМІ щодо строків, необхідних процедур реформування та наслідків порушення цих строків.
- Подібні роз'яснення, включно із приверненням уваги до інформації про поточний стан виконання реформи, необхідно надати засновникам ЗМІ. Ключова роль у цьому процесі належить Держкомтелерадіо.
- Надзвичайно важливою є роль місцевої преси у комунікації реформ. Проте сьогодні місцеві газети переважно не знають як, не вміють та не мають ані ресурсів, ані інформації щоб комунікувати хід реформ в країні. Вони є неефективними ані для центральної влади, ані для місцевої – бо ще не є площадками комунікації всередині громади. Той політик, політична сила чи орган державної влади, хто зможе допомогти місцевій пресі просунутися уперед у цьому питанні, отримає потужний канал комунікації та вплив. Одночасно відсутність такої роботи суттєво посилює ризики інформаційної загрози всередині країни.

УКРАЇНЬКА АСОЦІАЦІЯ ВИДАВЦІВ ПЕРІОДИЧНОЇ ПРЕСИ

Відповідальна особа: Олександр Дяченко,
керівник юридичного відділу УАМБ

Тел. 0 (97) 4817778

E mail: sasha.dyachenko@gmail.com

www.uapp.org

Додаток 1

УЗАГАЛЬНЕНИЙ ПЕРЕЛІК ОЧІКУВАНИХ ТРЕНІНГІВ: ЧОМУ ХОЧУТЬ ВЧИТИСЯ РЕДАКЦІЇ МІСЦЕВИХ ЗМІ? (ДОСЛІВНІ ВІДПОВІДІ ОПИТАНИХ РЕДАКЦІЙ)

- *СУЧАСНИЙ МЕДІА-МЕНЕДЖМЕНТ В ДРУКОВАНИХ ЗМІ*
- *Підвищення кваліфікації, навички роботи зі спеціалізованими видавничими програмами*
- *Щодо написання грантових заявок, щодо якісного управління кадрами, щодо планування роботи редакції, створення якісного контенту.*
- *Як закріпити та розширити читацьку аудиторію.*
- *Тренінг по верстці газети.*
- *Зі створення інфографіки. З адміністрування, наповнення і просування сайту.*
- *З вивчення законодавства про реформування.*
- *Декларації чиновників: пошук, перевірка та відповідальність.*
- *Обмін досвідом в редакціях аналогічних ЗМІ міст побратимів з Євросоюзу*
- *Тренінги для бухгалтерів та рекламистів, семінари з менеджменту*
- *Написання грантових заявок та проектів; по роботі із рекламодавцями.*
- *З проектного менеджменту, роботи з рекламодавцями, цифрової безпеки, ведення інтернет-версії газети.*
- *Для редакторів і дизайнерів - з питань дизайну друкованих видань; для керівників та бухгалтерів - щодо особливостей фінансово-господарської роботи у ТОВ; з юридичних питань; тренінги на базі успішних видань для практичного перейняття досвіду та ін.*
- *Залучення реклами, Корпоративні фінанси в видавничому бізнесі (ємність ринку, доходи, видатки, взаємозв'язок між об'ємом продажу та видатками для видавця.*
- *Про особливості співпраці з органами влади та місцевого самоврядування в процесі реформування та після його завершення, а також тренінг з менеджменту, особливо цікавить питання альтернативного варіанту доставки газети.*
- *Тренінги з фінансової грамотності, щоб покращити фінансове становище у майбутньому.*
- *Маркетинг, застосування інноваційних технологій.*
- *Створення та управління сайтом, журналістські розслідування, робота з рекламодавцями*
- *професійного напрямку.*
- *Дизайн, створення онлайн-газети, методика її діяльності, пов'язаної з прибутком.*
- *Співпраця з Укрпоштою створення веб сайту*
- *Детальне оформлення юридичних документів у новій редакції після реформування.*
- *По роботі з рекламодавцями*
- *Роздержавлення, досвід роботи в нових умовах*
- *Як протидіяти свавіллю можновладців.*
- *Щодо підвищення ефективності роботи редакції у напрямку роботи з рекламодавцями; щодо налагодження співпраці з приватними*

організаціями та комерційними структурами для розміщення в газеті інформаційних матеріалів.

- Як працювати з рекламодавцями і збільшувати обсяги реклами? Як і де брати цікаву читачеві інформацію? Як ефективніше розподілити обов'язки в редакції? Планування (контент і економічний стан). Як працювати з грантодавцями? Як зробити економічно вигідним сайт? Додаткові джерела економічного зміцнення видання. Можливість створення медіа – холдингів.
- Як збільшити рекламу у газеті
- Тренінги з процесу реформування, з розвитку реформованих ЗМІ, осучаснення друкованих ЗМІ, залучення спонсорів та рекламодавців
- Методи привернення читачької уваги до друкованого ЗМІ;
- Проблематика журналістських жанрів.
- Про досвід роботи з грантами, оформлення грантових заявок, досвід застосування нових форм «просування» ЗМІ у соцмережах, як зробити місцеву газету прибутковою, роздрібна торгівля газетами.
- Тренінги про забезпечення авторського права в електронних виданнях, відповідальність інтернет-видань за недостовірність інформації і перекручення авторських матеріалів, просування медіа у соцмережах, написання грантів для місцевих ЗМІ, проектна діяльність.
- Обмін досвідом з редакціями, які працюють в ОТГ;
- Як забезпечити обслуговування власного сайту, як створити своє радіомовлення?
- Вивчення нових комп'ютерних технологій для верстки газети, інфографіки, створення фото-відео репортажів.
- Тренінги щодо юридичних аспектів реформування видання
- Розвиток газети у об'єднаній громаді
- Цікавлять питання роботи в новостворених ОТГ, проблеми медичної та освітньої реформ.
- Як заснувати нове видання? Як закінчити процес реформування? Як вигравати гранти?
- щодо питань роздержавлення ЗМІ.
- Веб-дизайн, робота рекламного відділу, організація і поширення видання у районі, організація FM радіомовлення
- Про досвід редакцій після реформування, робота в нових програмах,
- Газетний менеджмент, тематичне та графічне осучаснення газети.