Что вы себе (не) позволяете?

Александр Гатилин

«Зачем портить отношения с властью?», «Всем не поможешь!», «Журналист лишь информирует», «Не нужно пилить сук, на котором сидишь!» — 5—10 лет назад такие вопросы и утверждения были привычными и естественными. Но падение тиражей, взрывная популярность социальных медиа заставляют и самых лояльных чиновникам редакторов муниципальных СМИ задуматься о том, «кто же здесь власть»?

Социальная активность СМИ, работа с местными сообществами — это не бунт, не блажь, не «обогрев космоса», а насущная необходимость и прагматичный расчет, который помогает выживать, а в перспективе и активно развиваться.

Последняя надежда на справедливость

Встретил на журфаке МГУ давнего знакомого. Он много лет работал на BBC, в Newsweek, последние годы от Bloomberg входит в президентский пул. Рассказываю о прошедшем накануне круглом столе: журналисты региональных и муниципальных СМИ представляли свои социальные проекты и материалы.

«Ладно», — говорю, — «ты пишешь острый материал — в худшем случае тебя исключат из пула. Но когда руководитель муниципального СМИ, учредителем которого является местная администрация, собирает подписи под письмом губернатору о нерешенной дорожной проблеме и регулярно публикует критические материалы — как он себе это позволяет?»

«Да. Именно так нам и говорят местные начальники: "что вы себе позволяете?"», — подтверждает Елена Пивоварова, главный редактор Батайского информационного агентства «Вперед» (Батайск, Ростовская область), — «А как иначе? Один раз живем — надо делать то, что считаешь нужным и полезным». Мостиком между властью и гражданами считает свое СМИ **Ольга Фомич**, главный редактор газеты «Прихопёрье» (Поворино, Воронежская область). «Если проблема по каким-то причинам долго не решается властью, люди идут в редакцию. Они видят в нас последнюю надежду на справедливое решение проблем и помощь», — рассказывает Ольга Фомич.

Александр Гатилин — начальник управления общественных связей Фонда Андрея Первозванного, координатор Ассоциации журналистов, освещающих семейную тематику, организатор конкурса для журналистов «Семья и будущее России». gatilin@mail.ru

За 6 лет на конкурс поступило более 35 тысяч материалов. На основе конкурсных заявок сотрудники факультета журналистики под руководством легендарной Луизы Свитич провели контент-анализ, подготовили монографию и методическое пособие «Как писать о семье и избежать шаблонов?».

Голосовать за спасателя рублём

Накануне форума СЖР «Вся Россия» я провёл небольшое исследование «Журналист или активист? Как и зачем СМИ помогают людям?».

Вопрос о выгоде, которую СМИ получают от социальных проектов, вызвал некоторое смущение у 39 коллег, ответивших на вопросы анкеты.

«Это наша социальная функция, газета здесь *(реализуя социальные проекты. — Прим. А.Г.)* работает как член гражданского общества», — скромно констатировала **Светлана Зайцева,** главный редактор «Саткинского рабочего» (Сатка, Челябинская область).

Вероятно, точно так же считают и читатели, зрители областных и районных газет и телеканалов. Отсюда и потребительское отношение.

«Обращаются жители за помощью, когда им просто не хочется звонить чиновникам, добиваться ответа в других инстанциях и проще просто позвонить на студию», — недоумевает **Ирина Герасименко**, начальник редакции тематических программ «ТВ Студия Факт» (Тазовский, ЯНАО).

Уверенных ответов о выгоде социальных проектов я практически не получил.

«Тираж газеты от этого не увеличивается. Больший отклик идёт через соцсети», — фиксирует **Анна Махнина,** главный редактор газеты «Сосновская нива» (Сосновский район, Челябинская область).

Елена Пивоварова признаёт, что «работа журналиста на местах — спасите-помогите, если не вы — то никто!». Но с грустью констатирует, что «тиражи и доходы газет падают». «Гражданское общество не понимает, что нужно за спасателя голосовать рублём, платить за подписку и не 200 рублей за полгода», — формулирует главную проблему Елена Пивоварова.

Зачем же тогда тратить время и нервы, портить отношения с чиновниками, если монетизировать

функцию социального заступника не получается?

Сообщество единомышленников

Журналист **Татьяна Журавлёва** и её коллеги из «Уренских вестей» (Урень, Нижегородская область) совместно с жителями района добились прекращения вырубки леса в заповедной зоне. «Человек, откликнувшийся на газетную публикацию, становится нашим соратником, единомышленником, вырабатывается заинтересованность протянуть руку помощи», — уверена Татьяна Журавлёва.

Анна Спасская, ответственный редактор газеты «Абакан», рассказывает, как всем городом по призыву редакции помогали отцу-одиночке погасить долги и одеть троих детей. В первом же абзаце статьи, рассказывающей об итогах сбора помощи, Анна написала: «Горожане с большой охотой откликнулись на просьбу о помощи Евгению, даже особо не интересуясь подробностями произошедшего — настолько высоко доверие абаканцев к нашему еженедельнику».

Светлана Полежаева, корреспондент газеты «Копейский рабочий», рассказывая об успешном завершении акции «Объявим бой открытым люкам!», с удовольствием отмечает: «Горожанам хочется верить, что печатное слово по-прежнему имеет вес. Кроме того, вкус общей победы особенно сладок».

В ответе за тех, кого…

На одном из мастер-классов, которые Фонд Андрея Первозванного по традиции проводит для финалистов конкурса «Семья и будущее России» на журфаке МГУ, коллеги с сожалением рассказывали **Наталье Лосевой**, известному медиаэксперту, специалисту по «новым медиа» и работе в digital-среде, что редакторы скептически относятся к социальным материалам. В качестве примера коллега из муниципального СМИ рассказала о материале про помощь семьям с детьми с редкими заболеваниями, который отказывались ставить на сайт.

Наталья Лосева очень удивилась и посоветовала сказать редактору, что родители детей с ОВЗ — обычно очень сплоченная и активная группа, если они будут с определённой периодичностью читать в вашей газете материалы, помогающие им выстраивать комфортную среду для своих детей, то они станут вашими подписчиками и активными сторонниками.

Под этим углом можно посмотреть и на другие группы потенциальных читателей. Можно проанализировать существующие районные тематические сообщества в социальных сетях, на форумах, тематических сайтах. Для выстраивания отношений можно написать о каждом из этих сообществ, попутно знакомясь с его лидерами и активными участниками, определяя интересующие их темы. Можно совместно продумать план публикаций по интересующей их тематике — им тоже нужно расширять круг участников.

Важное условие: для вовлечения и повышения лояльности разных групп граждан нужна регулярность. Вы помогаете им информационно — они помогают вам, привлекая внимание единомышленников к вашим ресурсам.

Составьте таблицу активных сообществ, зафиксируйте лидеров мнений, запишите волнующие участников темы, оцените степень сплочённости, массовости каждой группы (что позволит в дальнейшем правильно расставлять приоритеты и планировать время).

Дольщики, геймеры, молодые мамы, градозащитники, экологи, рэперы, байкеры, футболисты, любители анимэ — все они гордятся своими увлечениями или своим общественным призванием, хотят заинтересовать других. Видя ваш интерес, они с удовольствием раскроют секреты, которые большинство неспециалистов не знают. Вы получите увлекательный контент, они, как модно сейчас говорить, «повысят свою экспертность».

Но не бросайте после первой же публикации филателистов ради краеведов и т.п. Ухаживайте, проявляйте интерес, «ходите на свидания» в оффлайн (участвуйте в совместных тематических акциях), и вскоре они ответят взаимностью.

Вывести людей на улицу

По тому же принципу можно работать с сообществами, объединёнными стремлением решить ту или иную общественную проблему.

Или же самим инициировать формирование подобных сообществ.

150 финалистов конкурса участвуют в трёхдневной практической конференции, обмениваясь опытом реализации социальных проектов и общаясь с ведущими российскими медиаэкспертами.

«Были случаи, когда мы выводили людей на улицу, — делится опытом Любовь Климович, главный редактор газеты «Огни Енисея» (Дивногорск, Красноярский край). — Так случилось, когда появились в городе лица, желающие приватизировать муниципальное предприятие электрических сетей. Когда городской суд, "проснувшись", возжелал занять городскую библиотеку под свой офис».

Елена Пивоварова вспоминает свой опыт мобилизации жителей города. Произошла гибель воспитателя детского сада на нерегулируемом перекрёстке рядом с новым детским садом. Власти тянули с решением. Редакция выступила инициатором сбора подписей в письме губернатору области. Воззвание поддержали родители детей детсада, педколлектив, жители ближайших улиц.

В ходе круглого стола «Журналист или активист?» Анна Махнина с воодушевлением рассказывала про затяжную борьбу, которую редакция вела с местными и региональными чиновниками, когда перекрыли выезд в сторону города из пригородного посёлка. «Было понимание — надо сопротивляться, — вспоминает А. Махнина. — В материалах старались быть объективными. Всё решалось на нашей площадке в соцсети — договаривались, собирали подписи, делились новостями... Разворот открыли».

Сопричастность и сопереживание как основа экономической модели

Анна Махнина мечтает извлечь материальную выгоду из многочисленных случаев бескорыстной помощи гражданам. Анна пересказывает совет продавца в газетном киоске: «Вы такие молодцы, вам бы менеджера хорошего».

Вопрос не только в менеджере. Но и в отношении, позволю себе сказать, к продукту, который вы производите.

У всех на слуху примеры «клубной журналистики». The Guardian, Новая газета считают публикуемую информацию общественно значимой, поэтому не делают платным доступ к материалам на сайте. Они призывают читателей, разделяющих их ценности, поддерживать финансово производство редакционных материалов.

На странице, где можно оформить свой вклад, коллеги из The Guardian пишут *(перевод мой. — А.Г.):* «Поддержите нашу журналистскую работу вкладом любого размера. Читатели со всего мира, такие как вы, делают работу The Guardian возможной.

Нам нужна ваша поддержка, чтобы продолжать распространять качественную расследовательскую журналистику, сохраняя её открытой для всех. Во времена, когда основанные на фактах, честные репортажи особенно значимы, ваша поддержка крайне важна в защите нашей редакционной независимости. Любой ваш вклад, маленький или большой, имеет особую ценность для нашего будущего».
Вы скажете, что подобный подход возможен только в идеологизированных СМИ. Это не так. Порталы, посвящённые социальным вопросам (Такие дела, Правмир, Милосердие.ру), успешно, хотя и не без труда, собирают пожертвования на работу редакций.
Некоторые региональные и муниципальные СМИ (например, БИА «Вперёд» (Батайск)) аккуратно предлагают читателям финансово поддержать авторов понравившихся материалов. Но объясняют ли, почему эта поддержка важна? Почему СМИ недостаточно финансирования из налогов, которые платят те же читатели? Почему не работает в должной мере реклама? Где масштабные грантовые программы и субсидии государства печатным СМИ?

Обрести лицо

Что должно измениться в позиционировании СМИ в общественном пространстве, чтобы читатель перестал считать, что СМИ обязаны решать его проблемы и развлекать?
В условиях победившего патернализма (уверенности, что «государство мне должно»), задача перепозиционирования СМИ как субъекта, а не инструмента общественных процессов представляется крайне сложной. Обретение субъектности — это обретение лица. Иногда в прямом смысле слова. Редактор, журналисты должны иметь живые аккаунты в соцсетях (безмолвные репосты статей бессмысленны). Фото, электронная почта, аккаунт в соцсети, возможность подписаться на автора — важные элементы оформления материала на сайте.
На открытии форума «Вся Россия» главный редактор «Комсомольской правды» **Владимир Сунгоркин** в приветственном видеообращении сказал, что журналисты объясняют, разъясняют происходящие события. Подобное журналистское толкование событий не может не быть субъективным. Оно обусловлено редакционной политикой и позицией автора. В этом есть и минусы, но главный плюс в том, что ваше мнение можно обсудить, осудить или поддержать. Журналистика факта, объективно представляющая разные позиции, неинтересна читателю — убеждён Владимир Сунгоркин. Открыв лицо, заявив свою миссию, позиции по разным вопросам, вы становитесь желанным собеседником для своих читателей. А дальше всё зависит от вашей решимости.
Сергей Коваленко, директор интернет-проектов ООО «Слобода» (сайт myslo.ru, Тульская область) так описывает задачу, которая стояла перед редакцией в процессе создания нового сайта: «Основную ставку мы сделали на создание живого городского комьюнити. Нас интересовал только закладочный трафик. Задача была делать что-то уникальное, чего нет ни у одного конкурента. Построить сайт на общении». При такой задаче меняется не только сайт, но и подача сообщений в соцсетях: никакой новостной ленты — только личное обращение.
«Что может стать новым конкурентным преимуществом? — задаётся вопросом **Влад Титов,** автор книги «Комьюнити-менеджмент» — Дружба! Эмоциональная связь — стопроцентное конкурентное преимущество». Друзья появляются не только в общении в социальных сетях и на страницах СМИ, но и при реализации социальных проектов. Друзья вам доверяют, готовы иногда помочь, защитить от нападок. Друзья (или «амбассадоры, адвокаты брэнда» как их называют маркетологи) имеют свой круг общения и в перспективе могут вовлекать своих родственников и знакомых в редакционные проекты.
А там рукой подать и до клубной модели финансирования! Ну или до формирования качественной, лояльной ядерной аудитории, которую вы можете продавать рекламодателям и делать нативные проекты, привлекательные как для читателей, так и для бизнеса.
Подведём промежуточный итог. Социальные проекты успешно реализуют многие СМИ. Вы испытываете чувство удовлетворения, ваши читатели всё больше вам доверяют и рассчитывают

на вашу помощь. Но что происходит после завершения проекта в ваших отношениях с его участниками? Скорее всего, ничего. Вы ситуативно объединились для решения проблемы и потом разбежались.
Очень важно отмечать успехи. Ваши помощники будут рады тёплому слову благодарности и неформальному общению с журналистами. Составляйте базу наиболее активных и влиятельных участников ваших проектов. Вы можете в соцсетях поздравлять их с днём рождения, напоминая, какую помощь они оказали нуждающимся или как помогли решить общественную проблему. О наиболее интересных активистах можно сделать очерки, вдохновляя их примером других потенциальных помощников и единомышленников.
Влад Титов считает самыми главными инструментами комьюнити-менеджера внимание и признание. Основываясь на многолетнем опыте формирования сообществ для брендов и корпораций, он констатирует «катастрофический дефицит внимания к себе любимым и признания себя любимых».
С каждым новым проектом вы расширяете клуб своих сторонников и единомышленников. Вы проводите с ними субботники, сажаете деревья, поздравляете с Новым годом многодетные семьи, оказавшиеся в трудной жизненной ситуации. Одна из коллег рассказывала, как однажды, пригласив раздавать новогодние подарки местного бизнесмена, получила надёжного многолетнего партнёра.
Вас узнают, вам доверяют, разделяют ваши ценности... А дальше?
А дальше как в старом анекдоте про двойняшек в утробе, размышляющих, есть ли жизнь после рождения? Оттуда ещё никто не возвращался.
Поделитесь вашими успешными историями монетизации (пополнения бюджета СМИ) доверия читателей! Буду рад дополнить базу кейсов социальной активности СМИ и поделиться находками с подписчиками журнала «Журналистика и медиарынок».

Акция «Лесное озеро, живи!»

Татьяна Журавлёва,
журналист газеты «Уренские вести»

В редакцию пришёл бывший лесник, дежуривший на турбазе, и рассказал про то, что в заповедной зоне на берегу Кочешковского озера рубят лес. Поскольку учредитель нашей газеты районная администрация, заручились поддержкой главы. Написали материал о самом факте вырубки. Взяли комментарии арендатора, занимавшегося вырубкой, начальника лесничества, начальника отдела Федерального государственного лесного и пожарного надзора Департамента лесного хозяйства области.
В качестве эксперта привлекли директора Нижегородского экологического центра «Дронт».

4 Уренские ВЕСТИ

ЭТО РОДИНА МОЯ

Лес рубят, щепки летят

Кто и почему рубит лес в охранной зоне Кочешковского озера?

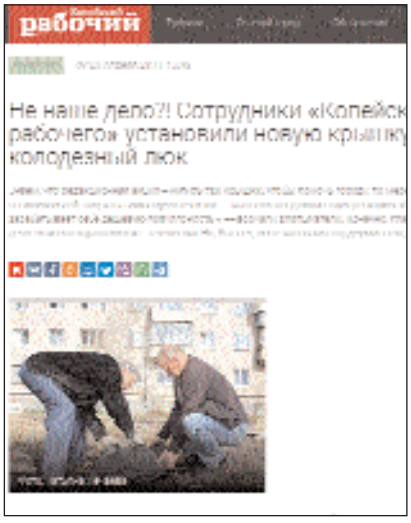
Статья подняла на ноги общественность, поскольку это чистейшее лесное озеро является подлинной жемчужиной Уренского района. Нас поддержали в первую очередь педагоги и школьники. Мы организовали экспедицию юных экологов на место вырубки, где уже не мы, а самые авторитетные учителя биологии определяли, насколько верно утверждение арендатора о заражённости леса жуком-топографом. Затем провели масштабную акцию, во время которой волонтёры собрали 768 подписей под обращением защитить заповедную зону в Приёмную Президента и Генеральную прокуратуру РФ.
Этой теме была посвящена районная экологическая конференция. Нас поддержали депутаты А.Ф. Табачников и А.А. Кавинов. Мы выезжали на все про-

верки. В результате арендатор Абдулаев подал на нас в суд. Мы потратили кучу денег на лингвистические экспертизы и кучу нервов, поскольку поняли, что правда наша ничего не значит, всё решают деньги.
Кто только нам не помогал: и Союз журналистов, и знакомые юристы, и писатели. Исход дела решил Антон Манаков — юрист ОЗС. В итоге вырубка была прекращена. Но Абдулаев продолжал рубить лес, только уже в других местах. Две недели назад его арестовали. Значит, наша акция всё-таки имела смысл. Думаю, что, если нужно будет снова ввязаться в какую-то историю во имя справедливости, мы опять рискнём.
А иначе какой смысл в нашей работе.

Акция «Объявим бой открытым люкам!»

Светлана Полежаева, корреспондент газеты «Копейский рабочий»

Акция стала реакцией на трагические события: в открытых колодцах погибли мать с семилетним сыном и через месяц после этого — трёхлетняя девочка. Колодцы оказались открытыми из-за тотального воровства: преступники в течение нескольких месяцев крали с них металлические крышки и сдавали в пункты приёма вторсырья. Коммунальные организации, в чьём ведении находились опасные люки, не спешили их закрывать.



Понимая, что могут появиться новые жертвы, я предложила начать решать проблему своими силами. Редактор идею поддержала, поскольку значимость темы была велика для города.
Все сотрудники редакции по телефону и при личном общении собирали от населения адреса, где располагались открытые колодцы. Я аккумулировала информацию и публиковала её в газете, чтобы предупредить жителей об опасности. Широкий отклик удалось получить за счёт того, что читатели осознавали важность сотрудничества с журналистами. Это был наш общий с читателями бой.
Полученную информацию я, как куратор акции, передавала коммунальным организациям и администрации города, а затем писала, была ли реакция от официальных структур — и какая реакция.
Безусловно, мы понимали, что идём на открытый конфликт с муниципальной властью, но мысль о страшной гибели троих человек заставляла нас действовать дальше.
Если люки оставались открытыми, мы с главным редактором и отделом рекламы искали спонсоров или покупали антивандальные крышки на редакционные средства, устанавливали их самостоятельно (руками сотрудников-мужчин) и писали об этом. Это привело к конфликту с мэрией, но также позволило привлечь внимание областных властей. После вмешательства губернатора проблема была решена — все колодцы в городе вновь стали безопасными.
Цель была достигнута, но мы получили и ещё один положительный результат: у нас увеличилась подписка. Горожанам хочется верить, что печатное слово по-прежнему имеет вес. Кроме того, вкус общей победы особенно сладок.

&