

Расставишь сети — сам в них и попадешь

В очередной раз беру в руки жужжащий телефон: десятки уведомлений, сообщений, активных чатов... Как же изменилась жизнь газетчиков! Стыдно признаться, но еще в 2018 году на моем смартфоне был тариф «без Интернета», потому что вполне хватало для выхода во всемирную паутину двух компьютеров — на работе и дома, а телефон был нужен, чтобы звонить. А теперь мы крепко попали. В сети

Надежда Казакова, главный редактор районной газеты «Слободские куранты», город Слободской, Кировская область

Газета «Слободские куранты» — победитель в номинации «Лучшая группа районной газеты в социальных сетях» конкурса профессионального мастерства СМИ Кировской области «Лучшая районная газета» — 2023» в рамках премии «Медиа мастер — 2023»

БЫТЬ БЫ ДРУЗЬЯМИ НЕ ТОЛЬКО ОНЛАЙН...

Времена, когда сотрудники нашей редакции занимались лишь выпуском старейшей слободской газеты, в прошлом. Сегодня «Слободские куранты» — это 12-полосный еженедельник, а также сайт, телеграм-канал и два сообщества — в Одноклассниках и ВКонтакте. Реалии времени: тех, кто читает нас во всемирной паутине, на порядок больше оформивших подписку на печатную версию.

«Вот бы количество подписчиков на газету «Слободские куранты» так же стабильно прирастало, как в Интернете... Однако ж тиражам за соцсетями не угнаться», — думала, когда держала в руках диплом победителя региональной премии СМИ «Медиа-Мастер — 2023» в номинации «Лучшая группа районной газеты в социальных сетях». За непродолжительный срок это уже вторая победа в данной номинации — лучшая группа в соцсетях среди районов Кировской области



была у «Слободских курантов» и по итогам 2021 года.

«МЕЖДУ НАМИ ТАЕТ ЛЕД»

Награду в 2023 году редакции принес паблик в социальной сети ВКонтакте. Он был создан почти 15 лет назад — 7 апреля 2009 го-

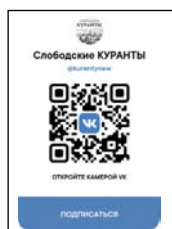
да. Какое-то время сообщество наполнялось фотографиями, фактами из истории газеты, короткими новостями, но без особой периодичности. Потом на несколько лет было забыто вместе с его 1500 подписчиками. Реанимировать замороженную группу мы начали весной

2019 года, пройдя перед этим все стадии принятия неизбежного. Сейчас с улыбкой вспоминаем, с какими усилиями и внутренним сопротивлением давались нам, газетчикам, те первые регулярные шаги в интернет-пространстве. Понимали, что надо делать что-то свое (то есть не противоречить многолетним традициям местной печатной журналистики, не терять лицо и в виртуальном пространстве, беречь завоеванное доверие слобожан, не вываливать все свои новости и статьи из газеты в Сеть, потому что наше издание распространяется платно — по подписке). Мы отталкивались от того, что паблик не должен заменять газету, но может ее дополнять, в т.ч. и как площадка для размещения рекламы. Только вот до рекламодателей нам тоже еще нужно было дорасти — аудиторией.

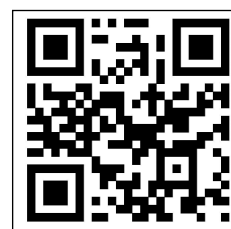
ЗАХОДИ, ГОСТЕМ БУДЕШЬ

Сегодня группа в социальной сети ВКонтакте у нас наиболее динамичная, в ней 6500 подписчиков (в среднем, 15—25 новичков в неделю, иногда больше). Летом случаются «взрывы», когда приводим к себе за месяц по 200 и более интернет-пользователей. Хуже прирастает группа в Одноклассниках — там мы рады и пяти новым подписчикам в неделю, сейчас их в сумме чуть больше 1250. Цифры скромные, с **многотысячными пабликами города, которые специализируются подчас на негативе**, мы не играем в догонялки.

Заходя в «злые группы», невольно думаешь: «Люди, почему вы недовольные и агрессивные?» В наших газетных сообществах иначе — там



Паблики
«Слободских
курантов»



о добре и человечности, вежливости и взаимовыручке, гордости за свою малую родину и землячков. Наверное, у районки в соцсетях немало тех, кто устал от вселенской интернет-депрессии.

А ТЫ МНЕ НРАВИШЬСЯ!

Ежедневно методом проб и ошибок мы нащупываем то, что в итоге удерживает и увеличивает нашу виртуальную аудиторию и не идет вразрез с вековыми традициями газеты.

Хорошо было бы где-то найти универсальную методичку по ведению групп районов в социальных сетях. Но такой нет. Равно как нет и двух одинаковых аудиторий у пабликов местной прессы. И часто то, что

бомбит на ура у соседей, у тебя вообще не работает — выложишь подобное, «а в ответ тишина»... Что же нравится нашим?

Мы не превращаем сообщество в «кладбище репостов» из других пабликов. Делаем их в редких случаях — например, когда нужно сразу обратить внимание на первоисточник (человека, который собирает народ на какое-то социально значимое мероприятие, срочную официальную информацию от местных властей и т.п.). Иногда делаем репосты с личных страниц сотрудников редакции — некоторые делятся на своей территории постами-впечатлениями о каких-то мероприятиях, когда эмо-

ции и подробности по разным причинам не попали в газету, или забавными моментами из редакционных будней (это вообще кто, кроме нас, миру поведает?).

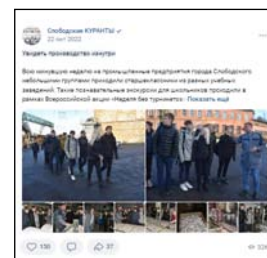
Но все же не репосты, а авторские записи дают больший охват аудитории, пусть даже это будет умелая переработка журналистом какой-либо информации с указанием источника.

Правда (да простит меня пишущая братия) у нас порой **до 20 тысяч просмотров набирают записи, которые вообще «не про журналистику»**, а, например, про изменения в **расписании движения автобусов**, поданные не текстом, а на картинках (человек может скачать их себе и просматривать в нужный момент, отправить кому-то).

Немало просмотров собирают и подобные текстовые посты про **графики включения-отключения уличного освещения или режим работы медицинских учреждений** в праздники.

Пользуются популярностью **анонсы городских событий** (особенно тех, что с бесплатным входом), лучше сразу подборкой на неделю. Люди сохраняют эти записи себе, отправляют знакомым, планируют совместный досуг.

Районная газета — это в принципе про людей. **Мы поздравляем с днями рождения слобожан** — тех, что без титулов и регалий, с кем часто пересекаемся по долгу службы, о ком, возможно, в газете мелькали только краткие упоминания. Как правило, это не местные вилы. Экскурсовод музея, специалисты администраций, учителя, музыканты, самодеятельные танцоры



и певцы, спортсмены, активная молодежь, фотографы и др. Однажды так втихаря поздравили коллегу-журналистку, которая работает в редакции четвертый десяток. Этот пост набрал почти 13 тысяч просмотров, 300 лайков и почти 40 поздравительных комментариев.

Здравствуй, народная любовь! Наша скромная именинница даже не сильно на нас ворчала, случайно обнаружив в личном празднике эту запись со своим фото в Интернете. Причем каждое поздравление — не шаблонный текст, оно пишется один раз и для одного человека, т.к. умещает в себе множество аспектов его жизни.

Подобные поздравительные посты в свое время помогли рассказать нашу неразговорчивую аудиторию хоть на какое-то комментирование.

Кроме того, в группах регулярно появляются анонсы газетных зарисовок о местных жителях. Если повезло с героем публикации, собираем урожай комментов, лайков и просмотров, а заодно и человеку приятно — вон как его земляки уважают!

В газете мы ограничены объемами доступных для материалов печатных площадей. Раньше немало хороших снимков корреспондентов в номер не попадали. Куда ставить? Правильно — некуда! Сейчас снимки попадают в соцсети: либо подборкой из десяти кадров к посту, либо «заливаем» целые фотоальбомы с крупных мероприятий. В газету же к статье журналиста ставится QR-код с ссылкой на сообщество для желающих посмотреть весь фоторепортаж.

Это же касается и видеорепортажей. Раньше газетчики съемкой видео никогда не заморачивались — в печатке его не покажешь. Сейчас снимаем и, если успеваем, обрезаем, монтируем. Для желающих «окунуть в момент» опять же ставим в газеты QR-коды, отсылающие на загруженные к постам видео.

Как ни странно, наши жители любят смотреть на то, что происходит на улицах, пока они сидят в душных офисах.

Слободской — настоящий музей под открытым небом, есть чем любоваться. Потому фотографии старинного провинциального города и его окрестностей, сделанные в

любое время года сотрудниками районки и фотографами-любителями, в ленте новостей заходят на ура.

Редакция даже сколотила около себя своеобразную фотобанду из людей, которым нравится постоянно снимать вокруг себя красоту. Их фото мы часто выкладываем в своих пабликах с указанием авторства.

КОПЕЕЧКА К КОПЕЕЧКЕ

Заметили оживление в наших пабликах и рекламодатели. Некоторые, помимо принта, стали все чаще просить размещение в соцсетях. Появились даже такие, которых интересует только Интернет.

Если в начале 2021-го в группе ВКонтакте все ограничивалось в течение месяца двумя-тремя проданными суточными рекламными «закрепами», то теперь в некоторые месяцы мы вынуждены предлагать оставшиеся даты тем клиентам, которые заранее не застолбили место — выходы постов бывают расписаны по дням, переваливая за 20 и более. Новые правила маркировки интернет-рекламы нас немного поугали, но от желания зарабатывать не только на газете мы не отступились.

Впрочем, до первого миллиона нам еще маркировать и маркировать.

ПРО УДОБСТВА...

Отдельно хочется сказать про удобства для сотрудников редакции и подписчиков, которые мы приняли как правила, выстраивая работу с соцсетями.

Как и в газете, мы ведем в группах постоянные рубрики, только там они обозначаются хештегами: **#но-**

мера_СК — содержание еженедельных газетных выпусков в кратком изложении; **#анонсы_Курантов** — информация о конкретных материалах, вышедших в свежем номере; **#фотореп_СК** и **#видеорепо_СК** — фоторепортажи и подборки видео с мероприятий; **#дни_рождения_СК** — те самые поздравления от редакции земляков-именинников; **#из_жизни_Курантов** — интересные истории про жизнь редакции и ее сотрудников; **#новости_Курантов** — встречи и события города и района; **#архив_СК** — номера и вырезки из старых номеров газеты (тогда она называлась «Ленинский путь»). И нам, и подписчикам найти какие-то посты, ограничив поиски по хэштегам, проще.

Мы делим текст поста на абзацы, только вместо табуляции используется отбивка; избавляемся от большого количества смайликов и прочих цветных знаков, лишь иногда ставим их в начале абзацев, чтобы задать тексту структуру и подчеркнуть какие-то важные моменты. Чтобы увеличивать количество просмотров среди заинтересованной аудитории, делаем отметки на людей и группы учреждений в «ВК» — так называемые кликабельные ссылки-упоминания. Такие посты из нашей группы охотно забирают к себе те, о ком ведется речь.

Несмотря ни на что, вежливо отвечаем на комментарии подписчиков, а, если в них содержатся вопросы, ответами на которые не располагаем, уточняем информацию.

Зачистке подлежат только содержащие явные оскорбления и цензурную лексику. Мониторим пришедшие в группу сообщения,

стараемся помочь, даже если человек в них спрашивает номер телефона своей управляющей компании или МФЦ.

Порой из такого онлайн-общения выплывает тема для нового материала, потому что людям сегодня проще написать в Интернете, чем позвонить или прийти в редакцию. Лично сотрудникам районки тоже пишут — не скрываем себя, нас видят как администраторов сообществ ВКонтакте.

... И НЕУДОБСТВА

И все же хочется сказать про оборотную сторону полученной за развитие соцсетей медали.

В условиях, когда газету делают «полтора землекопа», сложно решить, кому сверху довалить еще и соцсети, потому что отдельной ставки для подобного специалиста у нас нет, и вряд ли когда-то будет. Хорошо, если это решается полюбовно, и в коллективе находится, как правило, молодой сотрудник, которому это интересно, который в этом разбирается.

А остальные ему помогают. У нас именно так. Правда, кто понимает, что такое соцсети, редко выпускает телефон из рук. Порой шутим:

«Лишь бы не «расчеловечиться» совсем!»

Особое веселье бывает, когда администратор по соцсетям уходит в отпуск или на больничный: мечутся между газетой и пабликами оставшиеся специалисты.

Но пошел работать в районную газету — значит, теперь ты и жвец, и жнец, и на дуде игрец. А ответ на вопрос о том, как не запутаться в сетях, словно мелкая рыбешка, мы все же постараемся найти.

