

Свой текст не поставим, а статью народного корреспондента — всегда

Не раз бывало, что сценарий очередного номера, намеченный на летучке, корректировали из-за какого-нибудь поста или вопроса в соцсетях в пару фраз



*Татьяна Шарафиева —
редактор газеты
«Егоршинские вести»,
Свердловская область*

Газета «Егоршинские вести» выходит в городе Артёмовский Свердловской области. Это одна из первых в регионе частных независимых районных (городских) газет. В мае исполнилось 28 лет со дня выхода её первого номера. «ЕВ» выходит на 36—40 полноцветных полосах формата А-3, еженедельно. У издания есть сайт, группы в соцсетях «ВКонтакте», «Одноклассники», в приложении Инстаграм.

1 Обратная связь с уходом бумажной почты и развитием соцсетей в российской прессе ослабла.

Насколько активно ваша редакция вовлекает аудиторию в создание контента и нужно ли это сегодня?

Для нас нет вопроса — вовлекать или нет читателя и нужно ли это сегодня. У нас это идёт уже на автомате. Обратная связь не исчезла и не ослабла, она теперь в другой форме.

Вот провели мы в группах «Егоршинских вестей» в соцсетях опрос на тему роста цен на продукты, получили несколько сотен ответов. Сделали на их основе инфографику в газету, а по комментариям еще и информацию. Это контент? Вовлечение читателя? Да!

Или ещё пример. Пришла в редакцию женщина, плачет: мужа-дальнобойщика разбил инсульт за 2000 км от дома. Там, в местной больничке Калужской области, ему помогли, но мужа надо везти на Урал, в родное село. Она кинулась к медикам просить спецмашину, но везде получила отказ. Чтобы нанять частного перевозчика, взять с собой медработников нужно 150 тысяч. Таких денег в семье нет, а мужа выписывают вот уже через пару дней.

Мы проверили обращение, выяснили, что так всё и есть, как рассказывает посетительница. Быстро написали информацию-обращение на сайт, в соцсети, на следующий день опубликовали в газете. И меньше чем за сутки собрали нужную сумму. Мужчину привезли, он успешно проходит реабилитацию.

Контент создали? Да. Читателя вовлекли? Да. Люди откликнулись и словами поддержки земляку и его семье, и конкретной материальной помощью. Местный предприниматель, наш читатель, узнал о беде с дальнобойщиком и привёз жене шофёра почти половину нужной суммы. А прочёл он клич о помощи в нашем посте в Инстаграм.

Каких-то спецприёмов для выдавливания из читателя контента не применяем, платить гонорар возможности нет. Просто дружим с людьми, интересуемся их жизнью, настроением, заботами, стараемся быть с ними честными, открытыми, не показывать мир чёрным или белым.

И тут есть у меня пример. Инициативная группа жителей создала петицию за отставку главного врача местной больницы и стала собирать под ней подписи. Повод — закрытие ОВП (общей врачебной помощи) в отдалённом микрорайоне города. Главврач — личность неоднозначная. При нём с начала года уволились 16 врачей, часть из-за того, что главврач не терпит возражений, может прилюдно оскорбить коллегу. С другой стороны, с его приходом в больницу стало поступать современное оборудование, о котором мечтали годами, начались ремонты. Менеджером он показал себя отличным. И мы пишем о разных качествах личности руководителя, приводим аргументы пенсионеров и мамаш, которым придётся ехать в больницу за несколько километров, но и доводы, объяснения больничного начальства тоже приводим.

Контента на эту острую тему получаем — на несколько разворотов хватит. «Организовали» его объективным, считаю, рассказом о возникшей острой проблеме.

Мы, бывает, получив очередное «неправильное» мнение, возмущаемся позицией народного корреспондента, злимся, обижаемся, что он думает не так, как мы, но — публикуем. На то у нас и рубрика «Личное мнение» — одна из самых популярных в газете.

В газету (а теперь и в соцсетях) люди пишут нам о ямах на дорогах, мусоре у контейнеров, коричневой воде из крана. Но не только. У нас есть постоянные авторы, которые предметно, со знанием дела, разбирают схемы конкурсов, объявляемые муниципальными властями на сайте госзакупок. Есть экономист ЖКХ, анализирующий цифры в платёжках за коммунальные и жилищные услуги, и юрист, разбирающий судебные решения по этой теме.

Народные эксперты, как мы их называем, пишут свои выкладки в сообщениях в «Одноклассниках» — пенсионерам так удобнее. А мы, оформив формулы, ссылки и термины в пояснения и понятные фразы, выкладываем их опять же в соцсетях, чтобы получить комментарии, мнения, отклик «а у нас вот так». Признаюсь, нагло пользуемся дружбой с нашими проверенными экспертами, с активными авторами и не стесняемся давать им задания написать на ту или иную тему или поискать ответ на вопросы, заданные газете.

Народные обозреватели и эксперты раньше всплывали мысли на бумагу с помощью ручки, сейчас чаще с помощью клавиатуры компьютера. Только это в нашем взаимодействии с ними и изменилось. Не сказать, что у нас их много, но те, кто считал важным и нужным поделиться своей позицией и размышлениями с другими читателями, — таковы и остались. А место на страницах для мнений найдётся всегда. Свой текст не поставим, а статью нашего народного корреспондента или обозревателя — всегда.

2 Как вы оцениваете востребованность публикаций аудиторией, расставляете тематические приоритеты?

Оценка одна: выписывают и покупают газету или нет, больше уникальных посетителей на сайте или меньше, комментируют и постят наши сообщения пользователи в соцсетях или равнодушны к ним. Тематические приоритеты у нас есть, но мы не считаем их некоей догмой.

Времена меняются. Жизнь подбрасывает темы дня. Сегодня это ситуация с коронавирусом, и значит это наш тематический приоритет — на сайте в первую очередь.

В каждом номере газеты вот уже почти три десятка лет («Егоршинским вестям» скоро будет 29) выходит страница писем. Сейчас она называется ВКонтакте. Публикуем письма — а нам до сих пор приходят бумажные, написанные на тетрадных листочках, — стараясь соблюдать паритет тем: рядом на странице и острые, критические послания, и рассказы о турпоходе ветеранской ячейки или празднике в детском саду.

В рубрике «Фотофакт» на этой же странице может появиться авторский снимок криво уложенного тротуара, а может — ветки рябины в снегу или синичка у кормушки.

Публикуем на странице опросы людей, взятые на улице, на актуальную тему. Читателям такие интересны, знали мы по исследований медиагуру: человек видит знакомое лицо, читает мнения своего земляка, обычного жителя.

Однажды решили опубликовать опрос на сайте. И первая же публикация дала число просмотров, сопоставимое с сообщением о серьёзном ДТП. Востребовано такое, делаю я вывод, отвечая на вопрос журнала.

Отклики из печатной версии и полученные онлайн используем «перекрёстно»: письма из газеты публикуем на сайте и в соцсетях, а острые интересные комментарии к публикациям под постами в группах ВК и ОК — в подборках на странице ВКонтакте.

Хороший отклик дают акции «ЕВ» с участием читателей. Так, в режиме нон-стоп проводим фотоконкурсы. Каких только конкурсов не было! И на лучшую баню (с пробой «экспертов-парильщиков»), и «Мисс бюст» (ну а что, почему нет?), и на самую большую тыкву, и самое весёлое огородное чучело.

Фотоальбомы конкурсов сразу создаём в соцсетях. В каждый набирается не менее 50 фотографий, проблем с наполнением нет. Лучшие снимки участников публикуем в газете — в каждом номере, на своей странице.

Свои конкурсы идут на нашей детской странице «Умняшки». До слёз пробирал всех нас недавний: правнука с портретом прадеда-солдата. Для разгадывателей детских заданий есть состязание на самого активного и шустрого «умняшку».

В районной/городской газете без обратной связи с читателем — никуда. Частенько мы получаем её уже по дороге на работу, в магазине, в такси. Останавливают, спрашивают, жалуются, высказывают мнения. Отклик вызывают, что понятно, публикации на острые и волнующие многих темы. Сегодня это медицинская помощь, рост цен, школьное образование. В общем, жизнь во всех её проявлениях.

Получаем сообщения и тексты на электронную почту, в ватсап редакционного сотового телефона, в наши группы в соцсетях. Обязательно отвечаем на все, даже если это стихи очередного графомана.

В редакции идёт учёт всех полученных и принесённых писем. В паспорте письма и регистрационном журнале обязательно есть запись о том, что сделано по посланию: опубликовано в газете, подготовлен материал, отправлен запрос и получен ответ.

3 Насколько популярны ваши аккаунты в соцсетях и сайт? Нужен ли вообще сайт? Создаётся ли в сетях собственный контент? Используется ли он в газете?

Сайт и группы в соцсетях нужны обязательно. Мне категорически не близка позиция коллеги, которая на форуме свердловских журналистов во время презентации заявила: «Сайт мы не заводим принципиально!»

С включением в редакционную орбиту сайта и соцсетей мы получили такие возможности, без которых в скоростном XXI веке СМИ уже не прожить.

Прежде всего — оперативную ответную реакцию читателя.

Например, если сомневаемся, будет или нет тема интересна большинству читателей, — обозначаем её анонсом в соцсетях: «Журналисты газеты готовы узнать вот что. Интересно вам?» Делаем это во ВКонтакте, в Одноклассниках, в Инстаграм, так как в каждой группе свой читатель, а разброс возраста читателей лет в 70. Анонс темы помогает понять, что думает о ней наше сообщество, на какие вопросы по ней нужно получить ответы экспертов.

Да и сами темы нередко черпаем именно из соцсетей. Не раз бывало, что сценарий очередного номера, намеченный на летучке, корректировали из-за какого-нибудь поста или вопроса в соцсетях в пару фраз. У нас, журналистов районки, бывает, что самонадеянно считаем: уж мы-то на своей территории знаем, чего ждёт от нас наш читатель! Ан нет, поправляют нас соцсети, сегодня на повестку дня вылезла вот это, так что не игнорируйте!

Мы обязательно просматриваем ежедневно соцсети всех сообществ, которые есть на нашей территории, а также группы в основных и самых оперативных регионах и страны. Это твёрдое правило.

Возможно, это не очень правильно для логики соцсетей именно издания, как мы их позиционируем, но свой персональный контент обязательно присутствует в каждой из них и на сайте. Конечно, хотелось бы, чтобы такого контента было побольше, чтобы читатель мог найти что-то новое, интересное для себя и на сайте, и в группе в соцсетях. Мы знаем,

что каждая онлайн-площадка имеет своего читателя, стараемся по статистике просмотров, по наблюдениям за комментариями составить его портрет, его предпочтения. Каждая виртуальная территория, где есть наше присутствие, «население» каждой требует своего подхода, своей подачи контента. Учитываем это, пусть и не всегда получается. Наша задача — привить пользователям привычку раза три в день шерстить наши соцсети и сайт и не разочаровываться из-за потраченного времени.

4 Какие социальные проекты вызвали наибольший познавательный интерес аудитории, а какие позволили вовлечь местных жителей в реальные мероприятия и дела?

Газета поддерживает местную общественную организацию «За защиту прав граждан». Люди обращаются в неё с самыми разнообразными вопросами, просьбами, жалобами. Активисты организации привлекают наше издание для помощи в конкретной ситуации или решения возникшей проблемы, особенно когда это касается пожилого человека или, например, одинокой мамы. Когда удаётся помочь — очень радует. Общественная организация работает более 15 лет, и всё это время фактически вместе с газетой.

В Артёмовском городском округе сейчас созданы и действуют три ТОСа — территории общественного самоуправления. Активность жителей, которые их создали и поддерживают в «боевой готовности», тоже, считаем, заслуга издания, которое всегда поддерживало инициативу людей, любое положительное проявление гражданской активности.

Может, кто и не согласится со мной, но устраивать некие акции, мероприятия — не задача газеты. Поясню. Вот мы пишем, где, когда и как можно сдать нормы ГТО. Их сдают у нас школьники, рабочие, пенсионеры. Можно ли считать это нашим небольшим социальным проектом и вовлечение артемовцев в реальное дело проверки своей физической формы (что, может быть, сподвигнет задуматься о ней и менять к лучшему)? Думаю, вполне.

Неоднократно писали о необходимости реконструкции городского стадиона, и его сегодня не узнать,

это спортобъект, куда с удовольствием ходят заниматься сотни жителей. Подняли тревогу («раздули из мухи слона», как сказали чиновники), когда в поселковой школе упал с потолка кусок штукатурки. А сегодня школу капитально ремонтируют. ...Вернусь к истории с дальнобойщиком. Обратиться в редакцию его жене посоветовали в администрации больницы. Сказали, что в её горе только «Егоршинские вести» смогут помочь. Так и вышло. И подобные мини-социальные проекты, вовлечение читателя в районных газетах не редкость. Приходит человек со своим «социальным проектом», и корреспондент идёт на помощь — вовлекая, привлекая, отвлекая для доброго дела других.

5 Как изменилась позиция и популярность СМИ за последние два года?

Позиция газеты — честно и прямо рассказывать людям о том, что происходит и как это отразится на районе, на каждом из его жителей — за эти месяцы не изменилась, она уже чётко сформировалась за 28 лет, что выходят «Егоршинские вести». Авторитет издания, доверие ему прирастали объективными и смелыми публикациями, последовательной и настойчивой защитой людей от несправедливости, возможностью видеть на её страницах различные мнения и оценки, а не единственно «правильные». Нам важно и дорого такое отношение к изданию, поэтому всеми силами стараемся его беречь, оставаться для местного сообщества СМИ, к мнению которого прислушиваются, позицию которого поддерживают, голосуя за неё в том числе рублём.

Но популярность издания за минувшие два года всё же упала, скажу честно. Хотелось бы написать — незначительно, но тут мне судить трудно. Три года назад скончался основатель «Егоршинских вестей», наш лидер, честный, принципиальный, очень смелый журналист и суперредактор Агзам Шарафиев. Газета без Шарафиева та да не та, всё-таки личность редактора решает многое (на журфаке нам говорили: «Не выбирай газету, выбирай редактора»), если не всё.

Но жизнь продолжается. И жизнь «Егоршинских вестей» тоже. &



Игорь Михайлов — директор ООО «Искра», город Лысьва, Пермский край

МЫ НЕ РАЗВИВАЕМ САЙТ

Наша позиция неизменна: мы не развиваем сайт, а соцсети ориентированы на развитие печатной версии газеты. Считаем, что только печатная версия в сегодняшних условиях приносит стабильный доход. Это подтверждает тираж издания, который в основном формируют наши подписчики. Развивать контент во Всемирной паутине, конечно, нужно, никуда от этого не денешься, но пока мы всё делаем для того, чтобы он работал на печатную версию.

Приоритеты давно определены, и мы им следуем. Понимаем, что людям интересно то, чего они не могут найти в интернете: факты, подробности, комментарии специалистов.

Контент в интернете, конечно же, отличается от того, что в печатной версии нашей газеты. И его задача, на наш взгляд, — привлечь внимание к печатной версии. Сайт мы не развиваем, но понимаем, что он нужен, так как соцсети — вещь не совсем надёжная. Сегодня они есть, а завтра могут и заблокировать. Наша газета — это, можно сказать, уже большой соцпроект. У нас есть соцпроекты на разные аудитории, как возрастные, так и по интересам. Мы выпускаем страницы для детей, молодёжи, пенсионеров, автолюбителей, ценителей поэзии, фотографии и т.п. &