Когда жизнь ушла в социальные сети

Паблики редакции были созданы в 2014 году, но первые годы были лишь площадкой для трансляции материалов сайта. Постепенно мы ушли от этой концепции, как того и требовало время, а около года назад окончательно сделали социальные сети практически отдельными от газеты и сайта площадками, где преимущественно и ведётся ежедневная работа с аудиторией

Как бы мы ни пытались отбиться от этого ещё лет 10 назад, вся жизнь ушла в социальные сети, с них люди начинают свой день и заканчивают его, в них ищут информацию, связываются с людьми, поддерживают связь с миром. И если некоторое время назад мы говорили о том, что социальные сети — это площадка для молодёжи, то сегодня это площадка для всех, самым старшим нашим подписчикам — сильно за 80.

Стоит отметить, что заходить в качестве самостоятельных площадок в местное интернет-сообщество было тяжело, поскольку к тому времени существовало уже порядка пяти местных «подслушек» и бесчисленное множество сопряжённых с ними групп, в том числе сетевых.

Достаточно долгое время они нас переигрывали в том плане, что мы, всё же являясь официальной группой официального издания, не позволяем себе публиковать скабрезных историй, анонимных постов-вбросов и прочей шелухи, которая, конечно, имеет много просмотров и массу обсуждений, но является информационным мусором.

Мы принципиально не ставим в ленту контент других групп — замыленные мемы и картинки, ролики, цитаты и прочее, федеральные и региональные новости, не имеющие к нашему району прямого отношения. **При этом мы не чураемся репостов из других местных групп**, но заслуживающих доверия — например, официальных групп организаций, местных сообществ, фондов и так далее.

Мы сделали ставку на локальный уникальный контент. Ставки эти оказались верны, причём именно локальность тем и информации очень хорошо работает на внешнего читателя: статистика показывает, что более **30%** наших подписчиков и активных участников групп — не жители Саткинского района.

Светлана Перфильева, заместитель редактора газеты «Саткинский рабочий», город Сатка, Саткинский район, Челябинская область

Забегая вперёд, скажу, что эти же наши установки на размещение качественной, проверенной информации, важной именно для жителей нашего района, избегание откровенной «чернухи», раздувания скандалов и сплетен сыграли нам на руку в тяжелые ковидные времена и в последующие периоды, когда

Сатинский рабочий

СРЕДА ОБИТАНИЯ

«Сбер» в старой части закроют

Пусть мама придёт

Есть и работа, и поддержка тех, кто даёт работу

Расписание богослужений

Рубрика «Глас народа» — комментарии по теме из социальных сетей от наших подписчиков

САТКИНСКИЙ РАБОЧИЙ

ЗЕМЛЯКИ

Прекрасных первоклассных – тысячи!

В школе интересно и дают сосиски!

Страница про первоклассников — по материалам флешмоба в соцсетях

САТКИНСКИЙ РАБОЧИЙ

В КРАЮ РОДНОМ

С ножками и рёбрышками

Нечаянные встречи

И горы, и радуга, и небеса

Фото рубрики «Край, в котором мы живём» — как материал для тематиченской страницы

люди сталкивались с острой необходимостью иметь точные сведения, задавать вопросы компетентным людям.

Мы оказались на тот момент тем самым островком в бушующем информационном море, который спасал людей от возможности утонуть в массе вбросов, фейков и помогал не сойти с ума. Именно в 2020 году начала особенно интенсивно расти наша аудитория.

Сегодня наши социальные сети — это самостоятельно работающие ресурсы со своей аудиторией, своим набором рекламодателей и оригинальным контентом, а главное — большой обратной связью. Среднее число просмотров поста за сутки — от полутора тысяч, максимальное за всё время ведения сетей — за 40 тысяч.

Фото, видео с мероприятий транслируются в социальных сетях и телеграм-канале онлайн, используются прямые трансляции. Важно, что исходное качество фото и видео в сетях не так важны, на первое место, как показывает практика, выходит документальность и оперативность.

Мы не делаем стены в группах открытыми, потому что опыт показал, что качественный контент от читателей в таком случае — это малая часть, всё остальное — агрессивная недобросовестная реклама, сообщения от ботов и прочий мусор. Достаточно оперативно в этом плане работают сообщения группы, где каждый может обратиться, предложить свою тему или информацию, задать вопрос.

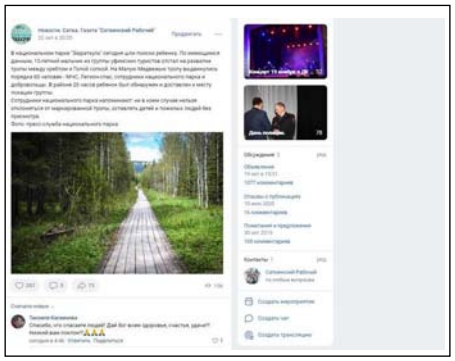
Комментарии включены, но модерируются, согласно основным требованиям закона, точки зрения и мнения не вычищаются и не ограничиваются, если комментарий составлен корректно.

ХОРОШО ЗАШЛО!

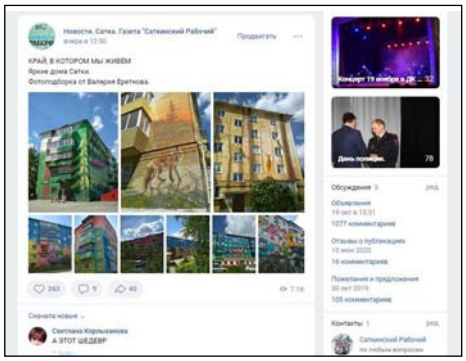
Как и у коллег во всех других регионах, хорошо заходит **то, что касается каждого или многих**.

Регулярно публикуются **информационные сообщения, заметки, оперативная информация для жителей — об отключениях света, проверке воздушной тревоги, объявления для владельцев проездных** — это востребованная информация.

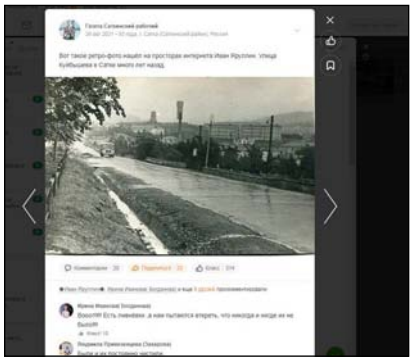
Активно расходятся с нашей страницы **посты с фотографиями о победах и успехах земляков**, так как в условиях маленького города все друг друга знают, все друг другу родня, друзья и кумовья.



Короткие оперативные сообщения



Край, в котором мы живём



Ретро-фото очень активно собуждают возрастные участники

Посты из разряда **«Ретро»** — благодатная почва для общения с подписчиками старшего поколения, можно собрать массу информации, воспоминаний, найти свидетелей событий. Сегодня мы сотрудничаем в этом плане с местной же группой «Старая Сатка», которую ведут молодые активисты-краеведы.

Постоянной стала рубрика **«Работаем с вашими обращениями»**: в оперативном режиме публикуем ответы на вопросы читателей, привлекаем местные власти реагировать на жалобы, «подсвечиваем» проблемы, сложные и неприятные ситуации, чтобы быстрее привлечь внимание к их решению.

Постоянная рубрика также: «Фотофакт» — хроника жизни города в фотоподборках или отдельных кадрах. В некотором роде у нас уже сложился свой пул народных корреспондентов, которые присылают нам подборки фото, видео и ролики регулярно, на добровольных началах. Им нравится видеть свои работы в нашей ленте, мы получаем неплохой контент. Стараемся регулярно публиковать **развёрнутые анонсы свежих номеров газеты** — если в анонсе люди увидят знакомые имена и фамилии, фото со своими улицами, дворами, темы, которые для них близки, то обязательно купят газету.

Появились и новые рубрики-проекты — по наитию. **«Открывая новые имена»:** в этом проекте мы представляем молодых жителей Саткинского района, занимающихся творчеством, представляя их работы — фото, рисунки и так далее.

«Город в лицах»: мини-зарисовки о жителях района с фотографиями и короткими подписями.

«Край, в котором мы живём»: лидер по обратной связи. После объявления с просьбой присылать свои фото родного края для публикации их в группе в первые же дни мы получили несколько сотен фото, в том числе сделанных в уникальных, малоизвестных местах, сегодня мы ежедневно получаем десятки фото через личные сообщения и комментарии в социальных сетях.

Также реализуются совместные проекты с другими сообществами, такими как ретро-группа «Старая Сатка», мы поддерживаем через социальные сети социальные проекты местных НКО, информационно поддерживаем местные благотворительные проекты.

Обратная связь увеличивается ежедневно — растёт число просмотров, комментариев и репостов, проводятся обсуждения, опросы.

Проводятся традиционные конкурсы, например, **«Чудо-урожай»**, по итогам которого вручаются призы от спонсоров. По традиции, используем сети для опросов, поиска героев тематических публикаций и так далее.

Газетная рубрика **«Глас народа»** родилась как раз как площадка цитирования обсуждений тем в социальных сетях — рассказываем читателям газеты, что про ту или иную тему говорят в интернете их земляки.

Из постов-флешмобов тоже рождаются интересные добавки для газетных публикаций — **признания в любви педагогам к посту по случаю Дня учителя** хорошо вписываются в тематические страницы и

стимулируют продажи, **пост-флешмоб «Похвались в нашей ленте своим первоклассником»** полностью обеспечил прекрасный материал для тематической страницы, а газеты пачками раскупали на память родственники первоклашек со всего района.

Что-то работает лучше, что-то хуже, **идеи, которые не заходят, мы отметаем.** Так, например, **отказались от конкурсов с голосованием** из-за скандалов с накрутками и постоянных конфликтов в обсуждениях. Оставляем только то, что работает и двигает дело вперёд.

О развитии говорит статистика: например, в социальной сети ВКонтакте, самой нашей многочисленной группе, на апрель 2020 года за шесть лет существования было чуть более 7 тысяч подписчиков, на октябрь 2022 года — более **14 300 человек.**

Телеграм-канал «Саткинского рабочего» имеет через несколько месяцев существования более 330 подписчиков, для сравнения — главное официальное региональное издание «Южноуральская панорама» — 818 подписчиков, канал официального информационного агентства «Первое областное» — 2 240 подписчиков.

Суммарная аудитория двух социальных сетей — ВКонтакте и Одноклассники и канала «Саткинского рабочего» на сегодня — более 26 тысяч человек.

ПРО ДЕНЬГИ

Немаловажная тема для любой работы редакции при работе с сетями — монетизация. В нашем случае она есть, возможно, в меньшем объёме, чем хотелось бы, но есть, учитывая, что для работы с социальными сетями у нас нет отдельного сотрудника, нет SMM-менеджера, отдельного менеджера по рекламе, нет лишних затрат на их ведение — это текущая работа всей редакции.

Особенность монетизации, на наш взгляд, — в местном рынке рекламы, на котором потенциальные рекламодатели в принципе не хотят платить деньги за рекламу в условиях маленького города и сарафанного радио, а каждая палатка на рынке имеет свою собственную группу в социальных сетях. Основные рекламодатели в наших социальных сетях в связи с этой спецификой — представители иногороднего бизнеса.

&

Валерия Авдохина, шеф-редактор районной газеты «Лискинские известия» (Лискинский филиал регионального информагентства «Воронеж»)

ФОРМУЛА ТРЕХ

Гонка за подписчиками — дело изматывающее. Когда у тебя в сообществе пара сотен участников, то приходится все силы бросать на привлечение новых. Эта работа ежечасная, без выходных — фотоотчеты, опросы, конкурсы, максимально оперативные ответы на комментарии. Скажете — так должно быть всегда? Совершенно верно.

Однако *сейчас, когда в ВК у нас 11,2 тыс. подписчиков, а в ОК — более 13 тыс.,* взаимодействовать с ними гораздо проще. Потому что среди них не только те, кто спрашивает, но и те, кто отвечает. В ответ на ваши посты с фото участники почти всегда выложат в комментариях свои. А еще — чем больше подписчиков, тем больше инфоповодов: читатели уже не просто ждут новостей от вас, они делают их вместе с вами!

Так и появляется формула трех: «Соцсети — сайт — газета». Очередность слагаемых может быть любой. Но результат всегда одинаковый — если новость качественно проработать на всех трех уровнях, то это ваш несомненный журналистский успех.

Возникает резонный вопрос: а как сделать так, что-