

НА ТРЕХ СТАРЫХ-ДОБРЫХ КИТАХ

Дмитрий Федечкин,
генеральный директор
«Геном.медиа», эксперт конкурса
«10 лучших газет России 2023»

После идеального и слабо предсказуемого информационного шторма прошлого года, вызванного известными февральскими событиями, наступил период определенной стабильности, который можно именовать **«новой нормальностью»**

Хаос превратился в новый медийный порядок, в котором не нашлось места для ключевых аудиторных площадок последних лет: обожаемого органами власти всех уровней Instagram*, убежища для интеллектуалов и прочей либеральной общественности Facebook, и безбашенного перспективного и, казалось бы, безобидного развлечения TikTok, который из-за Навального** сотоварищи поставил всех на уши за бесцеремонные попытки манипулировать российской школотой.

Свято место пусто не бывает. Появилось несколько проектов по импортозамещению «Инстаграма», и все они оказались откровенно неудачными. Аудитория западной соцсети после запрета, как показывает доступная аналитика, упала примерно в пять раз, а после отключения рекламных кабинетов для российских пользователей стала абсолютно бесполезна для малого и среднего бизнеса. Технологии «Тик Тока» тоже попытались воспроизвести много кто, но наибольших успехов добилась пережившая относительный ренессанс соцсеть ВКонтакте.

Аудитория Facebook дружно и организованно переселилась в Telegram, который стал самым главным выгодоприобретателем от изменения медийного ландшафта. Абсолютно все доступные и открытые медиаисследования показывают, что именно Телеграм в России стал ключевой и наиболее растущей площадкой во время прошлогодней турбулентности.



* Компания Meta, владеющая социальными сетями Instagram и Facebook, признана в России экстремистской организацией.

** Алексей Навальный признан в РФ экстремистом.



Идеальный по количеству ошибок пост. Абсолютный формализм: гиперссылка на сайт не работает, а если работает, то только в скрытом виде. Если человеку удобно в «Телеграм», то не надо его куда-то перенаправлять. Это так не работает. Отсюда и ноль комментариев, и низкие просмотры.



Следует потратить немного средств, чтобы приобрести Telegram Premium. Тогда фотографии и пост не будут выглядеть отдельно друг от друга, это не красиво. С другой стороны, текст можно было оптимизировать, а количество довольно-таки однотипных снимков сократить до одного-двух.



Открытие разнообразных реакций — это всегда хорошо, в том числе для вовлеченности



Юмор хорошо «заходит». А вот комментариев практически у всех изданий — очень мало. И это — потенциал для улучшения качества работы

Соответственно, должны были измениться и стратегии работы в социальных сетях у городских и районных газет. Фактически в нынешних геополитических и информационных условиях они должны сконцентрировать свою работу на трех старых-добрых китах: Телеграм, ВКонтакте и Одноклассники.

Логично может прозвучать вопрос: а что делать с другими отечественными соцсетями, которые приняли попытку раскрутиться с разной степенью успешности в России в прошлом году? Речь, прежде всего, о Yarru, TenChat и YRus.

Откровенно говоря, никто из них каких-либо серьезных лавров не сыскал. Я бы отнес работу на этих площадках к категории «если останутся силы и дойдут руки».

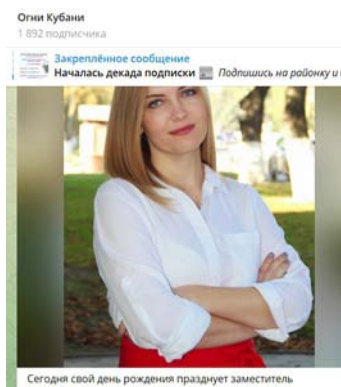
Лично мне самой интересным кажется проект TenChat, который называют нашим ответом ранее заблокированной за отказ «приземляться» LinkedIn. Однако работа в этой соцсети будет абсолютно бесполезна для редакций из районов и маленьких по

численности городов, поскольку там просто-напросто не соберется достаточная локальная аудитория. Достаточно дружелюбен к медиаплощадкам пока YRus, но соцсеть продолжает испытывать проблемы при наборе популярности. Разница в эффективности работы в ней и, допустим, в Телеграм — в сотни раз.

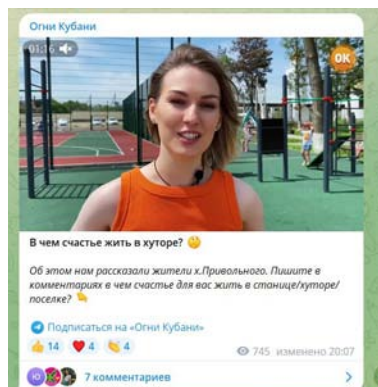
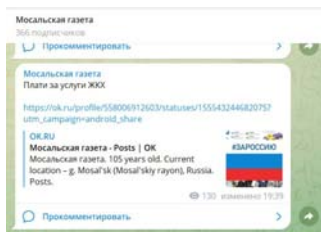
К проектам а-ля Yarru у меня по-прежнему сохраняется весьма посредственное отношение, так как такие площадки — это скорее про развлечения и безбашенный юмор, нежели про продвижение серьезных социально-политических тем.

За скобки выношу Дзен. После довольно болезненного развода с компанией Яндекс, он перешел под знамена ВКонтакте, где соединился с абсолютно аналогичным по технологиям и генерации USG-контента проектом «Пульс».

Вместе с тем, Дзен сейчас — тоже лишь произвольная часть программы. На этой платформе можно развиваться, если у редакции на это остались силы или в коллективе есть «маньяк», который хорошо



Пост, близкий к стандартному. Очень личный, много реакций и комментариев. Одна фотография, «крупняк», незашоренный план

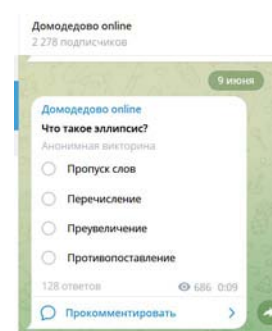
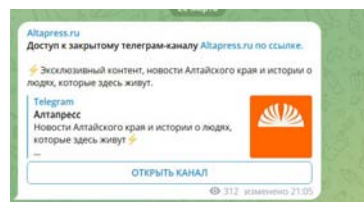


«Telegram» достаточно дружелюбен к видеоформатам, однако продолжительность роликов должна определяться из принципа «чем короче, тем лучше». При этом содержательная часть конкретно у этого ролика — очень качественная, эмоциональная

Хорошая задумка — удручающий Lock



Обозначать в названии телеграм-канала, что он принадлежит газете — совершенно обязательно. Можно придумать ему более звонкое и емкое название. Согласитесь, будь у вас радиостанция, вы бы вряд ли стали ее называть «Газета N»?!



Проведение викторин и тестов — признак хорошего тона и желания вовлечь аудиторию. У каждой редакции должно быть существенно больше таких форматов

«Алтапресс» — это всегда качественный контент. Но задумка с телеграм-каналом, ведущим в другой телеграм-канал — явление довольно странное, которое мало чем можно оправдать. Постарайтесь избежать лишних переходов

разбирается в ней или истово планирует это сделать.

Еще несколько лет назад Дзен был обязателен к употреблению. Однако затем Яндекс шаг за шагом стал пессимизировать отечественные СМИ. Менялись принципы, подходы и алгоритмы; и Яндекс.Новости, и Яндекс.Дзен все меньше тащили трафик на сайты изданий, все чаще оставляли пользователю внимание себе.

В какой-то момент дело дошло до той критической черты, после которой Гугл.Дискавери (Гугл.Ньюс) стал для привлечения трафика в СМИ куда более значимым. Сейчас взаимодействие СМИ с этой площадкой мало перспективно.

Ну, и, конечно же, необходимо проговорить вопрос видеохостингов, потому что все больше и больше редакций российских СМИ прирастают своим видеопродакшн в самом широком понимании этого слова. До настоящего времени Youtube не за-

блокирован, однако перспектив работы на этой площадке крайне немного.

Не проходит и полного календарного месяца, как какая-нибудь из публичных персон не заявила о необходимости блокировать зарубежный видеохостинг.

По прогнозам, это рано или поздно произойдет, с высокой вероятностью в III–IV квартале 2023 года, когда ВКонтакте смогут подготовить для этого техническую и емкостную базу. При этом следует констатировать тот факт, что другая отечественная медиаплатформа — Rutube — импортозамещение полностью провалила. И работать на этой площадке без крайней необходимости не надо.

В конечном итоге следует отметить, что мы имеем дело с китайским сценарием развития интернета,

где WeChat является информационной и сервисной монополией. У нас же пока сохраняются «допуски» в виде тех же Telegram, Youtube или ЯRus.

То, что количество доступных для россиян медиа-платформ будет сокращаться до минимума, свидетельствует запрет в нашей стране не самой популярной площадки Medium, участившиеся разговоры о потенциальном запрете WhatsApp (особенно после того, как в мессенджере появилась возможность по аналогии с Телеграм вести каналы) и нежелании разблокировать в РФ Twitter после того, как соцсетью завладел Илон Маск, отличающийся достаточно дружелюбной по отношению к нам риторикой.

О КАЧЕСТВЕ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ И МЕССЕНДЖЕРАХ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕГРАМ)

Итак, Telegram совершенно объективно является сейчас социальной площадкой № 1.

В 2022 году был преодолен важный барьер: из узко-сегментарного элитарного носителя он превратился в массовый продукт.

На каком-то этапе, в первой половине прошлого года, произошло явление, которое для удобства можно называть «медиаинфляцией» — число новых каналов превысило возможность их комфортного потребления.

В Телеграм пришло очень много политиков, которые ранее преимущественно взаимодействовали с аудиторией в Инстаграме. Некоторые из них решили не сильно заморачиваться и попробовали инста-форматы применить и в новой для себя сетке, потерпев крах.

Потому что Телеграм, в первую очередь, все-таки про тексты и смыслы, нежели про эмоции, лайки и фоточки. Практика же показала, что некоторым персонам по части формирования смыслов вообще нечего предложить аудитории. Поэтому такие проекты или сдулись, или имеют весьма посредственные результаты.

Теперь — о «телеграм-матрешке». **Успех любого телеграм-канала, в том числе телеграм-канала газеты, стоит на трех китах: контент, дистрибуция, статистика.**

Контентная составляющая, в свою очередь, тоже стоит на трех китах: оперативность, краткость, регулярность.

Визуальный ряд важен, но не обязателен. Если используются фото или видео, необходимо придерживаться трех принципов: обоснованность применения, крупные «говорящие» планы, краткость (для видео — желательно укладываться в 20–30 секунд, если можно короче — прекрасно; для фото — не увлекаться галереями по десятку снимков, желательно не более пяти (оптимально — три), при этом они прежде всего должны смотреться выигрышно на мобильных устройствах).

Аудитория социальных сетей и мессенджеров — другая. Это — не пассивные наблюдатели. Она готова свое мнение высказывать, ей нравится, когда к нему прислушиваются. Поэтому для качественного телеграм-канала важно уделять вопросам вовлечения серьезное внимание.

Следует открыть реакции и комментарии, это позитивно скажется на показателе вовлеченности (ER).

При этом, учитывая непростую политическую обстановку и ужесточение медийного законодательства, за комментариями надо постоянно следить и удалять все то, из-за чего к вам могут появиться претензии со стороны Роскомнадзора (контр-пропаганда ВСУ, реклама наркотиков и проституции, призывы к свержению власти или участию в акциях протеста и т.д.).

Учитывая этот фактор, есть определенный набор требований к формированию контента.

1. Простой, очень простой язык изложения. Исключение сложных слов, непонятных аббревиатур, канцелярита. Пишите так, как будто рассказываете новость своей бабушке или ребенку.

2. Аппелляция к важным человеческим приоритетам. В таких случаях всегда советую распечатать пирамиду Маслоу и всегда держать ее перед глазами. Чем ниже ступень, через которую удастся подать новость, тем выше вовлеченность читателей и охваты.

3. Юмор очень даже приветствуется. Однако здесь важно не перегнуть. Не надо делать ошибочных выводов, что у многих людей прокачаны навыки осознанности и критического мышления. Вспомните свои первоапрельские розыгрыши и то, на какую чушь порой покупались те или иные довольно-таки образованные граждане.

4. Вовлечение в дискуссию. Подавляющему числу ваших новостей нужны интрига и дискуссия. Ее можно вызвать, «запилив» после поста опрос или окончив пост вопросом и приглашением в комментарии.

Альтернативный подход — предложение поделиться новостью с конкретной аудиторией. Например, если это прогноз погоды и там метель, то можно попросить отправить этот пост своим детям с припиской «Не забудь надеть шапку».

5. Современные люди любят играть. Предоставьте им такую возможность. В Телеграме можно и нужно проводить самые разнообразные конкурсы и тесты. Если по их итогам вы еще и награждаете чем-то победителей (пускай это даже что-то не очень существенное), то это резко положительно сказывается на вовлеченности аудитории.

Важным элементом для успешной работы в телеграм-пространстве является контент-план. Он должен:

1. Быть.
2. Его необходимо придерживаться. Определились, что будете в будни постить 1 новость в 40 минут — прекрасно, делайте это.
3. Не тревожьте людей по выходным без большой необходимости. Исключения: ЧС или массовые праздники.
4. Не тревожьте людей до 7 утра и после 21:30 вечера. Если новость — важная, отправляйте ее, отключив звуковое уведомление.

Обязательно нужно анализировать результаты своей работы. В Телеграм это достаточно легко, если канал зарегистрирован в сервисе TGStat.ru. Это бесплатно.

При этом вы четко будете видеть, сколько просмотров набрала та или иная новость, какие каналы ею поделились или процитировали. Успешные резуль-

таты стоит масштабировать, от неудачных следует отказываться. Анализ информации — задача практически постоянная, ежедневная.

Подавляющее большинство этих техник и технологий актуально и для других социальных сетей (прежде всего, речь о ВКонтакте и Одноклассниках). Но есть и особенности. В частности, следует учитывать, что пост с картинкой получает по умолчанию более высокие охваты. В то время, как гиперссылка на сторонние ресурсы или репост чужого сообщения пессимизирует просмотры.

В целом, анализ представленных в рамках конкурса «10 лучших газет России» телеграм-каналов и пабликов в соцсетях демонстрирует одну довольно-таки неприятную и грустную тенденцию, не преодолев которую, крайне затруднительно добиться успеха.

ОЧЕНЬ ВАЖНО ПЕРЕСТАТЬ РАССМАТРИВАТЬ РАБОТУ НА НОВЫХ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПЛОЩАДКАХ КАК НЕЧТО ВТОРИЧНОЕ. КАЖДАЯ ПЛАТФОРМА ТРЕБУЕТ ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЯ И ПЕРЕУПАКОВКИ КОНТЕНТА.

Нельзя «заливать» туда напрямую статьи газетных форматов, это не принесет ровным счетом ничего. Это — формализм, а он никогда не приносит успеха. Также нужно признать, что если мы говорим об успехах в ВК или ОК, то сегодня его трудно добиться, не пожертвовав определенными денежными средствами на таргетированную рекламу.

Ничего фантастически сложного в этом нет, как и любая другая современная технология, ее можно довольно-таки быстро и качественно постигнуть. Поэтому, если собираетесь играть на этом рынке — играйте всерьез.

&