

### «НЕСКУЧНАЯ ГАЗЕТА»

Журналисты организовали и провели много интересных конкурсов для подписчиков как в соцсетях, так и на страницах газеты. Победители и призеры получили фирменные подарки с логотипом газеты. Цель проекта — привлечь внимание молодежи к печатному слову, показать им, что газета — это интересно. Совместная работа журналистов с читателями по созданию газеты способствует развитию фантазии, литературного таланта, нестандартного мышления, способности мыслить четко и гибко.

В основе проекта — обратная связь, интерактив, обмен мнениями с многочисленными читателями, пользователями социальных сетей, с которыми давно на одной волне.

Журналисты встретились с известным писателем, сами стали участниками таких акций, как «Кросс нации», «10 000 шагов жизни» и т.д.

Каких только конкурсов мы не придумывали!

«Блинных дел мастер», «Уши, лапы, хвост», «Танцуют все», «Мое лучшее лето», «Моя любимая мама», «Битва снеговиков», «Вкусный конкурс», «Новогодний хоровод», «Малая родина в стихах и прозе» и другие. Все победители получили фирменные призы с логотипом газеты «Вперёд» и электронную подписку на районку.

А для юных участников нашего проекта организовали увлекательную экскурсию на Кудькину гору.

В 2023 году проекту «Нескучная газета» присуждена областная премия «Проект года».

### «Я ВОЛОВО»

Журналистский проект «Я Волово» направлен на патриотическое воспитание молодежи, формирование уважения к культурному прошлому народа, чувства любви к родине на основе приобщения к культуре и традициям.

Волово, хотя и небольшое село, но с богатой историей, живет полноценной культурной жизнью, здесь родилось много талантливых людей.

В проекте «Я Волово» мы публикуем воспоминания и отзывы гостей района о Воловском крае, мнение тех, кто волею судьбы переехал сюда на постоянное место жительства, их истории, судьбы.



## КАК «ТРАКТ» В СОЦСЕТИ ПОШЕЛ

**В этом году нашей газете исполняется 94 года.  
Почти четыре года мы активно ведем страницу  
«Тракта» в социальных сетях**

**Анастасия Семенюк, корреспондент газеты «Тракт»  
(Иркутская область, город Нижнеудинск)**



**«Давайте заведем свой аккаунт и будем делиться новостями не раз в неделю, а ежедневно»**

Идея создать аккаунт газеты в Инстаграме (социальная сеть признана экстремистской и запрещена на территории России) возникла у меня, когда я вернулась в редакцию после декретного отпуска. Находясь дома с маленькой дочкой, всю информацию я привыкла находить в интернете. Увидеть свежий номер родной газеты мне удавалось не всегда. А телевизор почему-то стал показывать только «Карусель».

Поэтому моя связь с внешним миром осуществлялась через телефон. Особенно активно тогда все пользовались Инстаграмом. Там можно было узнать все новости, заодно забронировать столик в местном кафе, заказать доставку цветов, рассмотреть новую коллекцию одежды и найти мастера маникюра. Словом, интернет помогал выполнить практически любой информационный запрос. «Давайте заведем свой аккаунт и будем делиться новостями не раз в неделю, а ежедневно», — полная энтузиазма предложила я коллективу через несколько дней после выхода на работу.

Коллега-журналист мой энтузиазм не разделила и очень скептически отнеслась к этой затее. А вот редактор поддержала. Она у нас вообще всегда ЗА инициативу и новаторство. «Я в этом ничего не понимаю. Но помогу, чем могу», — сказала мне Ирина Юрьевна. Надо сказать, она очень быстро освоила все технические нюансы, и уже через пару месяцев размещением публикаций мы стали заниматься вместе.

Зарегистрировав свой аккаунт, мы оформили его примитивно, как могли. Потом уже постепенно наша страница обрела узнаваемый стиль, у нее появилось свое лицо. Кстати, в этом нам помогла наша бывшая коллега Ольга Дряшина, которая к тому времени переехала в другой город и занималась как раз созданием аккаунтов в соцсетях.

Первый вопрос, который возник у всех нас: что будем публиковать? Сначала делали анонсы к материалам свежего номера. По средам, когда газета выходила из типографии, делали видеобзоры.

Пробовали снимать видео рабочих моментов редакции, чтобы показывать подписчикам редакционную «кухню». Это, кстати, было самое сложное. Написать мы могли все что угодно. А вот быть в кадре и что-то говорить и делать на камеру — для нас это было непривычным.

В общем, этот формат мы попробовали и забросили.

А вот сейчас, кстати, планируем возобновить короткие ролики в стиле рилс. Думаю, что вторая попытка будет удачнее.

**«Уже через четыре месяца число наших подписчиков достигло 1000 человек! Мы даже праздничный торт по этому поводу купили»**

В общем, путем творческих экспериментов мы пришли к мнению, что анонсы стоит публиковать, но только на большие по объему материалы. В остальных случаях нужно давать в Сеть весь текст. Хотя часть коллектива все же опасалась, что так мы потеряем подписчиков газеты.

Наверное, в этом была логика. Но нас было уже не остановить. К тому же с выходом в соцсети увеличилось число наших читателей среди молодежи. А вот старшее поколение по-прежнему предпочитает бумажную версию газеты.

Очень понравилась нам возможность размещать до десяти фотографий к посту. В газете такая возможность выдавалась крайне редко из-за дефицита места.

Вернувшись с какого-то задания, мы могли отобрать уже не 2—3 фотографии, а целых 10! Одну, самую удачную, ставили первой. На нее накладывали заголовок. И часто именно с тем, что было на ней изображено, было связано начало текста.

Как же мы все были счастливы, когда уже через четыре месяца число наших подписчиков достигло 1000 человек! Мы даже праздничный торт по этому поводу купили. Следующие тысячи уже не считали. Люди подписывались. Писали комментарии.

Это тоже мы оценили очень быстро. Ведь обратная связь для реакции во все времена была очень важна. А здесь не нужно ждать почтальона с письмом — люди высказывают свое мнение на публикацию мгновенно.

**«В марте 2022-го мы переехали в ВК. И начали осваивать все заново»**

Но в марте 2022 года эту популярную социальную сеть заблокировали. Для нас это было полнейшей неожиданностью и разочарованием.

Мы очень любили свою страничку, объективно видели, что она — лучшая среди районов области. Да и коллеги из других редакций это подтверждали. Но переживали недолго. Как и многие в то время, собрав чемоданы с на-

копленным опытом работы в социальных сетях, мы переехали в ВК. И начали все заново.

Эта соцсеть сильно отличалась от привычного пространства. Это сейчас ее уже очень адаптировали, добавив привычные форматы и понятную навигацию. А тогда, два года назад, мы делали все методом любимого тыка.

И если технический процесс размещения контента мы еще освоили, то методы привлечения аудитории пока не понимали. Казалось, делаем все также, как и на прежнем аккаунте, но подписчики шли еле-еле. Чего только мы не пробовали. И конкурсы проводили, и рассылки делали. А помогло не это. Мы пересмотрели свой контент, и поняли, что нужно находить что-то особенное, чтобы люди делились нашими постами, делали репосты и комментарии.

Особенное оказалось совсем простым. Люди и в соцсетях хотят читать друг о друге, о любых каждодневных нюансах обычной и понятной им жизни. И процесс пошел.

Сегодня большую часть обращений и вопросов от своих читателей мы получаем именно через сети. Ввели даже отдельную рубрику — «От нашего подписчика». Когда люди хотят озвучить какую-то проблему, присылают нам фото и небольшое текстовое пояснение.

При необходимости мы все уточняем и публикуем. Всегда стараемся получить комментарий компетентного лица. Когда ответ есть, возвращаемся к теме снова.

Часто к моменту верстки очередного номера газеты первоначальный текст материала дополняется информацией, которую в обсуждениях пишут читатели, новыми деталями.

Еще одна постоянная рубрика — «Спасибо недели». Она перекочевала в соцсеть из газеты. И, надо сказать, подписчики с удовольствием благодарят через наше сообщество врачей, учителей, водителей, участковых — словом всех, кому хотят сказать спасибо.

#### **«Для пишущего человека важно знать, что его прочитают»**

Сегодня сообщество в ВКонтакте дает нам возможность мгновенно видеть реакцию людей на ту или иную тему. Кстати, вопреки стереотипу о том, что людей интересуют «жареные» факты и негативные новости, именно соцсети помогли увидеть, что люди лучше реагируют на добрый контент, охотнее лайкают посты о том, как кто-то, к примеру, спас бездомную собаку, вскопал огород стару-

шек, помог найти забытую на остановке сумку, сделал мостик через ручей.

Особая тема — тема СВО. Все материалы, касающиеся спецоперации, прочитывает огромное количество людей.

Когда осенью 2022 года в стране была объявлена частичная мобилизация и никто ничего толком не знал, на своей страничке в ВК мы практически в режиме реального времени рассказывали своим читателям о том, что происходит у военкомата или на вокзале в день отправки эшелона с мобилизованными.

Рассказывали (и продолжаем это делать по сей день) о том, кто занимается помощью военным, где находятся пункты сбора гуманитарной помощи, какие запросы от земляков из зоны СВО поступают и как можно поучаствовать в помощи.

Инициативные группы, которые занимаются сбором средств и отправкой адресной помощи, отмечают, что после того, как информация о запросе появляется на странице «Тракта», сбор идет гораздо быстрее. Они зачастую так и говорят нам: «Без вас мы бы так быстро не справились».

16 марта 2024 года сообществу «Газета «Тракт» в ВК исполнилось ровно два года. И число наших подписчиков приблизилось к восьмистысячной отметке. Сегодня мы все настолько привыкли работать, как говорят, в моменте, практически в режиме реального времени выдавать контент, что к началу верстки свежего номера у нас материалов на две недели вперед. И верстальщик Олеся сурово говорит: «Больше ничего не пишите! Это бы вписать!»

Неограниченность печатной площадью — это тоже то, за что мы любим соцсети. Кстати, с появлением сообщества в ВК, мы реанимировали группу и в Одноклассниках.

И теперь контент там публикуем также оперативно. Суммарно в этих двух социальных сетях и в Телеграмм у нас более 15 тысяч подписчиков! Это при том, что тираж бумажной газеты в три раза меньше. Ну круто же, правда?!

Теперь, когда я работаю над очередным материалом, я точно знаю, что его прочитают тысячи человек. Ведь иногда просмотры только в ВК превышают отметки в соток тысяч! Как для артиста, выходящего на сцену, важен зритель в зале, так и для пишущего человека важно знать, что его прочитают.



## Рязань: «Цифровой регион. Строим вместе»

В 2023 году наша газета «Рязанские ведомости» и Министерство цифрового развития региона решили объединить усилия, чтобы рассказать рязанцам о цифровых сервисах, настойчиво внедряющихся в нашу жизнь и меняющих ее к лучшему. Так на сайте издательства «Рязанские ведомости» появился проект «Цифровой регион. Строим вместе»



Екатерина Детушева



Руководитель проекта — шеф-редактор сайта **Екатерина Детушева**  
Авторы — **Екатерина Детушева** и **Людмила Иванова**  
Графическое оформление — **Александр Лазарев**  
**«Рязанские ведомости». Рязань**



Зайти на проект «Цифровой регион. Строим вместе»

**ДАВАЙТЕ СТРОИТЬ ВМЕСТЕ!**

По сути, Рязанская область стала первой, где была предпринята попытка системной организации и подачи цифрового контента для населения.

Задуманный как периодическое издание, цифровой журнал стал чем-то средним между порталом, PDF-документом и традиционным бумажным журналом, со своим рубрикатором и тематическими блоками.

**ОТ «УРОКА ЦИФРЫ» ДО ИННОВАЦИЙ БУДУЩЕГО**

Что же ждет наших подписчиков внутри цифрового журнала? Это статьи, интервью, обзоры региональных диджитал-проектов и новых цифровых сервисов с пояснениями, как они меняют жизнь рязанцев.

Помимо этого, на платформе онлайн-журнала, которая является составной частью сайта «Рязанских ведомостей», публикуются десятки новостей и аналитических материалов.

Большинство из них создаются с участием отраслевых экспертов, что делает информацию ценной для всех, кто интересуется ИТ-технологиями, а также для профессионалов в сфере ИТ.

Рядовые читатели, особенно пенсионеры, например, с удовольствием ищут свежие новости о внедрении в области Единой цифровой карты жителя региона «Добрыня рязанский».

С ее помощью можно не только социальные выплаты получать или передвигаться в городском транспорте, но и получить книгу в библиотеке, а также скидки при посещении кафе или музея.

Молодежь ищет новости об «Уроках цифры», о подготовке в области кадров для ИТ-сферы — программистов, строителей, дизайнеров. Отдельное внимание уделяем развитию на уровне области нового интеллектуального вида спорта — спортивного программирования. И не забываем про отличившуюся молодежь: особо популярна в марте стала статья о студенте рязанского радиоуниверситета Никите Шапошникове, который, решая на скорость серию алгоритмических задач, стал победителем соревнований «Техноспорт Первых».

**МАКСИМУМ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ**

Семейные люди больше интересуются теми технологиями, что вот-вот доберутся до нашего областного центра: тот же теплый паркет, что в скором времени будет установлен на набережной в Нижнем Новгороде, или детская развивающая площадка «Страж», что радует ребят в Подмоскovie, — все это разработки рязанской фирмы, представившей новые технологии на выставке-форуме «Россия».

Сегодня ребята работают над прототипом первого робота-уборщика для общественных пространств «Городовой». И уж он-то, мы уверены, первые свои «шаги» сделает именно по рязанской земле. А чтобы не терять связь с читателями и горожанами, ежемесячно проводим опросы: «Чем нравится или не нравится цифровая карта жителя?», «Хотите ли вы, чтобы ваш ребенок выбрал ИТ-образование?», «Какие технологии «умного города» необходимы Рязани?» и многие-многие другие вопросы, дающие возможность нащупать новые

темы для проекта и выйти на новых спикеров.

**ПРОДАВАЯ, ПРОДВИГАЙ!**

Говоря о создании хорошего текстового и графического контента, нельзя забывать и о его продвижении.

Чтобы увеличить читаемость опубликованного, мы сразу же прибегли к распространению ежемесячных выпусков цифрового издания через имейл-рассылку.

Такая современная для журналистики форма продвижения пришла по вкусу не только рязанцам, но и жителям других областей. Всего в свет вышло уже девять тематических журналов, подписку на которые оформили более 1000 читателей.

Но рассылка по электронной почте — не единственный вариант рассказать жителям нашего города и всей области о выходе нового цифрового журнала или о конкретном его материале.

Контент «Цифрового региона» очень активно продвигается нами через соцсети. В сообществе «Рязанских ведомостей» в ВК и ОК публикуются посты с анонсами свежих выпусков онлайн-журнала, а также с обзорами наиболее значимых статей и ссылками на них. Также мы дублируем опросы, что дает возможность собрать еще больше откликов рязанцев.

В Министерстве цифрового развития региона отмечают, что совместный с «Рязанскими ведомостями» проект позволяет ведомству оставаться предельно открытым перед жителями региона, говорить с ними на одном языке и максимально вовлекать в общую работу.



**Елена Дедова** —  
обозреватель газеты  
«Народное слово»,  
Хохольский район,  
Воронежская область

## БАЗОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ СОВРЕМЕННОГО ЖУРНАЛИСТА

**Социальные сети — источник не только общения, но и получения информации. Этот инструмент стал одним из базовых для современного журналиста**

**С**вои группы в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники» газета «Народное слово» Хохольского района Воронежской области создала в августе 2013 года. На тот момент полный охват аудитории и там и там составлял менее 1 тыс. человек.

### АУДИТОРИЯ

С каждым годом количество участников групп росло, увеличивался и охват аудитории. На сегодняшний день число подписчиков ВКонтакте составляет почти 8500 человек, в Одноклассниках — 9145 человек. Месячный охват аудитории в первой соцсети за последний год в среднем составляет 75 тысяч интернет-пользователей, в Одноклассниках — 58 тысяч. Если посмотреть статистику, можно увидеть, что страницы районной газеты в соцсетях преимущественно посещает женская аудитория. В основном это участницы в возрасте от 24 до 45 лет. За нашими новостями следят преимущественно подписчики из Хохольского района и Воронежа. Есть пользователи из

США, Бразилии, Франции, Германии и других стран. Большинство участников заходят в группы газеты с мобильных устройств, остальные — с компьютеров.

### ТЕМАТИКА ПОСТОВ

По утрам мы приветствуем наших подписчиков, желаем им хорошего дня. Для таких постов используем фотографии природных или узнаваемых мест района, позитивные кадры. Делимся с участниками фото- или видеорепортажами, которые очень хорошо просматриваются, набирают лайки, репосты. За март лидером в этой тематике стал пост, опубликованный во время выборов Президента РФ. Педагог Хохольской средней школы пришел на избирательный участок с гитарой и исполнил там патриотическую песню. Суммарно ролик в двух соцсетях набрал свыше 35 тысяч просмотров.

Одна из важных тем — специальная военная операция. С начала ее проведения публикуем в соцсетях истории военнослужащих, рассказываем о волонтерах, которые помогают защитникам.



Число подписчиков

### АКЦИИ, КОНКУРСЫ

Несколько раз в год редакция проводит в социальных сетях какие-либо конкурсы или акции. В прошлом году наши



пользователи активно участвовали в конкурсах «Мой любимый защитник», «Весенняя красавица», «Чудо-урожай», «Эти забавные животные», «Новый год к нам мчится».

Одним из самых популярных стал фотоконкурс «Мисс Осень». Наши подписчицы прислали снимки, где запечатлены они или их родные на фоне осенних пейзажей.

В нем поучаствовали 45 жительниц района. Победительниц среди взрослых и детей определяли по суммарному количеству лайков, классов, комментариев.

Главным призом стало преобразование от нашего спонсора — визажиста. Для маленькой победительницы подарок подготовила семейная мастерская.

Посты с конкурсантами стали самыми просматриваемыми, каждый с охватом до 29 тысяч. Рассказы об участницах конкурса легли в основу серии материалов.

Летом совместно с районной больницей мы организовали онлайн-акцию ко Дню медицинского работника «Спасибо, док-

тор!». Она позволила хохольцам выразить признательность тем, кто стоит на страже их здоровья: врачам, медсестрам, фельдшерам.

Подписчики присылали нам поздравления, благодарности, а мы публиковали их в группе. К письмам добавляли фотопортреты врачей. Эти посты были самыми просматриваемыми в тот период.

В апреле-мае провели патриотическую акцию «Наши герои». Обратились к читателям с просьбой присылать снимки и небольшие рассказы о своих родственниках-ветеранах. Тех, кто погиб в годы Великой Отечественной войны, и тех, кто вернулся с фронта.

### ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Часто мы получаем интересные истории и фотографии от наших читателей.

Житель райцентра поднялся на гору Эльбрус с флагом родного района, рыбак поймал 16-килограммового сома, домохозяйка вырастила 50-килограммовую тыкву, в отдаленном селе позд-

ней осенью зацвела сирень, местный силач установил абсолютный мировой рекорд — эти темы являются поводом для написания не только поста, но и газетных материалов.

Зачастую наши подписчики обращаются к нам через соцсети, чтобы решить важный общественный вопрос.

Так, в марте нам написали жители одной из улиц поселка Хохольского.

«Помогите навести порядок на опасном повороте дороги, — говорилось в сообщении. — Когда-то здесь была асфальтовая пешеходная дорожка, но со временем она рассыпалась.

Пешеходы вынуждены идти по трассе, подвергая свою жизнь опасности».

Наш корреспондент обратилась к главе администрации поселения. Он пояснил, что с этой проблемой не был знаком, но обязательно решит данный вопрос.

Помимо новостного контента, журналисты стараются дополнять группу развлекательными постами и полезными советами от хохольских домохозяек, дачников, экспертов.

Развлекательный контент представлен головоломками, тестами на внимательность, логику, различными играми — «Города», «Рифмоплет», «Ассоциации», «Составь слово», «Придумай подпись» и другими. Аудитории очень нравится игра «Прятки». Мы берем кадр из популярного кинофильма и закрываем на нем тот или иной предмет. Предлагаем подписчикам угадать, что это. Оформляем опрос с вариантами ответов.

## «Принту» — новости, «цифре» — развлечения! Смотри не перепутай!

**Забросайте меня тапками, но затею с обязательным присутствием газеты в интернет-пространстве я считала и буду считать пустой блажью. К такому выводу впервые пришла в 2011 году, когда у районки появился свой собственный сайт. Я тогда была журналистом, а сегодня, в роли главного редактора, только утвердилась в этом мнении**

**Людмила Евушкина, главный редактор газеты «Сердобские новости», Пензенская область**

Не спору, в крупных изданиях с внушительным штатом, опытным сисадмином, профессионалами в сфере интернет-СМИ и щедрыми рекламодателями наличие сайта и собственных групп в соцсетях вполне оправданно и даже необходимо.

А зачем это нам, районным редакциям с компьютерами — «пишущими машинками», перманентными дырами в штатном расписании, из-за чего сотрудники вынуждены играть роль многорукого Шивы, и всевидящим оком учредителя?

Я не раз задавала себе этот вопрос и честно пыталась найти для районки хоть какие-то плюсы в развитии «цифры».

Подписка на бумажную версию и ее же распространение в розницу дает, хоть и копеечный, но доход.

А все, что мы имеем с подписчиков в соцсетях, — это комментарии и сердечки. Богато, ничего не скажешь. Рекламодатели? Смешно! Привлечение новой аудитории из «племени молодого»? Снова мимо. Привыкших к



чтению новостей в пабликах и телеграм-каналах не соблазнишь шуршанием страниц и запахом типографской краски. Не нужно им это. Неинтересно. Прошлый век. При этом я вполне отдаю себе отчет, что, будь у редакции воз-

возможность (как минимум еще один сотрудник!), те же группы в соцсетях можно было бы преобразить в лучшую сторону. Увы, приходится довольствоваться малым. И чтобы этот чехол без ручки сделать чуть поухватистее и наполнить его смыслом, мы сделали ставку на развлекательный контент. Нет, газетные материалы и обя-зательные публикации никуда не делись, конечно же, но стало больше всякого рода конкурсов и интерактива.

**Как мы успели убедиться, самый беспрюжный вариант — фотоконкурсы.**

За редким исключением люди любят фотографировать, а с приходом смартфонов это увлечение стало повальным. И не меньше, чем делать снимки, их авторы любят ими делиться. Мы предоставляем читателям газеты отличную возможность реализовать свой творческий потенциал. За последний год редакция «СН» провела несколько фото-баттлов, и каждый вызвал настоящий ажиотаж у сердобчан. Рекордсменом по числу участников (256 человек!) стал фотоконкурс «Женщина и цветы», приуроченный к празднику 8 Марта. Мы предлагали сердобчанкам поделиться своими снимками, на которых они запечатлены с букетами цветов, на фоне клумбы, с комнатными растениями. Разместили анонс конкурса на страницах газеты, а в группах в соцсетях создали соответствующие альбомы и загружали туда все присланные материалы.



Определение победителей доверили программе-рандомайзеру. Одной из причин высокой популярности конкурса стали достойные призы: сертификаты от массажиста, мастера красоты, фотографа и спецприз от местного художника. Аналогичный конкурс был посвящен Году семьи, и на подведении его итогов случайным образом были выбраны четыре автора семейных новогодних снимков. Подарками победителям тоже стали сертификаты. В этот раз спонсорами выступили строительный магазин, швейная мастерская и индивидуальный предприниматель, специализирующийся на изготовлении изделий из дерева. А еще наши земляки очень любят котиков и кроликов (о чем мы узнали благодаря фото-баттлу «Пушистые друзья») и с удовольствием читают нашу газету (доказательством этому стал



конкурс «Поздравь районку с юбилеем»).

**Главная проблема творческих состязаний — дефицит призового фонда.** Определиться с тематикой конкурса, как правило, нетрудно, гораздо сложнее изыскать финансы для покупки подарков. И здесь нам на помощь пришли спонсоры. Все хлопоты по их поиску и переговорам взяла на себя корреспондент «СН» Ольга Кондратьева, за что ей огромное спасибо. Именно она решает, кого из бизнес-сообщества можно привлечь к реализации наших задумок, и договаривается о призах. К слову, более чем достойных!

**Например, в последнем нашем конкурсе рецептов «Самый блинный день»,** который мы объявили незадолго до Масленицы, наградой победителям и призерам стали сковороды и формы для

запекания от доброго друга и верного партнера редакции — компании «Русмолко», и наборы молочной продукции от местного производителя ООО «Мечта». Впрочем, районка тоже не осталась в стороне и приготовила свой подарок. Силами редакции мы изготовили цветные брошюры со всеми рецептами участников конкурса и вручили их на церемонии награждения. Чем мы расплачиваемся с предпринимателями? Рекламными статьями. В итоге все в выигрыше: читатели получают интересный материал о сердобском бизнесе, спонсоры — бесплатную рекламу своих услуг, а победители — крутые подарки.

**Спасибо тебе, добрый человек, придумавший QR-код!** Именно благодаря тебе мы можем художественно «впрячь в одну упряжку коня и трепетную лань», сиречь объединить газету и соцсети. Разместили фотографии с мероприятия или конкурса в виртуальном альбоме — ставим QR-код на печатную полосу. Аналогично поступаем, когда публикуем материал под рубрикой «Смотри и твори». Рассказ об умельце или кулинару — на страницах газеты, а сам пошаговый рецепт блюда или поделки — в госпаблике. Так и место в газете экономится, и группы наполняются увлекательным контентом, чего мы, собственно говоря, и добивались.



## МЕЖДУ СТРОК

**В 2018 году я пришел работать в редакцию газеты «Сельские Зори» в отдел информационных технологий. Первым делом провел анализ целевой аудитории и ее предпочтений**

Затем приступил к созданию узнаваемого дизайна для наших групп ВКонтакте, Одноклассники и Телеграм, а также логотипов для каждой из социальных сетей. Привлечение аудитории для подписки стало еще одним важным этапом. К примеру, на фотоконкурс «Зимние забавы» просили жителей района прислать фото, на которых запечатлены моменты активного зимнего отдыха, «Мужской характер» проводили в преддверии 23 Февраля. В фотоконкурсе «Вспомнить все» подписчики делились фотоматериалом, вызывавшим положительные эмоции по случаю их самых ярких событий уходящего года и другие. Мы не ограничивались только новостями из газеты, начали публиковать фотографии с местных мероприятий, делать видеосюжеты и интервью с местными жителями и их историями успеха.

**Артем Зелюкин, редактор отдела информационных технологий газеты «Сельские зори», Липецкая область**



Реализовали проект «Между строк». Видеосюжеты рассказывали о ярких событиях района и области, герои разных профессий и интересов давали интервью. Помимо стандартных постов (фото+текст) и видеороликов, проводили опросы, публиковал мемы. В 2023 году запустили две новые рубрики: «В этот день в истории», (о важных событиях в мире истории) и рубрику «Ретро Долгоруково», в которой публикуем старые снимки села из архива фотокора газеты «Сельские зори» Виктора Самохина. Наша цель — не ограничиваться просто информационным ресурсом. Стремимся создать целое сообщество в наших социальных сетях.

