

Александр Воронкович: «ПЕРВЫМИ В ОБЛАСТИ ОСВОИЛИ ТІКТОК» КАК РЕДАКЦИЯ ИЗ ДОКШИЦ ВНЕДРЯЕТ ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

«Пока редакция выживает за счет тиража и рекламы в печатной версии. Но я уверен, что хороший сайт у газеты – это лицо редакции и района в интернете! Самую главную задачу в районе я выполняю. Мы самые популярные в нашем регионе и как газета, и как сайт, и как соцсети. Будем стараться не потерять этот статус» – говорит главный редактор газеты «Родныя вытокі» (г. Докшицы) Александр Воронкович.

Среди 24 государственных региональных медиа Витебской области «Родныя вытокі» всегда на хорошем счету, когда речь заходит о цифровизации. Более того, сопровождением соцсетей занимается сам главный редактор. Обсуждаем с ним, как региональному медиа выжить в «цифре».

– Долго осталось жить печатной прессе в регионе?

– Печатное издание «Родныя вытокі» выпускается тиражом в 3266 копий дважды в неделю. Основные темы – жизнь Докшиц и Докшицкого района, а также жизнь Беларуси, в целом. Контент интересен читателям. Значит, жить будем! В материалах встречаются оперативные репортажи с важных мероприятий, интервью со значимыми героями, официальная государственная информация, очерки и заметки.

– Как дела у вас с сайтом? Это уже не калька печатной версии?

– Сайт dokshitsy.by был разработан в 2012 г. Через четыре года перешли на адаптивный дизайн. Мы не дублируем содержание газеты, есть контент, который делается только для интернет-ресурса. В 2021 г. открыли на сайте несколько новых разделов («Услуги в Докшицах», «Работа в Докшицах», «Скидка дня в Докшицах», «Объявления»). Сайт подключен к «Яндекс.Новостям». У нас уже не интернет-ресурс газеты, а портал города. В 2018 г. на здании редакции разместили динамическую бегущую строку, которая круглосуточно сообщает о возможностях газеты и сайта. Кроме того, возле здания редакции установлен авторский арт-объект с QR-кодом, который ведет пользователей на сайт газеты. Каждый день сайт посещает в среднем 450 уникальных посетителей. Население района – 21 800 человек, есть к чему стремиться в плане увеличения аудитории.

– *Сами ведете несколько аккаунтов в социальных сетях, все верно?*

– Отдельной должности редактора интернет-ресурса и SMM-специалиста в редакции «Родные вытоки» нет, поскольку у газеты регионального охвата недостаточно средств для содержания такого рода специалистов. Поэтому работой в социальных сетях занимаюсь сам, в мое отсутствие – оператор верстки. Как региональному медиа выжить в «цифре», приходится думать 24 часа в сутки.

– *Просто размещаете в соцсетях ссылки на сайт, как многие редакции?*

– Нет. Мы нашли для себя площадки, на которых получаем наибольшую вовлеченность («Одноклассники», «ВКонтакте», Instagram, Viber). Аудитория там равнодушная – она не только приносит больше просмотров, но и активно «лайкает» записи, делится ими, оставляет комментарии. Безусловно, над этими аккаунтами предстоит работать и развивать их для увеличения вовлеченности и переходов на сайт.

– *В этом деле важна четкая стратегия?*

– Первоначально мы пошли по классической для региональных СМИ схеме и разом зарегистрировались во всевозможных социальных сетях, не учитывая их особенностей, разницу аудиторий и подходы к ведению аккаунтов. Раньше у редакции не было представления о том, как много пользователей будет приносить та или иная сеть; о техниках ведения отдельных страниц в каждой сети; не было обученных специалистов, которые имеют четкое представление о работе в социальных сетях. Со временем у нас появилась определенная стратегия работы.

– *Александр Демьянович, вы первыми в Витебской области освоили TikTok. Более того, одно из видео набрало свыше 150 тыс. просмотров. Как так получилось?*

– Редакция создала свой канал @www.dokshitsy.by в TikTok в 2020 г. Это самая популярная сеть у молодежи. Сегодня на аккаунт подписано 317 пользователей. 13 видео успели набрать 7738 лайков. У самого популярного видео – 152 100 просмотров. У второго по популярности – 101 600. Водитель редакции на них мастерски стрижет кусты обычной косой. «Какая красота, загляденье!!! Ставлю 5+!!!»; «Залипательно», «Докшицы рулят»; «Класс! Еще такого не видела. Мастер своего дела» – такие комментарии были оставлены под видео. Оно стало вирусным и попало в раздел «Рекомендации».

– *А еще аккаунт редакции недавно заблокировали в Instagram...*

– Да, у нас там было более 3400 подписчиков. В январе 2021 г. пришло сообщение о том, что аккаунт @dokshitsyby заблокирован за нарушение пользовательского соглашения. Мы не теряли оптимизма, хотели его восстановить, писали в техподдержку, но тщетно. Причина блокировки нам не известна до сих пор. Создали новый аккаунт @dokshit-syonline, сейчас там 617 подписчиков. Работаем дальше!

– *Старшее поколение предпочитает для общения «Одноклассники». Что скажете об этой соцсети?*

– Страница «Родных вытокаў» в сети «Одноклассники» насчитывает 3400 постов и 6000 друзей. Параллельно развивается и группа «Газета Родныя вытокі Докшыцы», где у нас опубликовано 3204 сообщений и есть 5466 участников. Целевая аудитория издания чуть более возрастная. А, как известно, старшее поколение предпочитает для общения именно «Одноклассники». В 2021 г. особую вовлеченность получили посты, связанные с распространением коронавирусной инфекции, а также актуальные фотографии природы Докшичины. Подписчики регулярно проявляли активность и взаимодействовали с контентом: ставили лайки, комментировали и делились публикацией. Значительную часть трафика (30,7 %) сайт получает из социальных сетей. Больше всего – из «Одноклассников».

– *А как привлечь к сайту молодую аудиторию?*

– Не так давно провел занятие в ГУО «Тумиловичская детский сад – средняя школа Докшицкого района». Встретился с учениками 5–8 классов. Рассказал о том, как журналисты находят героев для будущих публикаций, как пишут материалы и размещают их на сайте. Школьники сделали пару снимков, написали короткий контент для сайта. Успев заранее подписаться на группы издания «Родныя вытокі» в соцсетях, в режиме реального времени следили за тем, как новость распространяется в виртуальном пространстве, писали комментарии. Ранее посещал также Ситцевскую среднюю школу. Основная тема беседы касалась современного медиапространства, безопасности, достоверности информации. На встречу были приглашены ученики 8–11 классов.

– *Сейчас в тренде YouTube. Развиваете ли свой канал на этой платформе?*

– Да, наш канал работает с 2012 г. За это время он набрал 559 подписчиков и разместил 429 видеозаписей. На канале 188 446 просмотров

видео. Самое популярное видео «Танец выпускников СШ № 2 г. Докшицы». У него 17 150 просмотров с 2016 г. Под всеми видео включены комментарии. Характер видео – любительский, но на канале разработан определенный стиль заставок и заголовков, которые привлекают внимание пользователей.

– *Поговорим о мессенджерах. Viber или Telegram?*

– Важно быть везде, где есть аудитория. Платформа Viber довольно давно освоена нашей газетой. Аккаунт «Докшицы. Родныя вытокі» имеет 452 участника. В 2020 г. появился Telegram-канал «Докшицы.бай Родныя вытокі» @dokshitsyby, у которого 197 подписчиков. Публикации в Viber и Telegram схожи с постами в социальных сетях и представляют собой информационные блоки, чаще всего состоящие из подводки и ссылки на сайт.

– *Дайте несколько советов тем редакциям, которые стремятся сделать свои аккаунты в социальных сетях лучше.*

– Безусловно, хорошо, что региональные издания в целом пришли в социальные сети. Пока местной прессе не хватает грамотной работы с ними. Хотя какое-то время назад издания даже не имели собственных сайтов. На первых порах людям без подготовки сложно перестроиться на работу в социальных сетях, но это, конечно, можно сделать, изучая стиль работы аккаунтов не только столичных, но и зарубежных изданий. Возможно, стоит выбрать более свободный стиль подачи информации в социальных сетях. У пользователя сегодня не возникает ощущения, что издание обращается именно к нему. Способы работы с аудиторией часто довольно «холодные», в них нет персонализации.

– *Как у вас обстоят дела с монетизацией сайта и социальных сетей?*

– По результатам 2020 г. редакции удалось заработать на рекламе, размещенной на сайте и в соцсетях, 1794 рубля. Но это всего 0,7 % нашей общей прибыли. За четыре месяца 2021 г. на сайте оказали платные услуги более 90 ИП и физлицам на сумму 1153 рубля. Ставку сделали на количество и доступность рекламы на сайте. Получили дополнительный трафик за счет интересов наших пользователей и расширили спектр рекламных услуг. В целом же, как и многие другие региональные медиа Витебской области, редакция выживает за счет тиража и рекламы печатной версии. «Цифра» у регионов есть, а результата нет. Сайты развиваем, а монетизировать их пока сложно.

– Александр Демьянович, чтобы достичь успеха в «цифре», видимо, надо регулярно повышать квалификацию, получать новые знания?

– Несколько раз был на курсах «Сопровождение интернет-СМИ», которые ежегодно проводятся в БГУ. Сейчас учусь там же на факультете повышения квалификации. Осталось защитить выпускную работу – и диплом с квалификацией «интернет-журналист» в кармане. За 18 месяцев мы изучили такие дисциплины, как «Основы интернет-журналистики», «Выпуск учебного интернет-ресурса», «Менеджмент интернет-проектов», «Поисковое продвижение и оптимизация интернет-сайтов», «Интернет-маркетинг», «Язык и стиль интернет-издания» и другие. Все это пригодилось в работе.

– В Минске недавно вышла монография «Региональные медиа в цифровой среде». Редакция приобрела книгу? Вы нашли в ней что-то полезное?

– Да, купили два экземпляра. Это реальное пособие для новичков и бывалых. Прочитав книгу, получил огромный багаж информации в обобщенном и структурированном виде. Было интересно узнать о новостных агрегаторах, рекомендательных системах. Трафик на сайте увеличивается, если наша новость попадает в Google Discover. Полезно было также ознакомиться с опытом развития в цифровой среде наиболее успешных редакций нашей страны и зарубежья, чему-то поучиться у коллег.

Подготовил Александр Градюшко.

ВЫПУСКНИКИ ЖУРФАКА – О РАЗВИТИИ МЕСТНОЙ ПРЕССЫ, НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ И ДРУЖНЫХ КОЛЛЕКТИВАХ

От первой публикации в «районке» до полноценной работы там же – через студенческую скамью. Такой путь нередко проходят выпускники факультета журналистики. Мы опросили шестнадцать экс-студентов – о том, какие знания, полученные на журфаке БГУ, им особенногодились, как они адаптировались на рабочем месте и какие проблемы региональной прессы видят, будучи не просто наблюдателями, но и активными участниками создания местной газеты.