



# Социальные сети: как вывести аудиторию на дискуссию

Наталья Баранова

<https://te-st.org/2018/03/01/discussion-in-social-networks/>

Статья обновлена 29 мая 2023



Как общественному проекту вовлекать подписчиков в обсуждения волнующих вопросов? Как поддерживать дискуссию в сообществе в социальных сетях? Замредактора Теплицы Наталья Баранова поговорила со специалистами сообщества благотворительного магазина «Спасибо», интернет-ресурса правозащитного объединения «Команда 29» и сообщества гражданских и экологических [Activatica.org](https://activatica.org) о том, как они выстраивают работу с аудиторией. Редакторы и пиар-менеджеры поделились опытом общения со своей аудиторией и дали советы.

## Зачем нужна дискуссия

Специалисты общественных проектов убеждены: если социальный проект «живой», то и дискуссии в сообществе происходят естественным путем, а поднятые темы вызывают реакцию у аудитории. По словам редактора сайта **Activatica.org** **Михаила Матвеева**, иногда имеет смысл провоцировать дискуссии, «вбрасывая» острые темы для обсуждения.

«Если темы не надуманные, то дискуссия не только идет на пользу посещаемости ресурса, но и дает позитивный результат в виде прояснения позиций сторон и даже (в идеале) формирования некоего консенсуса». Михаил Матвеев

По мнению редактора сайта «Команды 29» **Николая Овчинникова**, формат дискуссий крайне востребован у проектов, которые создаются краудсорсинговым методом. В «Команде 29» приоритет отдают не обсуждению конкретной проблемы, а общению с подписчиками: им редакторы помогают советами, предлагают помощь юристов.

**«Мы стремимся сделать наше сообщество максимально открытым и поэтому ведем активные дискуссии под всеми постами, у нас не закрыта стена, и тему для обсуждения может предложить каждый человек», – рассказывает директор pr-направления магазина «Спасибо» Ксения Чепига.** По ее мнению, в общении с подписчиками нужно держать дистанцию и грань.

«Навязчивое вовлечение иногда гораздо хуже, чем его полное отсутствие. Мы выступаем за объяснение максимальной информации, за то, чтобы все заданные вопросы нашли свои ответы, за дружескую обстановку и такт». Ксения Чепига.

## Что и как обсуждают

В сообществе Activatica чаще всего дискуссии появляются, благодаря темам, допускающим неоднозначную реакцию или интерпретацию. «Например, под постом о том, что вырубают парк под коммерческий объект или собирают деньги на помощь больным детям, вряд ли будет слишком бурное обсуждение – симпатии априори на одной стороне, – объясняет Михаил Матвеев.

«Приведу пример постов, где ситуация менее однозначная. Городские власти сносят гаражи (часто довольно безобразные и построенные, возможно, с нарушением закона), но делают это в интересах большого коммерческого девелопера. Экологи и велосипедисты требуют от мэрии больше велодорожек, а многие городские активисты недовольны сужением проезжей части и ограничением автомобильного трафика. Одни зоозащитники организовали вывоз бездомных собак в Европу, а другие уверены, что там этих животных используют для медицинских и косметических опытов». Михаил Матвеев

Также, по словам экспертов, обычно вызывают дискуссии аспекты, связанные с политикой. «Люди следят за новостями, у них есть точка зрения, они не могут не высказать ее, вот и высказывают. Если мы видим не вопросы и не дискуссии по фактам, а ответить очень хочется, то тогда иронизируем в свое удовольствие, но без перегибов», – делится наблюдениями Николай Овчинников.

По словам специалистов, достаточно упомянуть в посте известного политика или, например, конфликт с Украиной, дискуссии не избежать. Но эксперты предупреждают: зачастую уровень таких дискуссий довольно низкий.

## Еще по теме: Коммуникация в Интернете: научные исследования о диалоге и дискуссии

## Как запустить обсуждение

В группах благотворительного магазина «Спасибо» также наибольший интерес вызывают социальные темы или опросы. «Так как наша направленность социальная, то больше всего спорят у нас про различные социальные проекты», – рассказывает Ксения Чепига.

В феврале 2018 года редакторы сообщества «Спасибо» совместно с благотворительным фондом «Теплый дом», ассоциацией «Е.В.А.» и благотворительным фондом «Апрель» запустили в социальных сетях флешмоб #зачемрожала в поддержку матерей с детьми. Главная его цель – донести до общества, что такие вопросы бестактны и не имеют смысла. По словам Ксении Чепига, флешмоб крайне популярен: пользователи оставляют комментарии, мнения «за» и против», активно делают репосты и пишут свои истории.



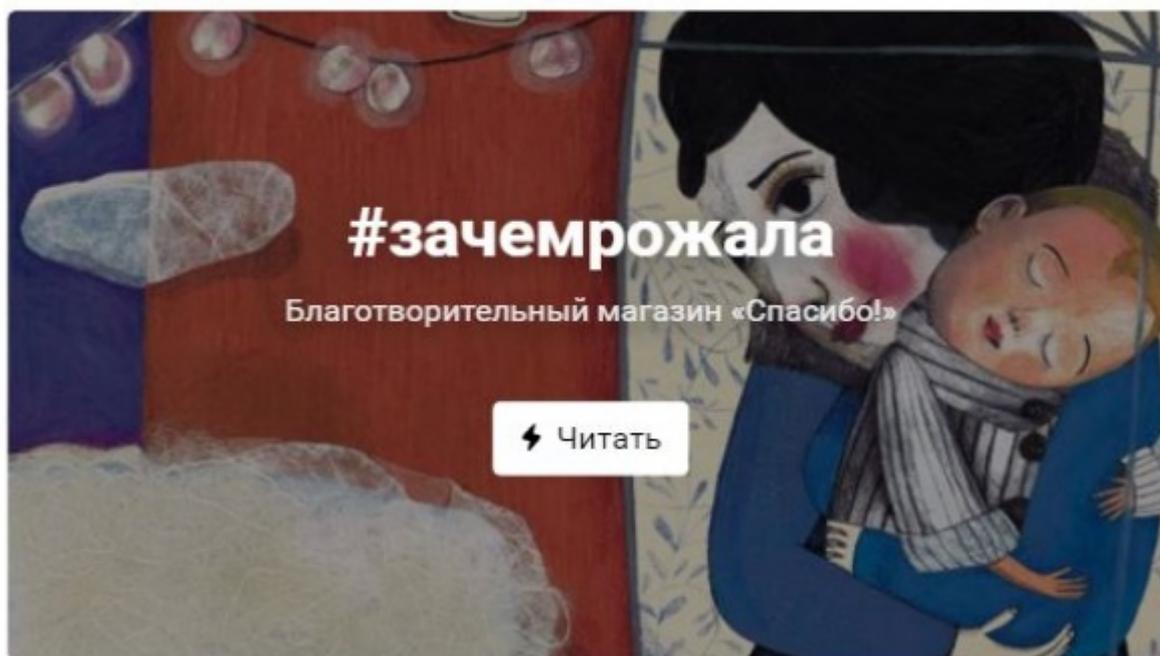
Благотворительный магазин «Спасибо!»

16 фев в 20:14



Мы продолжаем рассказывать вам про акцию #зачемрожала. Спасибо, что присылаете свои истории, мы будем продолжать их публиковать. Если вы также хотите, чтобы мы рассказали историю анонимно, присылайте нам ее в личных сообщениях.

Сегодня история о вопросе, «зачем не рожала».



♥ Нравится 92

💬 Комментировать 40

🔊 9

👁 6.3K

Пост об акции #зачемрожала. Изображение: скриншот из группы «ВКонтакте» «Спасибо» [vk.com/spasiboshop](https://vk.com/spasiboshop)

## Правила

В «Команде 29» принято отвечать на комментарии пользователей от имени группы сообщества. «Если есть претензии к конкретному тексту, то автор текста может выступить самостоятельно», – уточнил Николай Овчинников.

«От имени группы мы всегда придерживаемся нейтралитета и здравого смысла, если же кому-то из редакторов очень хочется высказать свое мнение, он как частное лицо всегда может это сделать от своего имени». Ксения Чепига

Редакция сообщества Activatica старается не вмешиваться в нормальную дискуссию между активистами. «Поскольку редакция не должна занимать одну из сторон. Но комментарии мониторим внимательно – часто они дают необходимую обратную связь, позволяющую улучшать материалы», – объяснил Михаил Матвеев.

## Еще по теме: Эффективная коммуникация: как общаться с волонтерами и с коллегами в некоммерческой организации

### О контроле обсуждения

В сообществах «Спасибо», по словам Ксении Чепиги, действуют четкие правила: редакторы выступают против унижений и оскорблений. «Мы сперва предупреждаем, потом заносим таких пользователей в спам», – говорит rg-специалист.

По словам Михаила Матвеева, иногда под некоторыми темами в группе сообщества наблюдается «нашествие троллей». «Такое было, например, в материале о строительстве дома в зеленой зоне в Москве: десятки аккаунтов одновременно разражались похвалами в адрес проекта и обвиняли протестующих против стройки активистов в “продажности”».

Мы вмешиваемся, когда одна из сторон переходит границы нормального обсуждения, даем понять, что оскорбления, откровенные фейки у нас недопустимы. Троллей приходится банить», – поделился опытом Михаил Матвеев.

В случаях, когда происходят эмоциональные дискуссии, как в случае под постом «Команды 29» о качествах кандидатов в президенты, Николай Овчинников советует лишь контролировать дискуссию, чтобы не допустить хамства.

### Советы

**1. Не бойтесь поднимать дискуссионные темы.** Эксперты убеждены, что иногда стоит выходить за рамки своей темы. «Это полезно и читателям, и ведущим сообщество», – считает Ксения Чепига.

**2. Ведите беседу увлеченно.** Чтобы развить и поддерживать содержательную дискуссию в сообществе, нужно хорошо разбираться в теме проблематики. И если пользователи задают вопрос, на который вы затрудняетесь ответить, обратитесь в таком случае к экспертам и попросите их оставить небольшой комментарий.

«Не стоит поддерживать обсуждение неловкими высказываниями типа «мы с вами согласны, мы вас понимаем», нужно быть более вовлеченными. Заинтересованный модератор соцсети всегда лучше равнодушного. Редактор соцсетей должен знать, о чем он говорит, иначе это бессмысленно». Ксения Чепига

**3. Анализируйте информацию в комментариях.** Эксперты советуют внимательно относиться к комментариям, некоторые могут оказаться полезными, благодарите пользователей за идеи и советы.

**4. Не грубите пользователям.** Резкие комментарии отрицательно скажутся на вашей репутации. Позиционируйте себя как доброжелательную команду, которая готова сдержанно ответить на любые вопросы и комментарии.

**5. Ведите борьбу с троллингом и откровенным хамством.** Михаил Матвеев предупреждает, что с такими комментариями вы наверняка столкнетесь. «Заповедник троллей никогда не будет местом для содержательной дискуссии», – говорит Матвеев. Также эксперты считают, что не стоит тратить время на дискуссии с троллями, так как это бессмысленно.