

Озёрках. Мы успели их записать и оставить для тех, кто идёт за нами.

Всего за время работы проекта «Наш Бунин» в наших СМИ было опубликовано больше двух сотен материалов о Бунине и о мероприятиях проекта. Плюс информация на сайтах, в социальных группах партнёров. Даже трудно посчитать, какую аудиторию мы охватили, но с учётом всех подписчиков на газеты, журналы, мультимедиа Издательского дома — это сотни тысяч человек.

Мы очень хотим, чтобы круг читателей Бунина расширился, чтобы как можно больше людей открыло для себя, впервые или заново, творчество нобелевского лауреата, неразрывно связанное с Липецкой областью. Хотим наконец-то развеять сомнение Ивана Алексеевича Бунина, зависшее во времени: «Не до меня миру».

Издательский дом «Липецкая газета» составил и издал книгу «Иван Бунин. Избранное» с рисунками нашего художника Дарьи Свищёвой, запечатлевшей бунинские места в Ельце, те самые, которые мы сняли для экскурсии. Портрет для обложки сделал ещё один художник Александр Затонских. Его Бунин смотрит прямо в душу. Проникновенно.

Эти книги мы передадим школам, библиотекам, многодетным семьям, вузам и нашим партнёрам. Пусть «Наш Бунин» будет со всеми!

&

Гвоздь программы — марафон, дистанция — дней тридцать!

— Как будем развлекать аудиторию во время самоизоляции? — Вопрос, заданный на одном из краевых совещаний руководителей СМИ, повис в воздухе. Мы-то в принципе должны информировать, почему вдруг развлекать?! Есть же культура, спорт, общественные организации. Это их работа!



Алла Абастова — автор проекта, директор ГАУ СК «Издательский дом "Периодика Ставрополя"», Ставропольский край

Внутреннее сопротивление

длилось несколько секунд, до того самого момента, пока я не представила, что какой-то период в информационном пространстве будут господствовать ежедневные сводки о распространении ковида и наши читатели и аудитория в социальных сетях, находясь в самоизоляции, будут судорожно их просматривать. Невесёлая перспектива. Чем бы отвлеклась я? Вот недавно на марафон по йоге записалась. Выполняю задания, смотрю видео, слушаю рекомендации тренеров, читаю информацию, которую для меня собрали знающие люди, веду дневник, задаю вопросы. Отличная штука марафон! Реально и времени много занимает, и увлекает.

И я предложила эту идею своим коллегам. Пока ещё сама не понимая, как это реализовать. Ясно было только одно: кто-то должен готовить контент (чтобы специалисты выбрали нужную в данный момент информацию), кто-то упаковывать её для наших аккаунтов в соцсетях, кто-то распространять и собирать обратную связь, общаться с людьми. И они меня поддержали!

Стихийно образовалась редакционная коллегия

— несколько редакторов районных газет договаривались со специалистами — психологами, диетологами, косметологами, тренерами — и они дистанционно, также находясь в самоизоляции, записывали для нас короткие видео — до 1 минуты, составляли советы,

делали фото. Весь этот контент отправляли технической группе — четверо молодых сотрудников, также из разных районов, монтировали видео, писали тексты для постов, делали оформление.

Вначале проект планировали закрыть через неделю, но каждую неделю, вместе с продлением режима самоизоляции, продлевался и наш марафон.

Где-то к концу второй недели мы ощутили недостаток контента от профессионалов и в то же время стали получать массу роликов от доморощенных, местных специалистов и аудитории. Что делать? Ставим то, что имеем!

Я очень долго терзалась сомнениями, думала, что снижаем

планку, что педагог-психолог детского сада из деревни Николаево не так красиво говорит, что ролик снят непрофессионально и что вот эта кустарщина точно не пойдёт марафону на пользу.

Однако данные Медиологии и наблюдения наших админов говорили об обратном — аудитория росла, вовлечённость увеличивалась, и в нашу общую группу в ватсапе, которая так и называлась — «Марафон "Выходные дома"» сыпались новые видео, фото, рецепты, которые присылали нам все те люди, что в данный момент сидели дома.

Самой популярной стала рубрика: «А что у вас?» — домашние видео приходили чаще остальных — вот бабушка с внуками делают зарядку, вот дедушка



Сергей Сердюков, зам. редактора газеты «Рассвет» обработал и монтировал видео для проекта.

Евгения Кузнецова, фотокорреспондент газеты «Наша жизнь» — модератор проекта





Андрей Шубин, главный редактор газеты «Степные зори» вручает благодарственное письмо своей землячке Марине Орловой, педагогу Центра дообразования г.Ипатово, которая для марафона записывала советы и мастер-классы о том, чем увлечь детей дома, какие игры и занятия можно провести с детьми

обрезает виноград, вот малыши с мамой готовят завтрак. Серьёзно, это будет кому-то интересно? Удивлялась я. Да! Эти ролики заходили на ура! Да что там, я сама попробовала приготовить несколько блюд по рецептам, которые присылали наши читатели. Рецепты, кстати, отбирали по одному критерию — продукты должны быть доступны каждой семье.

Как выглядели наши аккаунты в соцсетях в этом удивительном

месяце апреле? Так, как я и предполагала в самом начале. Сводки о распространении ковида, информации о продлении режима самоизоляции, о том, где и как можно получить пропуска и как работают волонтеры. Если бы не как минимум четыре ежедневных поста марафона с таким непредсказуемым контентом, картина была бы очень грустной. Но мы дали людям возможность свободно дышать, и общаться, и не чувствовать себя ограниченными в замкнутом пространстве. На последней, пятой неделе марафона в крае начались послабления режима самоизоляции и данные по активности аудитории и вовлечённости показали снижение интереса. Нас это не огорчило ни капельки! Напротив, порадовало. Значит, жизнь возвращается в привычное русло, значит, из онлайн люди вернулись в офлайн. Значит, мы выстояли и справились со своей задачей!

Возможно, читая этот материал, кто-то из скептиков-коллег (а таких в нашей среде большинство) усмехнётся и подумает: ну, был момент, сориентировались, поработали, теперь-то что? Теперь, на выходе из марафона, мы почти в два раза увеличили аудиторию в социальных сетях и вовлечённость, что само по себе и немало. По итогам марафона большинство районных газет сделали на своих страницах шикарные материалы с одним посылом — наши на марафоне.

Все участники марафона получили благодарственные письма Издательского дома, а каждая отдельно взятая редакция пополнила список своих экспертов, спикеров, авторов, единомышленников, ведь когда люди вместе делают большое дело — это сближает. Ощутили и мы — коллективы районок — себя одной большой сплочённой командой!

Будем ли мы использовать дальше этот формат? Ещё в апреле наша аудитория прислала нам столько роликов патриотической тематики, что следом за месячным марафоном «Выходные дома» последовал десятидневный — «Под салютом Великой Победы».

Всё лето отдельные редакции вели локальные проекты. И теперь я точно понимаю, что формат сетевого марафона в изданиях нашего издательского дома прижился.

И я уверена, что любая идея, правильно адаптированная под ваши конкретные задачи и возможности, имеет право на жизнь, примется, вырастет и даст свои плоды.

Да, кстати, тот марафон по йоге я так и не прошла... с надеждой захожу иногда в личный кабинет и мечтаю начать погружение в мир дзена с каждого нового понедельника. Пока меня больше увлекает мой нескончаемый марафон журналистики и медиа.

✉