

ДЕТИ В ГАЗЕТЕ

Все началось, конечно же, с детей сотрудников редакции

Ирина Сутягина, выпускающий редактор газеты «Рабочая правда», город Полевской, Свердловская область

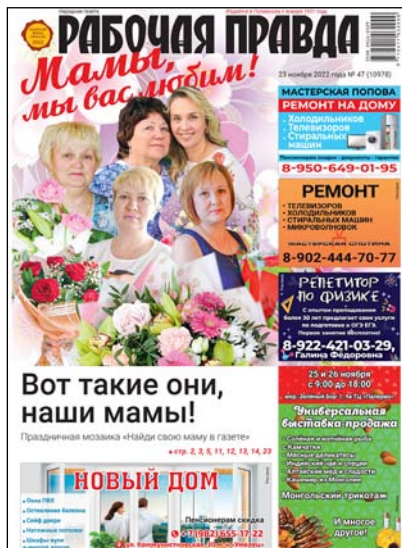


ПРОФИОРИЕНТАЦИОННЫЙ РЕДАКЦИОННЫЙ ПРОЕКТ «ДЕТИ В ГАЗЕТЕ»

Донельзя заинтригованные вечерней перепиской родителей в редакционном чате и неожиданными взрывами смеха во время «работы» в редакционном чате, приученные к самостоятельности и дисциплине при произношении заклинания «У мамы вторник!», наши дети наконец-то попали в редакцию и даже были допущены в «святая святых» — на редакционную кухню.

Хотя ничего святого нет у журналистов, когда они придумывают заголовки для первой полосы или выходят из ступора при очередном вопросе редактора «Какого цвета был дротик» или восклицания «Он умер?! А он так мне нужен!» — да, мысли выпускающего редактора часто скачут быстрее способности облечь их в слова. И он нетерпелив, когда журналисты «тормозят» при включении телепатии) на редакционную кухню. Конечно же, наши дети рассказали об этом своим одноклассникам.

«Мы хотим тоже научиться писать, как журналисты, ходить на «опасные» редакционные задания!» Классные руководители были только за. Ну и мы не против — «где та молодая шпана, что сотрет нас с лица земли?». Но мы решили не просто показать детям редакцию. Лекции неинтересны, нужны «шпионские» задания, интерактив. А главное — нужно было доказать детям, что газета — это тоже производство, у него своя технологическая цепочка. И у журналистов нет времени ло-



вить Музу Мотивирующую за хвост. Есть Господин Дедлайн и есть Продукт, который читатели должны получить в срок, невзирая на сопли — слезы — плохую погоду и прочая. И дети за неполных два часа тоже должны были создать свою газету. Ковидные ограничения внесли коррективы, проект пришлось отложить. Но весной 2022 года, сразу после того, как закончился сезон Прогулок добра, журналисты «Рабочки» провели шесть профориентационных экскурсий-погружений, результатом которых стали шесть первых полос «Рабочки».

Итогом проекта стала публикация 1 июня, к Дню защиты детей, «Мама, я стану журналистом».

«Я люблю тебя, ма»

Эту акцию нельзя назвать ноу-хау, опыт подобных акций есть у коллег из других изданий. Для нас она стала успешной в плане монетизации во многом благодаря грамотно спланированному пиару. Редакция опубликовала в группе «VK» предложение поздравить мам с Днем матери.

За небольшую сумму — 200 рублей — мы предложили разместить в газете фотографии любимых мам,

бабушек, прабабушек. В результате обратной связи поняли, что надо будет увеличивать количество цветных полос.

Поступило несколько предложений от читателей сделать фото «по-больше, чем у других», соответственно, больше заплатив. Тематический номер 23 ноября получился ярким и теплым.

Помимо чистой прибыли в 10 тысяч рублей (за минусом увеличения типографских расходов) мы получили от читателей благодарные отзывы и новых подписчиков в группе.