



... или Как полюбить лагерь и перестать беспокоиться



**Андрей Сергеевич
КОВАЛЁВ**

*главный редактор
радиостанции
«Ребячья республика»,
АНО ОДОЦ «Ребячья
республика», г. Тюмень*

Сегодня, в век бурного развития медиатехнологий и цифровых коммуникаций, искусство представления информации о предложении услуг на рынке зачастую превалирует даже над самим мастерством технологий создания этих самых услуг. Как работники сферы связи и радиовещания, мы признаём, что сплошь и рядом сталкиваемся с ситуациями, когда яркая «обёртка» медийных продуктов скрывает «кусочек пластилина вместо шоколадной конфеты». На уровне простых потребителей подобный медийный прессинг особенно ярко проявляется в режиме эксплуатации различных стереотипов, расхожих заблуждений, ретрансляции мнений различных «экспертов» в ключе: «слышал тут мнение – теперь полностью с ним согласен». Таким образом, складывается парадоксальная ситуация: с одной стороны – есть обилие информации практически по любой теме, что позволяет, не погружаясь в тему, сформировать своё мнение по требуемому вопросу, с другой – требуется наличие специальных знаний, чтобы действительно отличить мнение эксперта от попыток манипуляции, что вынуждает сужать поле информационных ресурсов, выбирая наиболее «правдивые», опять-таки основываясь на собственных представлениях о данном критерии. Другими словами, аудитория чаще всего ищет не «правду», а подтверждение собственного мнения. Понятно, что информирование об услугах и инновациях в сфере детского отдыха и оздоровления в этом плане также не стало исключением.

Когда перед редакцией детской радиостанции «Ребячья республика» возник вопрос о выборе действенного способа донесения до широких аудиторных масс идей о необходимости участия детей в правильном, социально и педагогически выверенном отдыхе, оказывающем неоспоримое

положительное влияние на их дальнейшее развитие, мы провели небольшое исследование так называемых родительских заблуждений среди той части нашей аудитории, которая услугами детских лагерей не пользуется.

Первые ТОП-10 мнений выглядели так.

1. Нашему ребёнку есть чем заняться и без лагеря.
2. Мы сами можем обеспечить ребёнку необходимое ему социальное окружение.
3. Наш ребёнок привык выделяться необычным внешним видом, поэтому в лагере из-за этого будут проблемы.
4. Наш ребёнок не ест мясо, рыбу (горох, картошку и т.д.). Дома мы этого не готовим, а в лагере никто ребёнка спрашивать не будет.
5. Мой ребёнок слишком активный (или наоборот: слишком тихий). В лагере ему будет не хватать активности или её будет слишком много.
6. Наш ребёнок не спортивный, а в лагере спорт – обязателен. Над ним будут смеяться.
7. У нашего ребёнка нет особых интересов, а в лагере его будут заставлять ходить на кружки. Он будет нервничать и скучать.
8. Нашего ребёнка укачивает в транспорте, а все лагерь далеко за городом. Если ему станет плохо в дороге, потом над ним будут смеяться.
9. Во время каникул у ребёнка должна быть полная свобода, а в лагере он будет вынужден подчиняться распорядку дня.
10. Мне как родителю не интересны предложения оздоровительно-образовательных смен. Значит, и моему ребёнку тоже.



Некоторые утверждения звучат довольно странно, особенно в условиях обилия информации о современных принципах и программах детского отдыха и оздоровления. Но респонденты отметили, что на специализированных ресурсах конкретно на эти вопросы ответов нет, а официальным описаниям преимуществ они не доверяют. На вопрос: «А как возникли данные мнения и сомнения?» — участники опросов признались, что сформировали их из личного опыта (20- и 30-летней давности), отзывов других людей (чаще всего в сети Интернет или, как это обычно говорится, «у меня на работе есть сотрудник, так вот его жена отправляла племянника...» и т.д.).

Другими словами, в этом формате, как уже описывалось выше, человек не пытается разобраться в изменениях ситуации, а просто

ищет любой доступный способ укрепиться в существующем, зачастую сформированном на субъективных оценках и недостоверных источниках мнения. Поэтому вердикт, вынесенный участниками опроса, был на редкость единодушен: лагерь не для нас, рисковать не хотим, ребёнку это не надо.

Чтобы кардинально переломить сложившиеся стереотипы и привлечь новую потенциальную аудиторию, перед редакцией радиостанции встал вопрос выбора схемы адресной работы по изменению существующих, пусть на первый взгляд и парадоксальных, мнений и заблуждений относительно современного детского отдыха и оздоровления. Так родился по-своему уникальный эфирный радиопроjekt «Обычные необычности», который уже в течение трёх лет неизменно присутствует в сетке вещания «Ребячьей республики».

Это, безусловно, инновация, осуществление которой стало возможным благодаря созданию и поддержке Ассоциацией «Мы вместе» по-настоящему детской и социально ориентированной медийной радиовещательной структуры. Во-первых, осуществляется адресная работа среди групп населения, которые в данный момент по различным причинам не пользуются услугами детских оздоровительных лагерей. Во-вторых, повышается лояльность целевой аудитории через утверждение правильности их выбора в пользу современного детского лагеря. В-третьих, учтены жанровые и формообразующие особенности для повышения аудиторной привлекательности данного медийного продукта.

Сама форма подачи материала заслуживает отдельного описания. Программа представляет собой стилизованную викторину, по типу «Своей игры». Тем самым лишней раз подчёркивая экспертную ценность ответа на заданный вопрос.

Радиолагерь «Ребьячья республика» приглашает вас участвовать в самой объяснительно-разъяснительной викторине «Обычные необычности!» Мы расскажем и покажем, как устроен детский отдых, и научим им правильно пользоваться! Итак, уважаемые участники, вопрос на миллион, категория «Детский отдых и оздоровление», спрашивает мама (папа)!

Так начинается каждый выпуск этой программы. Форма подачи вопроса максимально узнаваемая, в воображении слушателя возникает привычная картина: ведущий, табло, участники за столами. Фраза «Вопрос на миллион» введена не случайно, чтобы дополнительно обозначить для нас важность каждого мнения наших клиентов, именно этим обеспечиваются требования клиентоцентричности и клиентоориентированности.

Далее сам вопрос, рассмотрим его на примере: «Нашего ребёнка укачивает в транспорте, а все лагеря далеко за городом. Если ему станет плохо в дороге, то потом над ним будут смеяться. Поэтому мы не хотим рисковать и в лагеря не ездим». Как мы видим, здесь прослеживается не столько забота о ребёнке, сколько страх, что он окажется в ситуации без надзора родителей. Ведь если есть такая проблема и она регулярно даёт о себе знать, то значит, уже должны быть выработаны способы её решения. Но тут превалирует родительская гиперопека, и надо сосредоточиться на устранении и купировании именно этого фактора. Поэтому, по сценарию программы, далее звучат зуммер и голос ведущего: «И первыми на вопрос отвечают специалисты центра “Олимпийская Ребьячка”!». Надо

отметить, что все ответы на вопросы дают реально практикующие сотрудники детских оздоровительных лагерей, основываясь на существующих алгоритмах, схемах и педагогическом опыте организации отдыха детей.

Далее идёт сам ответ на вопрос: «Вопрос поездок детей в транспорте на далёкие расстояния действительно очень важен. И многие родители, как и вы, очень им обеспокоены. Чтобы снять все вопросы, мы разъясним всю ситуацию по пунктам. В каждом автобусе есть педагог, компетентный в перевозках детей, и медицинский работник, способный оказать требуемую помощь. Перед началом поездки рассадка детей проводится с учётом их возможностей переносить дорогу, любой родитель может сообщить об особенностях их ребёнка ответственному за перевозку. Детям выдаётся вода в бутылках...» И так далее. Завершение ответа: «Мы надеемся, что наш ответ поможет вам избавиться от любых опасений, и помните, что мы делаем всё, чтобы отдых детей был безопасным и комфортным, начиная с первой встречи!» В финале фраза ведущего: «И это правильный ответ!»

Хронометраж программы – около двух минут, в настоящее время в эфирной сетке транслируются 67 программ, которые выходят в режиме ротации, производство программы продолжается по настоящее время.

Послушать выпуски программы «Обычные необычности» вы можете во вторник, четверг и субботу с 17:55 по тюменскому времени (+2 мск), подключившись к волне радиостанции «Ребьячья республика» в FM-диапазоне на частоте 89,2 МГц в Тюмени, или воспользовавшись услугами сервисов интернет-вещания <http://vsefm.com/radio/reb-respublika/>; <http://online-red.com/radio/rebyachya-respublika.html>; <https://all-radio.online/radio/respublika>, или скачав приложение «Радиостанция «Ребьячья республика» на GooglePlay или AppStore.

Таким образом, мы лишней раз подчёркиваем, что для нас как организаторов детского отдыха и оздоровления нет неважных вопросов от наших клиентов. С другой стороны, мы избегаем выбора лобовых форм решения потенциально возможных проблем, ориентируясь на применение принципов инфотейнмента в подаче информации. И одним из показателей эффективности совместных усилий редакции радиостанции, специалистов ОДООЦ «Ребьячья республика» и Ассоциации «Мы вместе» можно считать то, что количество вопросов и заблуждений при опросах аудитории снизилось практически до минимального уровня. [Лагерь.ru](http://lagery.ru)