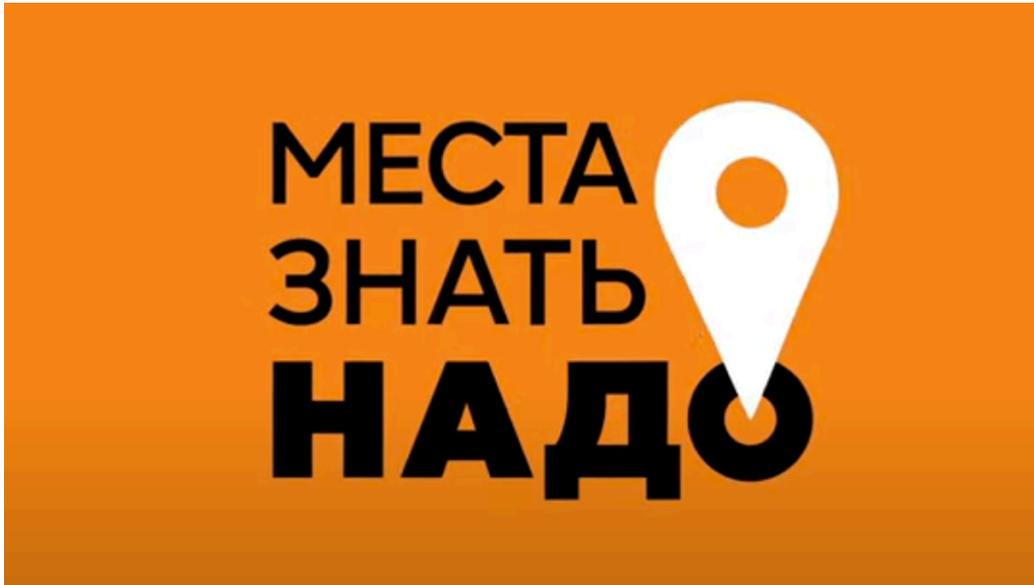


# Места Знать Надо!

ИП Рюмин Георгий Юрьевич для АНО "ИРИ"



## Решаемая проблема

Лучший (а может быть и единственный) способ воспитать в ребенке любовь к своей Родине - это показать ее. Знаний о регионах России у населения катастрофично мало. На это еще накладывается предрассудок "это сложно, дорого, опасно" и накопленный опыт "турецкого отдыха". При этом важно формировать поведенческую модель именно на основе семейного туризма, т.к. это формирует правильные взаимоотношения в семье.

## Цель

Развитие внутреннего туризма невероятно важно, потому что это позволяет россиянам знакомиться с культурами разных народов, населяющих нашу многонациональную Родину. Сила нашей страны в разнообразии ее культур, важно их знать и беречь. Если человек выглядит по-другому, значит он и мыслит по-другому, а это в свою очередь говорит о том, что он может вам помочь, потому что такой же как вы имеет ровно те же тупики. В

выпусках важно соблюдать баланс развлекательного, культурного и духовного контента, т.к. все это разные грани единой гармоничной личности.

## Решение

Это мультимедийный проект. Ролики - в Ютьюбе. Лонгриды о поездке - в ВК. Чек-листы о местах - в Дзене. Идея проекта в том, чтобы с помощью видеороликов «заманить» родителей с детьми в тот или иной регион. Именно не рассказать - с этим отлично справятся местные гиды, а заманить. С помощью чек-листа в Дзене помочь подготовиться к поездке и получить общее представление об истории и культуре региона, а описание путешествий в ВК даст представление о его бытовых аспектах. Сочетание разных форм и форматов позволит легко и с удовольствием подготовиться к поездке, чтобы потом получить максимальное удовольствие от путешествия. Каналы проекта: YouTube:

[www.youtube.com/@mestaznatnad0](http://www.youtube.com/@mestaznatnad0) ВКонтakte: <https://vk.com/public218496722> Дзен:

<https://dzen.ru/id/6352996184a86e5d2fffd549>

## Целевая аудитория

Мультиформатность проекта нацелена на охват широкой аудитории. Более молодая аудитория (включая детей) - смотрит видео. Аудитория постарше, более предметно уже рассматривающая возможность поездки - читает ВК и Дзен. Фотографии красивых мест лучше "работают" на мам. А описания конкретных достопримечательностей помогут папам стать для ребенка авторитетным "источником знаний". Поэтому возрастно-гендерно определять аудиторию не совсем корректно. По интересам: это семья, семейный отдых, путешествия, кино, культура.

## Результаты

На момент подачи заявки общее количество просмотров выложенных материалов (16 выпусков из 24, остальные все будут выложены до 23.11) составляет около 2,5 миллионов. Справедливости ради, надо сказать, что значительная часть просмотров - это результат "посева" постов в ВК. Однако в Ютьюбе можно наблюдать чистую органику (рекламные механизмы для Ютьюба не эффективны сейчас) - и это более 145K просмотров, при том, что первый пост был выложен 23 сентября. Это данные на 08.11.23, время подачи заявки. Нет сомнений, что показатели через месяц значительно увеличатся. Также партнерами проекта является КСО-проект "Территория КИТ" (ГК ГПМ КИТ, Газпром-Медиа). Во всех

регионах, где была съемочная группа, мы проводили творческие встречи с молодежью и кинообществами, рассказывая о медиаиндустрии, о культуре, о кино и медиа-профессиях. Также проект поддерживает Российская Государственная Детская Библиотека - совместно с коллегами мы готовим списки книг по тому или иному региону, которые хорошо почитать перед поездкой, во время или после нее.