

Актуальные проблемы журналистики

Сборник трудов молодых ученых
Выпуск XIV

Работа PR-менеджера в Деревне Универсиады–2019

Богдан Ларин

Томский государственный университет

Науч. рук. канд. филол. наук В. С. Байдина

В начале февраля этого года я уехал в Красноярск работать на Зимнюю Универсиаду-2019. Пробыл там чуть меньше двух месяцев, работая на неспортивном объекте Деревня Универсиады.

Как я туда попал?

В 20-х числах января я совершенно случайно наткнулся на список вакансий, которые предлагала Дирекция Красноярской Универсиады. В том числе набирали пиар-менеджеров и сотрудников в пресс-службу. Требования к кандидатам были достаточно простыми: необходимо высшее образование, умение грамотно писать, формулировать мысли, знание иностранных языков приветствовалось, но не было обязательным пунктом. Я отправил резюме и приложил небольшое портфолио со своим репортажем об эстафете огня в Томске, которая прошла в середине декабря. Уже через два месяца я уже наблюдал, как этот огонь зажигали на открытии Универсиады.

Потом мне позвонили из Красноярска и предложили пройти заочное собеседование по whatsapp. Я побеседовал с руководителем пресс-центра, который более предметно объяснил функционал, условия и сроки работы. На собеседовании мне также сказали, что они рассматривают меня на позицию SMM-специалиста, что для меня оказалось неожиданностью: я этим никогда не занимался.

Следующим этапом стало тестовое задание, которое оказалось достаточно объемным, состояло из трех пунктов, на выполнение давались сутки. Необходимо было составить контент-план на 14 дней для соревнований по биатлону, указать форматы публикаций (текст+фото, графика, видео, интерактив) и ключевых спикеров. Также надо было придумать специальные рубрики для социальных сетей, которые могли бы познакомить аудиторию с керлингом, привести примеры пяти инстаграм- и ютуб-блогеров.

Вникнув в тему, я за несколько часов составил контент-план и отправил тестовое, проигнорировав часть заданий. И так сойдет, подумал. В общем, я не рассчитывал на положительный ответ, но через пару дней мне перезвонили и сказали, что я принят на должность SMM-специалиста в Деревню Универсиады, и что мне уже пора собираться и ехать.

Непосредственно о работе

Первые две недели в Красноярске сложно назвать насыщенными на события. Вернее, так вообще нельзя сказать. Все, что я сделал – это несколько раз появился в пресс-центре, составил контент-план и познакомился со своими коллегами по пресс-офису. Нас было четверо: смм-специалист, журналист-райтер, специалист по взаимодействию со СМИ и руководитель. Две недели сидел дома и смотрел фильмы, пока за окном было -40. Одно радовало – по контракту за каждый день мне начисляли зарплату.

С 22 февраля все кардинально изменилось – открылась и начала работу Деревня Универсиады (ДУ). Этот объект был особенным во всех отношениях.

В Деревне работало около 500 сотрудников и еще столько же волонтеров. В самый пик соревнований в кампусе СФУ, где располагалась Деревня, находилось около 5000 чело-

век вместе со спортсменами, персоналом и волонтерами. Центром международных знакомств и селфи стал главный ресторан Деревни.

Ажиотаж вокруг этого места был обусловлен, в первую очередь, едой. Организаторы предусмотрели четыре вида кухни (русская, халяльная, азиатская и европейская), свыше 500 блюд в меню, линию раздачи в 110 метров и разовую вместимость в 1 008 человек. Сама площадь ресторана равнялась 5 тыс. кв. м. Особенно полюбились иностранным гостям блины. В день пекли 6 500 штук, а на период Масленицы калькулятор подсчетов и вовсе сбился. Собственно, вот с такими фактами и цифрами я и работал.

Моей задачей было собрать интересную информацию о Деревне, дать указания фотографа, расшифровать очередное интервью, скомпоновать и залить пост на специальную платформу, которая выкладывала в нужное время новость сразу по всем соцсетям – инстаграм, фэйсбук русский и английский, твиттер и одноклассники. Во Вконтакте выкладывали новость отдельно через саму соцсеть.

Приходилось придумывать контент на ходу, создавать какие-то специальные рубрики, ловить интересные моменты, в общем, стараться как-то креативить, а главное – создавать позитивный образ Деревни Универсиады в социальных сетях. Для сайта материалы готовил журналист-райтер, и выглядели они как обычные пресс- или пост-релизы, то есть сухие и скучные. От меня же требовалась оригинальность и легкий язык.

Отдельным событием для нас – пресс-офиса ДУ – были пресс-туры. Пресс-тур представлял собой забег из 30-40 журналистов по нескольким точкам ДУ в течение всего дня с нашим сопровождением. Первый канал, Матч-ТВ, Кузбасс-радио, какие-то блогеры, бухгалтеры из норильских газет – все, кто работал в СМИ, мог получить аккредитацию и проход на один день. Мы разбивались на группы по 7-10 человек и показывали федеральным, региональным и иностранным журналистам, как выглядит и чем живет ДУ.

После начала игр акцент естественным образом сместился на спортивные соревнования. Приезжал я на работу к 9-ти утра, уходил домой в 9-ом часу вечера. Утром я открывал контент-план, смотрел расписание сегодняшних мероприятий, начинал собирать информацию, брать комментарии, затем писал, согласовывал и заливал пост. В самые загруженные дни я выкладывал максимум 4 поста в день.

В общей сложности за весь период студенческих игр я опубликовал около 35 постов в соцсетях, написал несколько статей на сайт, а также провел около 5 интервью. Работали мы без выходных и праздников, то есть каждый день на протяжении трех недель до 14 марта. Так или иначе, я освоил SMM, посмотрел изнутри, как проводятся такие крупные события и добавил себе еще пару строк в резюме.