

Инструкция по проведению онлайн-мероприятий в сфере медицинского добровольчества

В связи с ограничительными мерами, связанными с распространением новой коронавирусной инфекции, онлайн-формат проведения мероприятий становится все более распространенным. Мы расскажем, как организовать и провести событие, которое понравится и будет полезным участникам, а вам захочется оставить такой формат для дальнейшей работы.

Преимущества и недостатки онлайн-формата

Плюсы онлайн-формата:

- Участниками могут стать люди из разных городов. Вас не ограничивает место расположения площадки.
- Присутствующим на мероприятии не нужно тратить время на дорогу.
- Участники и ведущий дистанционно могут обмениваться необходимыми файлами любого формата — текстами, видео, аудио, инфографиками — или демонстрировать их на весь экран во время трансляции.
- Можно привлечь больше спикеров для проведения мероприятия. Более того, это будет отличная возможность проявить себя для тех, кто боится выступать на широкую живую аудиторию.
- Онлайн-формат не ограничивает нас в выборе времени года, дня, месяца и погодных условий.

Минусы онлайн-формата (они совсем не страшные, но на них стоит обратить внимание):

- Снижение вовлечённости. Участники могут совмещать просмотр трансляции с другими делами — домашними или рабочими. Именно поэтому важно подготовить такое мероприятие, от которого сложно будет отвлечься.
- Риск технических неполадок. Интернет-эфир зависит от качества соединения. Проблема может возникнуть как со стороны организатора, так и со стороны слушателя.

Как организовать онлайн-мероприятие

Шаг 1. Выбери формат будущего мероприятия.

Квизы

Мероприятия, которые проходят в виде игры. Например, это может быть викторина в формате «Что? Где? Когда?», для которой вы подготовите сложные и интересные вопросы по определенной теме, а участники должны будут набрать как можно больше правильных ответов (а значит, получить как можно больше баллов). Тот, кто набирает большее количество баллов - побеждает и получает приз.

Онлайн-игры

Игры могут проходить в любом формате. Берите за образец любую из популярных настольных игр или придумайте свою: воображение ничем не ограничено. Ваша цель — понять свою аудиторию, увлечь и познакомить с ценностями и особенностями освещаемой темы. Можно даже такую игру, как имманджинариум перевести в онлайн-формат и адаптировать под медицинские тематики. Главное, чтобы такие игры всегда несли определенный посыл и смысл для участников, а по итогам мероприятия они могли четко внутри себя определить, что они узнали нового/какие навыки приобрели.

Вебинары, онлайн-конференции и прямые трансляции (эфиры)

Можно организовать собственную онлайн-конференцию или трансляцию. У вас есть возможность пригласить экспертов в сфере рассматриваемой темы, которые смогут поделиться своими кейсами, рекомендациями и инструментами. Вы не только сможете сделать крутое мероприятие, но и наладить партнерские отношения со спикерами. А участники в режиме реального времени смогут задать экспертам свои вопросы.

Помните, что при проведении конференции есть возможность подключать в режиме реального времени других участников для выступления, а при организации трансляции это могут делать только те пользователи, которых вы наделили правами «ведущего».

В целом в рамках описанного пункта важно помнить некоторые различия между предлагаемыми вариантами мероприятий:

Вебинар – мероприятие, которое используется в целях онлайн-обучения вашей аудитории. На вебинаре вы можете рассказать слушателям о том, что такое здоровый образ жизни, рассмотреть основные аспекты профилактики заболеваний и др.

Онлайн-конференция – площадка для обсуждения каких-либо важных вещей со всеми участниками. Допустим, докладчик первоначально рассказывает свою точку зрения на тему важности сдачи теста на ВИЧ-инфекцию, а далее происходит активное обсуждение освещаемого вопроса. По ходу проведения онлайн-конференции вопросы могут меняться, и в результате по итогам мероприятия ваша аудитория может быть охвачена конкретно определенной темой «с разных сторон».

Онлайн-трансляция – своего рода мастер-класс, где спикер может дать какие-либо советы для аудитории в той или иной сфере. Только помните, что обратная связь от аудитории может поступать к ведущим мероприятия только по комментариям. И сама по себе онлайн-трансляция является односторонним вариантом взаимодействия с аудиторией.

Онлайн-собрания

Один из самых полезных форматов не только в период пандемии, но и в повседневной жизни. Конечно, вы знаете, что необходимо регулярно собирать свою команду для продуктивной работы. Однако, часто люди забывают о том, что есть вариант проведения собрания в онлайн-формате. Это позволит сэкономить время на проезд, сделать встречу в любое удобное время, а также поможет собрать представителей из разных городов и районов. На встрече вы можете обсудить планы на ближайший период, новые форматы онлайн-мероприятий, решить основные рабочие вопросы.

Другие форматы онлайн-мероприятий

В этом деле фантазия может быть безграничной. Возможно, у вас даже есть уже разработанные форматы, которые вы успели реализовать.

Челленджи в социальных сетях (дополнительно)

Этот формат является одним из самых популярных в последние годы. В рамках него можно придумать абсолютно любые задания, результат выполнения которых им необходимо будет опубликовать в своих социальных сетях. Таким образом, вы можете охватить тем или иным вопросом большую часть населения. Однако стоит помнить, что это формат одностороннего взаимодействия с аудиторией и его лучше использовать в качестве дополнения к основным форматам.

Полезный ресурс, который сможет вам дать новые идеи для проведения онлайн-мероприятий: <https://www.eduneo.ru/4916-2/>

Шаг 2. Выбери площадку.

Выбор площадки зависит от формата вашего мероприятия, про которые мы говорили в 1 шаге.

Наиболее популярные, комфортные и всем известные платформы проведения мероприятий:

- [Zoom](#) — платформа для видеоконференций. В бесплатной версии трансляции могут подключиться до 100 участников, время ограничено 40 минутами, однако, в случае если мероприятие идет дольше, то можно сделать перерыв по истечении 40 минут и попросить участников заново подключиться. Кроме того, если у кого-то из ваших партнерских организаций приобретена платная версия zoom, вы можете попросить воспользоваться ей для организации бесперебойной трансляции.

Также из zoom можно организовать трансляцию в Вконтакте, чтобы спикеры были подключены через zoom, а участники смотрели онлайн трансляцию через Вконтакте.

Через zoom можно легко транслировать презентации, включив демонстрацию экрана. Если вам необходимо не просто провести мероприятие, но и сохранить видео после него, вы можете вести его запись – видео будет доступно вам сразу после завершения мероприятия.

- Социальные сети (Вконтакте + Инстаграм) – самый удобный способ для проведения трансляций без общения с участниками напрямую. Вы можете поддерживать диалог с помощью вопросов, которые задают участники в комментариях. Для организации такой трансляции нет никаких ограничений.

- [Webinar.ru](#) – платформа, которая позволяет демонстрировать презентации, видеофайлы или сам экран. Общаться с участниками можно в общем чате или через private сообщения. Также можно отвечать на вопросы в отдельной вкладке, делиться документами и ссылками. Минус платформы состоит в том, что в бесплатной версии можно привлекать до 5 участников. Однако количество часов в месяц для использования платформы не ограничено.

- [YouTube](#) – всем известный канал позволяет также проводить прямые трансляции. Дополнительно в настройках управления трансляцией на Youtube можно включить автоматический запуск и автоматическое завершение. Но мы советуем включать все вручную, чтобы исключить вероятные недочеты в настройках, которые на первый взгляд мы не заметили. Для того, чтобы организовывать онлайн мероприятия на данном сервисе, необходимо иметь аккаунт в Гугл и канал на Youtube.

- [Skype](#) — один из самых популярных сервисов для видео- и аудиозвонков. В бесплатной версии в группе может быть до 50 человек. Продолжительность одного сеанса — не более четырёх часов.

Для квизов и викторин подойдёт платформа:

- [Myquiz](#) – сайт для проведения квизов на разные темы. Добавив немного воображения, можно создать не только интересную викторину, но и разнообразить конференцию игрой. К тому же на этой площадке параллельно игре можно запустить стрим прямого эфира, который позволит в режиме реального времени отслеживать ответы участников и давать комментарии по каждому вопросу. Бесплатно присоединиться к квизу могут до 500 человек. При этом платформа подразумевает возможность организации стрима – видео-трансляции, которую вы ведете параллельно самому квизу и имеете возможность в режиме реального времени комментировать вопросы и получать статистику по ответам участников (инструкцию по работе на данной платформе вы можете получить у Федеральных координаторов направлений ВОД «Волонтеры-медики»).

- Квизы также можно оформить в социальных сетях: Вконтакте, Инстаграмм. (кстати, для челленджей конечно же тоже подойдут социальные сети).

Шаг 3. Продумайте тему мероприятия.

Определив формат мероприятия и платформу, на которой оно будет проводиться, очень важно продумать тему и основные тезисы. Здесь главное не стараться затронуть все темы сразу, а проанализировать наиболее актуальную и важную информацию для аудитории на данный момент. Например, если вы проводите прямой эфир в середине-конце октября, то можете посвятить ее профилактике ОРВИ, поскольку данный период времени отличается ростом простудных и вирусных заболеваний. Или же выбрать тему, актуальную для кого-то конкретного направления медицинского волонтерства.

Шаг 4. Определите свою целевую аудиторию (ЦА)

Определение ЦА идет в зависимости от выбранной тематики проведения мероприятия. Данная схема особенно ничем не отличается от организации очных мероприятий.

При необходимости, не забудьте запустить регистрацию участников. TimePad подойдет для простой регистрации, если вам необходимо знать, количество потенциальных участников, с которыми вы хотите выстраивать коммуникацию. Для этого достаточно просто зарегистрироваться на платформе.

Также можно использовать привычную всем Google-форму.

Для простоты любая регистрация также может идти в комментариях к публикации. Все зависит от того, какую информацию от участников вы хотите собрать.

Шаг 5. Выберите ведущего/модератора.

Очень часто люди забывают о том, что ведущий – это человек, который может оказать помощь в проведении мероприятия и задать верный его настрой. Именно он создает атмосферу, держит контакт с аудиторией, поддерживает тему и грамотно модерирует вопросы. Помните, ведущий должен быть хорошо знаком с освещаемой темой и уметь в любой момент ее поддержать.

Шаг 6. Пригласите интересных спикеров.

Часть мероприятий вы можете полностью провести самостоятельно, а для освещения некоторых тем необходимо приглашение экспертов. Вы можете организовать мероприятие в формате «диалог на равных», выступив в качестве модератора в диалоге с приглашенным спикером.

Старайтесь выбирать спикеров, которые смогут в интересном формате донести актуальную информацию, выстроить свое выступление ярко и удерживать внимание аудитории на протяжении всего периода трансляции мероприятия.

Если мероприятие проходит в формате прямого эфира, то важно, чтобы приглашенный спикер был экспертом в рассматриваемой теме. Спикер должен, при необходимости, ответить на любой вопрос участников, касаемый темы, и поделиться по-настоящему ценной информацией. Ведь вопросы поступают в режиме «реального времени», и эксперт должен обладать всеми необходимыми навыками ведения диалога с ведущим на заданную тему.

Шаг 7. Продумайте структуру выступления

У вас не будет живой обратной связи во время мероприятия, поэтому не стоит импровизировать, даже если вы привыкли это делать. Заранее продумайте свое выступление.

Если нужно, напишите текст и порепетируйте. Так вы не уйдете от темы, а участники получат максимум пользы.

И помните: «говорящая голова» страшно утомляет слушателя. Поэтому продумайте «фишки» во время своего выступления. Используйте цитаты, реквизит, мемы, видео и фото, чтобы участники не устали, слушая вас. Даже в рамках обычного прямого эфира вы можете использовать материал/продукцию, которая поможет переводить фокус внимания на экран.

Всегда придерживайтесь плана выступления. Даже если осенила гениальная мысль, не уходите от темы. Важно держать тайминг и сохранять ритм выступления. Многие гении экспромта признаются, что заучивали наизусть первые выступления.

Кстати, вы всегда можете использовать уже готовые сценарии мероприятий, которые обычно применялись при организации очных форматов. Стоит только немного их адаптировать, и они будут готовы для использования во время вашего онлайн-мероприятия.

Шаг 8. Ваш демонстрационный материал должен быть доступным для восприятия участниками

У вас не будет проектора для большого экрана, как на очном мероприятии. Показать презентацию возможно будет, включив демонстрацию экрана или прикрепив документ с презентацией к мероприятию (в зависимости от программы, которую вы используете). Помните: встроенные проигрыватели видео на сайтах меньшего размера, чем экран. Поэтому стоит заранее об этом позаботиться. Обязательно протестируйте весь демонстрационный материал на ноутбуке и телефоне, ведь именно так их будут видеть слушатели.

Учитывайте главное правило презентаций: мало текста, много смысла. Структурированная схема или таблица поможет участникам быстрее разобраться в сложном материале, а наглядная иллюстрация — лучше усвоить ваш контент или сделать передышку.

Соблюдайте правило: 1 слайд = 1 мысль. «Война и мир» на один слайд все равно не влезет. Чем меньше слов — тем понятнее участникам.

Шаг 9. Сделайте анонс вашего мероприятия

Необходимо опубликовать объявление о будущем мероприятии в социальных сетях. Если вы будете использовать сторонние ресурсы (площадки), можно заранее дать ссылку на участие или же предоставить ее только тем, кто пройдет регистрацию. Анонс должен четко определять день и время начала мероприятия, а также, может быть, информировать о призах/подарках, которые смогут получить победители. Последнее наиболее актуально в случае организации командных или одиночных онлайн-мероприятий с наличием соревновательного компонента (например, квизы).

Всегда нужно помнить про часовые пояса. Учитывайте разницу во времени, если планируете вовлекать в мероприятие разные регионы, и постарайтесь сделать мероприятие для всех комфортным.

Информацию о проводимом мероприятии размещайте с учетом выбранной целевой аудитории в зависимости от каналов коммуникации, которые для нее доступны (например, пожилые люди вряд ли увидят ваш анонс в инстаграме или телеграм-канале).

Шаг 10. Сделайте рекламу

Составьте нескучное и краткое описание мероприятия. Наиболее охотно пользователи регистрируются на мероприятия, описание которых в 3–4 абзацах дает представление, чем оно полезно для участников и что нового они получат. Кратко, простым языком и про пользу для каждого в паре абзацев — *хорошо*, 2 страницы А4 «воды» — *плохо*.

Речь идет не о платной рекламе, а о возможности распространения информации о предстоящем мероприятии с помощью разных групп Вконтакте, социальных сетей партнерских организаций, которые помогут вам сделать это. Также ими могут стать группы вашего города/района, например: Подслушано «Вешняки», «Район Перово», группы школ, дворцов творчества и разных волонтерских и молодежных центров.

А если ваше мероприятие имеет масштабный формат, то к рекламе можно подключить партнерские СМИ и органы исполнительной власти в сфере охраны здоровья, молодежной политики региона. Здесь главное не бояться заявить о себе и вам всегда помогут!

Шаг 11. Подготовьте помещение.

Заранее продумайте, как будет выглядеть ваш фон в помещении для трансляции. На фоне не должно быть бардака, лишних посторонних предметов. Если есть возможность, поставьте на фон ролл-ап или пресс-вол и посмотрите, как будет выглядеть картинка в кадре.

Шаг 12. Отслеживайте количество участников

Мониторьте социальные сети и другие платформы, где у вас ведется регистрация на мероприятие. Проверяйте, сколько человек уже зарегистрировалось. Это нужно, чтобы лучше представлять аудиторию и придумывать наиболее эффективные способы взаимодействия. Если вдруг вы понимаете, что регистраций недостаточно – стремитесь это исправить!

Шаг 13. Задавайте вопросы

Для того, чтобы выстроить наиболее эффективную коммуникацию, предложите участникам мероприятия заранее задать вопросы для спикеров, которые их интересуют.

Шаг 14. Отправьте напоминание с инструкцией

Финальный анонс мероприятия или напоминание о нем лучше отправлять за день и за час-два до начала мероприятия. В письме должна быть ссылка на трансляцию и подробная инструкция по подключению. Попросите участников заранее проверить, работают ли на их устройствах камеры, динамики и микрофоны в случае, если вы планируете живое общение в рамках мероприятия.

Шаг/совет 15. Зовите на помощь

Сложно одновременно следить за звуком, переключать слайды и давать советы опоздавшим. Никто так и не делает. Поэтому, если есть возможность, попросите своего коллегу следить за трансляцией, пока вы выступаете, контролировать все технические нюансы. Так вы сможете избежать накладок и не будете отвлекаться.

Между тем, нужно помнить, что всегда могут произойти неполадки с трансляцией, и вам нужно быть к этому готовыми. Приготовьте запасной сценарий, не забудьте перезагрузить страницу или в оперативном формате перевести всех участников на другую площадку.

Шаг 16. Проверьте готовность оборудования

До начала мероприятия убедитесь, что работают микрофоны, динамики и камера, а интернет достаточно скоростной для старта трансляции. Протестируйте систему, чтобы проверить стабильность работы и быстро определить возможную причину возникновения неполадок. В противном случае придется оперативно связываться с техподдержкой для решения проблемы.

Шаг 17. Начинайте чуть раньше

Когда человек в сети, ему слишком легко уйти смотреть видео с котиками, если трансляция не началась вовремя. Лучше выйти на связь за 5 минут до старта и разогреть аудиторию, чем потерять участников.

Шаг 18. Сделайте запись и отправьте её всем участникам (если считаете необходимым)

Поддерживайте связь с участниками после события. Это поможет привлечь часть аудитории к вашему следующему мероприятию, а главное получить обратную связь. Соберите основные тезисы, вопросы, выложите аудио- или видеозапись, а также опубликуйте полезные материалы (например, презентации, кейсы и т.д.).

Не забудьте сделать итоговый пост после завершения мероприятия в своих социальных сетях! Используйте скрины с трансляции, фотографии из «закулисья». Расскажите о своем опыте.

Шаг 19. Делайте рассылки участникам ваших мероприятий

Не стесняйтесь напоминать о себе: сделайте опрос о том, какая тема следующего мероприятия им была бы интересна, расскажите о своих планах или спросите совета. Когда вы заведете новое мероприятие, ваша аудитория будет уже готова.

Помните, что 1 онлайн мероприятие = 1 очное мероприятие, которое равноправно учитывается при сдаче отчетности (для подтверждения его проведения достаточно иметь скриншоты, где видно спикера и участников, ссылку на запись, а также фотографии хода проведения мероприятия).

Пример организации онлайн-мероприятия глазами координатора.

А теперь давайте попробуем с вами рассмотреть план организации одного такого мероприятия с учетом ваших целей и задач.

Итак, предположим, вы хотите провести мероприятие в рамках Федерального направления «Санитарно-профилактическое просвещение». Действуем согласно шагам, описанным выше:

| Шаги (согласно инструкции выше) | Период выполнения |
|---|--|
| Шаг 1. В качестве формата вы определяете вариант прямой трансляции. | Не позднее, чем за 10 дней до мероприятия |
| Шаг 2. Выбираете площадку ZOOM. | |
| Шаг 3. Темой мероприятия станет профилактика гриппа и ОРВИ (особенно актуальная тематика в осенне-зимний период). | |
| Шаг 4. Тут мы с вами решаем, что тема, будет ориентирована на школьников. В своих мыслях мы сразу понимаем, что информацию о мероприятии мы сможем передать через кураторов в школах и наиболее удобной версией регистрации для нас будут обычные комментарии к публикации. Именно это мы и сообщаем в посте Шага 9. | |
| Шаг 5. В качестве ведущего первого такого мероприятия выбираете координатора направления/Федеральной программы в регионе (или может быть самого активного и уверенного в себе волонтера-медика). В какой-то момент вы даже думаете о том, что неплохо было бы определить двух ведущих. | |
| Шаг 6. Мы не планируем привлекать никого стороннего, поэтому на этом шаге останавливаться не будем. | |
| Шаг 7. Вы сразу определяете, что это будет не просто «две головы на экран», а некоторое действие, которое хотите продемонстрировать. Составляете поэтапный план, где тезисно раскрываете каждый его пункт. | |
| Шаг 8. Мы решаем, что нам было бы неплохо, говоря о пользе фруктов в межсезонье, показать их в кадре. На кафедре физиологии мы взяли макет поперечного среза органов верхних дыхательных путей, чтобы рассказать, на каком этапе вирусы начинают проникать в организм и вызывать всем известные симптомы. После мы понимаем, что есть ряд важных вещей, которые нужно зафиксировать. И тут решаем: либо мы берем флипчарт и пишем там (предварительно тестируем эту идею и смотрим, хорошо ли будет видно зрителям), либо создаем презентацию и делаем в ZOOM демонстрацию экрана. | |
| Шаг 9. Сейчас мы полностью определили базовые элементы мероприятия и у нас все готово для того, чтобы анонсировать его. Т.к. площадка ZOOM – мы заранее создаем конференцию и публикуем ее в посте (как вариант) или же готовим для отправки участникам, которые | |

| | |
|--|---|
| <p>пройдут регистрацию. В какой-то момент мы осознаем, что один из волонтеров-медиков, выступающих в роли ведущего, еще любит писать посты в Инстаграмме на медицинские темы и у него более 10.000 подписчиков. Мы предлагаем этому ведущему также разместить пост у себя в аккаунте. Более того, мы уточнили и поняли, что для школьников наиболее удобное время это 16 часов в пятницу (например) и сразу в анонсе дали эту информацию будущим участникам.</p> | |
| <p>Шаг 10. Далее мы хорошенько подумали, через какие источники мы можем дать ту самую «Рекламу». Т.к. ЦА – школьники, решили, что наиболее эффективно будет попросить сделать репост анонса к себе в группу в ВК школы города (и не только города, а региона в целом), в группу регионального отделения РДШ, а также в другие профильные группы региона, где основной аудиторией являются школьники. Обязательно при рекламе давать информацию о теме, времени и дате проведения мероприятия, а также условиях участия (как и где зарегистрироваться). Если вы предусматриваете какие-то подарки победителям или наиболее активным участникам мероприятия – это лучше также сразу обозначить в посте.</p> | <p>Не позднее, чем за 7 дней до мероприятия</p> |
| <p>Шаг 11. Мы решили, что трансляция будет идти из офиса ВОД «Волонтеры-медики», а на фоне будет ролл-ап направления санитарно-профилактическое просвещение.</p> | |
| <p>Шаг 12. До мероприятия несколько дней, а мы поняли, что регистраций всего 10 (хотя изначально вы сами перед собой ставили план минимум в 30 участников). Мы немного испугались и решили усилить информационную кампанию: сделали еще один пост, отправили еще пяти школам и напомнили «старым» о повторном анонсе мероприятия. Вспомнили про почты школьников, которые собирали пару лет назад в рамках одной из акций и решили сделать по ним рассылку.</p> | <p>Не позднее, чем за 5 дней до мероприятия</p> |
| <p>Шаг 13. Во время повторного анонса задали парочку уточняющих вопросов аудитории с просьбой ответить на них и понять, какие «тонкости» стоит дополнительно осветить на мероприятии.</p> | |
| <p>Шаг 14. Финальный анонс желательно делать за пару часов до мероприятия (максимум за день). При этом, если бы мы использовали другую платформу, более трудную, например tuquiz, то для зарегистрированных участников необходимо было бы подготовить небольшую инструкцию по использованию портала и участию в мероприятии.</p> | <p>Не позднее, чем за сутки/несколько часов до мероприятия</p> |
| <p>Шаг 15. У нас все готово и мы практически стартуем. И более того, у нас даже есть еще один человек, который нам будет помогать со всеми реквизитами, выведением презентации на экран, тестирование камеры, помогать в смене ракурсов и т.д. Этого человека мы заранее проинструктировали по его задачам.</p> | |

| | |
|---|--|
| <p>Шаг 16. Вот и наступает день проведения мероприятия. Ура! Обязательно перед началом мы тестируем все оборудование и проверяем наличие реквизита.</p> | <p>Не позднее, чем за 40 минут до официального начала мероприятия</p> |
| <p>Шаг 17. Еще чуть-чуть и мы начинаем! Но решаем начать не четко по времени, а минут на 5 пораньше, чтобы пообщаться с теми, кто уже ждет мероприятие.</p> | <p>За 5 минут до начала мероприятия</p> |
| <p>Шаг 18. Проводим мероприятие. Не забываем начать его запись. Волонтер, который помогает ведущим: делает пару кадров со стороны, а также скрины с трансляции и отправляет для публикации поста по итогам мероприятия в социальных сетях.</p> | <p>Во время проведения мероприятия</p> |
| <p>Шаг 19. Мы завершили мероприятие! Участники были очень активными, отвечали на наши вопросы и даже попросили нас провести еще несколько мероприятий по другим темам. А мы, в свою очередь, учли все их пожелания и сохранили данные для последующей рассылки с приглашением к участию.</p> | <p>Не позднее того же дня проведения мероприятия</p> |

Первый блин уж точно не комом! А дальше – больше!