

Актуальные проблемы журналистики

Сборник трудов молодых ученых

Выпуск XI

ТОМСК · 2016

Ежегодно в городе проводится также «Областной конкурс на лучшие социальные молодежные проекты Томской области». Направления: «Занятость», «Патриотизм», «Таланты», «Межкультурное взаимодействие», «Строительные отряды». Каждый желающий может подготовить пакет документов с разработанной идеей проекта и войти в число победителей, которые получают финансовую поддержку своей идеи от Департамента по молодежной политике, физической культуре и спорту.

На базе университетов города также осуществляется ряд мероприятий. Например, в НИ ТГУ существует Парк социогуманитарных технологий. В рамках Парка проводится ежегодный проект «Важное дело», на котором молодые люди представляют идеи социальных проектов, а победители имеют возможность создать тандем с действующим предпринимателем для реализации и развития своей идеи.

Организируются и специализированные проекты. Для студентов-выпускников технических специальностей существует форум «Breakpoint», который предоставляет возможность определиться с местом работы и познакомиться с предложениями в этой сфере. Медиапроект «Infomania» — площадка для продвижения молодых «медийщиков». В проект входят — открытые лекции, мастер-классы, дистанционные задания, возможность практики в сфере журналистики и медиа.

В Томске создана достаточно хорошая база для студентов, где они могут реализовать свои возможности и навыки. Нас интересуют данные проекты с точки зрения организации. Проанализировав их, мы сможем выявить общие тенденции, методы, ступени и приемы организации проектов в данной сфере.

МАРИЯ НИСОВА

ГРАЖДАНСКАЯ ИНИЦИАТИВА «БЕССМЕРТНЫЙ ПОЛК»: ФОРМИРОВАНИЕ НАРОДНОЙ ТРАДИЦИИ В МЕДИАСФЕРЕ

*Томский государственный университет
Науч. рук. д-р филол. наук Н.В. Желякова*

Празднование государственного праздника Дня Победы в разные времена включало в себя такие традиции как салют, артиллерийские залпы, праздничные передовицы, торжественные вечера, массовые народные гуляния, военный парад, минута молчания, торжественные приемы и встречи фронтовиков, возложение венков к Мавзолею Ленина и Могиле Неизвестного Солдата.

Начиная с 2012 года по Российской Федерации и зарубежным странам стала распространяться акция «Бессмертный полк» — ее участники идут в

колонне Парада Победы и несут портреты воевавших предков. На сайте ведется «Летопись полка», в которую каждый зарегистрированный пользователь может внести имя своего героя.

На сегодняшний день, по примерным подсчетам, координаторы полка находятся более чем в 1200 городах и селах 20 стран мира. Количество людей, вышедших 9 мая 2015 года на Парад Победы с портретами предков в разных городах мира — не счесть. В «Летопись полка» записаны 294896 [1] историй фронтовиков.

Похожие акции проходили и до 2012 года. 9 мая 2007 года жители Тюмени несли к Вечному огню фотографии солдат. Это был «Парад Победителей», организованный председателем совета ветеранов батальона милиции ведомственной охраны Тюмени Геннадием Ивановым. Спустя два года в Севастополе прошел марш «Внук за Деда». Похожие прецеденты — в Омске, Пскове, станица Ставрополья.

Однако массовое распространение получил именно «Бессмертный полк», а не «Парад Победителей» или «Внук за Деда». Помимо звучного названия, продвижению способствовало и активное использование медиа-ресурсов. Один из главных, обеспечивающих эффективную двустороннюю коммуникацию с аудиторией, — Официальный сайт гражданской инициативы «Бессмертный полк», который включает в себя такие разделы, как «Устав полка», «Информбюро», «Летопись полка», «Штаб полка», «Запиши деда в полк», «Найти солдата», «Гауптвахта».

Для привлечения аудитории к Официальному сайту и самому движению активно используются популярные социальные сети ВКонтакте, Facebook, Twitter. Первая развивается наиболее динамично и самостоятельно, насчитывает наибольшее количество подписчиков — 41136. Так, например, из 7817 записей, только 666 создано от имени сообщества, остальное — пользовательский контент: истории поиска солдат, анонсы мероприятий, стихотворения, музыкальные произведения и произведения изобразительного искусства, связанные с Великой Отечественной войной, ее участниками. На Facebook — 9644 участников сообщества «Бессмертный полк», в Twitter — 335 читателей.

Немаловажна информационная поддержка в традиционных СМИ: ТВ, радио, периодическая печать. Наибольшая активность наблюдается непосредственно перед Днем Победы: журналисты рассказывают истории солдат, о том, как принять участие в «Бессмертном полке».

Совокупность вышеперечисленных инструментов обеспечила известность гражданской инициативы «Бессмертный полк». Следует отметить наблюдающую тенденцию к самостоятельному существованию проекта, «Бессмертный полк» становится народной традицией. Все реже требуется напоминать о том, что на Парад 9 мая можно выйти с фотографией своего солдата, занести его историю в Летопись полка, поделиться ею на страницах социальных сетей.

Литература:

1. Бессмертный полк //Гражданская инициатива. URL: <http://moypolk.ru/> (дата обращения 04.04.16).