

Имидж Анголы в свете анализируемых электронных изданий весьма неоднозначен, но улучшающаяся политическая и экономическая ситуация республики все же находит отражение в ряде публикаций, появляющихся в авторитетных изданиях, что, в конечном итоге, положительно сказывается на имидже страны.

Литература

1. Философский энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия. Гл. редакция: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. 1983. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/543/
2. The Economist — Resource optimism. — 14.05.2013. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.economist.com/blogs/baobab/2013/05/development-africa-o?zid=304&a-h=e5690753dc78ce91909083042ad12e30>.
3. The Guardian — Rafael Marques de Morais settlement generals blood diamonds. 23.04.2015. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.theguardian.com/world/2015/apr/23/angolan-journalist-rafael-marques-de-morais-settlement-generals-blood-diamonds>
4. The Independent — Blood diamonds author Rafael Marques de Morais facing defamation trial after returning to Angola. 22.05.2015. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.independent.co.uk/news/world/africa/blood-diamonds-author-rafael-marques-de-morais-facing-defamation-trial-after-returning-to-angola-10125202.html>
5. Reuters — Journalist trial puts Angola's reputation in the dock. — 14.05.2015. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.reuters.com/article/2015/05/14/angola-rights-idUSL5NoY46HD20150514>
6. The Daily Telegraph — Optimism for Africa despite threat from China downturn. — 22.08.2015. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.telegraph.co.uk/finance/economics/11818297/Optimism-for-Africa-despite-threat-from-China-downturn.html>

УДК 7.092

DOI: 10.17223/23062096/4/48

А. П. Кравченко

Томский государственный университет

ВОКАЛЬНЫЙ ТВ-ПРОЕКТ В ФОРМИРОВАНИИ ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОРОДА

В статье поднимается вопрос о культурной и творческой жизни города Томска, рассматривается новый вокальный телевизионный конкурс как площадка для самореализации молодых людей. Его основной целью является популяризация вокального творчества молодых исполнителей как среди вокалистов, так и среди жителей Томска. Анализируются целевые группы аудитории конкурса, этапы организации, а также его перспективы развития.

Ключевые слова: вокальный конкурс, творческий потенциал, творческая реализация, творческие площадки.

In the article is brought up the question about cultural and creative life of town, in the article is considered a new vocal television competition as a platform for self-realization of young people. The main purpose of project is promoting of vocal works of young performers, both among vocalists, and among residents of Tomsk. Here are analyzed target groups of audience, stages of the organization and also prospects of its development.

Keywords: vocal competition, creative potential, creative realization, creative platforms, television.

В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ ТАКИЕ ТЕМЫ, как создание городской среды, развитие всех сфер жизни города, внедрение новых проектов, становятся все более популярными. Люди стали чаще задумываться о создании благоприятной, комфортной среды вокруг себя. Почти у каждого города есть сильная сторона, которую он, развивая, делает ключевой.

Устойчивый образ Томска связан с позиционированием его как университетской столицы Сибири. Шесть томских университетов каждый год набирают студентов из разных областей и стран. А.И. Щербинин в своей статье «Традиции, образы, ценности как стратегический ресурс университетского города, проект “Императорский университет”» приводит цитату писателя Ильи Эренбурга из романа «День второй»: «Томск мог умереть, но в Томске был университет...» [1]. От этого образа и строятся все мероприятия по развитию города.

Студенты — это молодые умы, которые могут создавать инновации. Благодаря большому количеству студентов, выпускников вузов в Томске не первый год проходит всероссийский форум INNOVUS, в новостных лентах «Томского Обзора» почти каждый день появляются новости с началом «Томские ученые разработали/внедрили/создали...» и т. д. И именно с этим связаны встречи «Умный город» студентов с директором Центра урбанистики и регионального развития ТГУ Алексеем Козьминым и популярными французскими урбанистами (Николя Бушо и Фан Лань Фыонг), которые состоялись 22 и 24 октября 2015 г. Томск позиционирует себя как инновационный.

Однако это позиционирование заглушает творческую сферу жизни города. 21-25 сентября 2015 года в ТГУ прошел форум «Творческие индустрии». Представители собственных проектов, руководители организаций обсуждали проблемы разрозненности разных структур, которые могли бы создать хорошую культурную и творческую платформу города, создавая новые мероприятия. Действительно, на такое количество студентов Томска приходится очень мало мероприятий, на которых они могли бы не только получить культурное развитие, но и творчески реализоваться.

В.Л. Глазычев в книге «Городская среда. Технология развития: настольная книга» пишет: «По-видимому, создать условия, при которых для «нужных» людей и нужного им дела возникала бы атмосфера наибольшего благоприятствования, и означает повысить культурный потенциал города. В нашем распоряжении остается другая, более тонкая возможность — отыскание и отработка такой системы действий или процедур, которая могла бы служить средством осуществления нешаблонной, конкретной программы деятельности, направленной на подъём культуры каждого города в его неповторимости. <...> Эффективность творческой деятельности людей зависит от правильности выбора такой системы или цепи действий, от точности её применения в значительно большей степени, чем это обычно осознается»[2].

Именно развитие каждой сферы культурной жизни может повлиять на ее уровень и дальнейшую судьбу города в этом отношении.

В настоящей работе представлена идея проекта, направленного на развитие вокальной сферы города — запуск молодежного телевизионного вокального конкурса «Поешь в дУшЕ?!». Ее актуальность связана с тем, что творческая самореализация молодежи имеет немного возможностей в студенческом городе. В последние годы проводились такие конкурсы, как «Студенческая весна», «Барвиха. Голос», «Чеховские пятницы», караоке-конкурс в «Изумрудном городе», «Караокемания» на «Живом ТВ», причем практически все они были направлены больше на любительский уровень.

Актуальность вокального конкурса «Поешь в дУшЕ?!» связана с нехваткой площадок для творческой реализации молодежи. Новизна заключается в том, что вокальный конкурс оформится под телевизионный проект с выпуском на портале НПТТО «Чеховские пятницы». Это позволит молодым талантам не только наладить связи с единомышленниками, но также и презентовать свой талант жителям города.

Цель проекта — популяризация вокального творчества молодых исполнителей.

Конкурс, ориентирован прежде всего, на выявление молодых талантов от 18 до 30 лет. Именно эта возрастная категория с каждым годом обновляется (студенты приезжают-уезжают), и если смотреть на перспективу, то если конкурс станет традиционным, в Томске будут появляться все новые и новые таланты. Партнером проекта стал НПТТО «Чеховские пятницы» (куратор — исполнительный директор и музыкальный продюсер В.В. Юргенс).

Задачи, которые ставятся перед организаторами конкурса:

1. Проведение рекламной компании перед конкурсом (подготовка афиш, создание и работа с группой в социальных сетях, создание видеоролика, агитация в студенческой среде).

2. Организация и проведение ТВ-конкурса «Поешь в дУшЕ?!» (аренда помещения, наем операторов, журналиста, звукооператора, ведущей, жюри, организация самого процесса).

3. Выявление молодых талантов путем разных этапов конкурса.

Конкурс будет состоять из трех этапов, каждый из которых будет отличаться новым подходом.

- 1 этап будет заключаться в отборе из всех 20 участников. Каждый желающий сможет исполнить одну композицию для жюри.

- 2 этап — студийный. После 1 этапа жюри и организаторы конкурса определяют 10 пар (они подобраны по схожести диапазона, тембра и т.д.) Каждой из пар дается на подготовку определенная композиция, которую они исполняют в студии. Исполнение одной и той же композиции сможет облегчить предпочтение жюри и зрителей одному участнику из пары. Ко второму этапу также будут подготовлены мини-зарисовки о человеке, в котором будет представлена краткая биографическая информация.

- 3 этап определит 3 победителей из 10 участников, а также победителя в номинации «Приз зрительских симпатий», обладатель которого будет выбран голосованием в социальной сети.

4. Поддержка конкурса для регулярного его проведения.

Этот конкурс имеет свою целевую аудиторию. Во-первых, это талантливые ребята. Проект направлен на молодежь города Томска для ее самореализации и ознакомления с представителями данной творческой среды. Каждый год осенью сюда съезжаются студенты, а значит, и новые таланты, о которых нужно рассказать всему городу. Во-вторых, это жители Томска. Каждому томицу интересно будет узнать о талантах города. В третьих, бизнес-сфера. Руководители продюсерских студий, праздничных агентств смогут найти новые кадры для привлечения в организации мероприятий Томска.

Если успешно проинформировать о конкурсе и провести его, он сможет стать традиционным. С учетом ошибок и неточностей проведения конкурса впервые у него может быть развитие такого плана:

- выход на местный телеканал;
- привлечение спонсоров;
- привлечение профессиональных педагогов к подготовке конкурсантов.

Формирование площадок для творческой самореализации и информирование о них — эти две вещи являются важными частями в создании комфортной среды Томска. С этим согласился В. В. Юргенс, исполнительный директор Некоммерческого партнерства томского творческого объединения «Чеховские пятницы». В реко-

мендательном письме для конкурса, который проводит Департамент по молодежной политике, на поддержку молодежных социальных проектов, он написал: «Проект станет своеобразным откликом на потребности современного общества и представит собой часть работы по формированию общечеловеческих ценностей среди томской молодёжи посредством музыкальной культуры. Особенно актуально это для нашего региона, так как Томск — это студенческий город. Здесь находятся 6 университетов, и каждый пятый житель этого города — студент. Поэтому НПТТО «Чеховские Пятницы», одна из целей которых — развитие культурно-творческой инициативы населения города Томска, организуют систему поддержки томских талантов, имея в своем составе известных творческих людей и хороших специалистов. Проект телевизионного вокального конкурса

«Поёшь в дуШЕ?!» представленный молодым автором, сможет стать основой для привлечения новых талантов к участию в общественной и культурной жизни города: в мероприятиях, конкурсах, фестивалях и концертах».

Литература

1. Щербинин А.И. Традиции, образы, ценности как стратегический ресурс университетского города, проект «Императорский университет» // Традиционные христианские ценности и современный мир: Материалы XXIII духовно-исторических чтений памяти святых равноапостольных Кирилла и Мефодия. Томск, 2014. С. 49–51.
2. Глазычев В.Л. Городская среда. Технологии развития: настольная книга / Введение: культурный потенциал города. Издательство «Ладья», 1995 [Электронный ресурс], URL: http://www.glazychyev.ru/books/gorodskaya_sreda/g_s_kult_potencial.htm

УДК 316.77

DOI: 10.17223/23062096/4/49

Ю. С. Кузнецова

Томский государственный университет

ФИНАНСИРОВАНИЕ НЕЗАВИСИМЫХ ТЕЛЕПРОЕКТОВ СРЕДСТВАМИ КРАУДФАНДИНГА (ОПЫТ НАРОДНОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРОГРАММЫ «ЭКСПЕДИЦИЯ ТВ-2»)

В статье рассматривается один из новых способов монетизации журналистских услуг по производству контента — краудфандинг, в основе которого лежит коллективная благотворительная акция. В процессе этой акции люди перечисляют деньги в поддержку того или иного проекта. Данный феномен почти не изучен, встречаются лишь единичные публикации на тему краудфандинга. В статье на примере успешно реализованного проекта программы «Экспедиция ТВ-2» дается попытка анализа механизма работы краудфандинга для дальнейшего его совершенствования и понимания этого феномена.

Ключевые слова: краудфандинг, телепроект, финансирование, монетизация журналистских услуг.

The article considers one of new methods monetization journalist's services on production content — crowdfunding, which is based on collective charitable action. During this action people transfer money in support of one or another project. This phenomenon barely studied, found only single publications about crowdfunding. In the article on example successful realized project of program «Expedition TV-2» given attempt analysis of mechanism of the crowdfunding for further it perfection and understanding of this phenomenon.

Keywords: crowdfunding, TV project, financing, monetization journalist's services.

С ПЕРЕХОДОМ ТРАДИЦИОННЫХ СМИ на мультимедийные интернет-платформы актуализируется проблема монетизации журналистских услуг по производству контента. Одним из таких новых способов сбора средств на покрытие производственных расходов становится краудфандинг — коллективная благотворительная акция, в ходе которой люди перечисляют свои деньги на поддержку того или иного проекта, персоны или организации. Краудфандинг почти совсем не изучен, можно найти только единичные публикации об этом способе финансирования [1]. Для совершенствования механизмов краудфандинга необходимо анализировать «истории успеха» — те проекты, которым удалось собрать финансовые средства для жизни. Одним из таких успешных проектов стала программа «Экспедиция ТВ-2».

Программа «Экспедиция ТВ-2» была создана в 2003 году двумя журналистами томской независимой телекомпании «ТВ-2» Алексеем Багаевым и Денисом Бевзом. За время существования передачи было совершено более 40 экспедиций в труднодоступные и удаленные от цивилизации районы Западной и