

И памятники –
говорят!



«Голос монумента»

Проект АНО
«Дальневосточное агентство
по развитию
интернет-безопасности»
(АНО «ДАРИБ»)



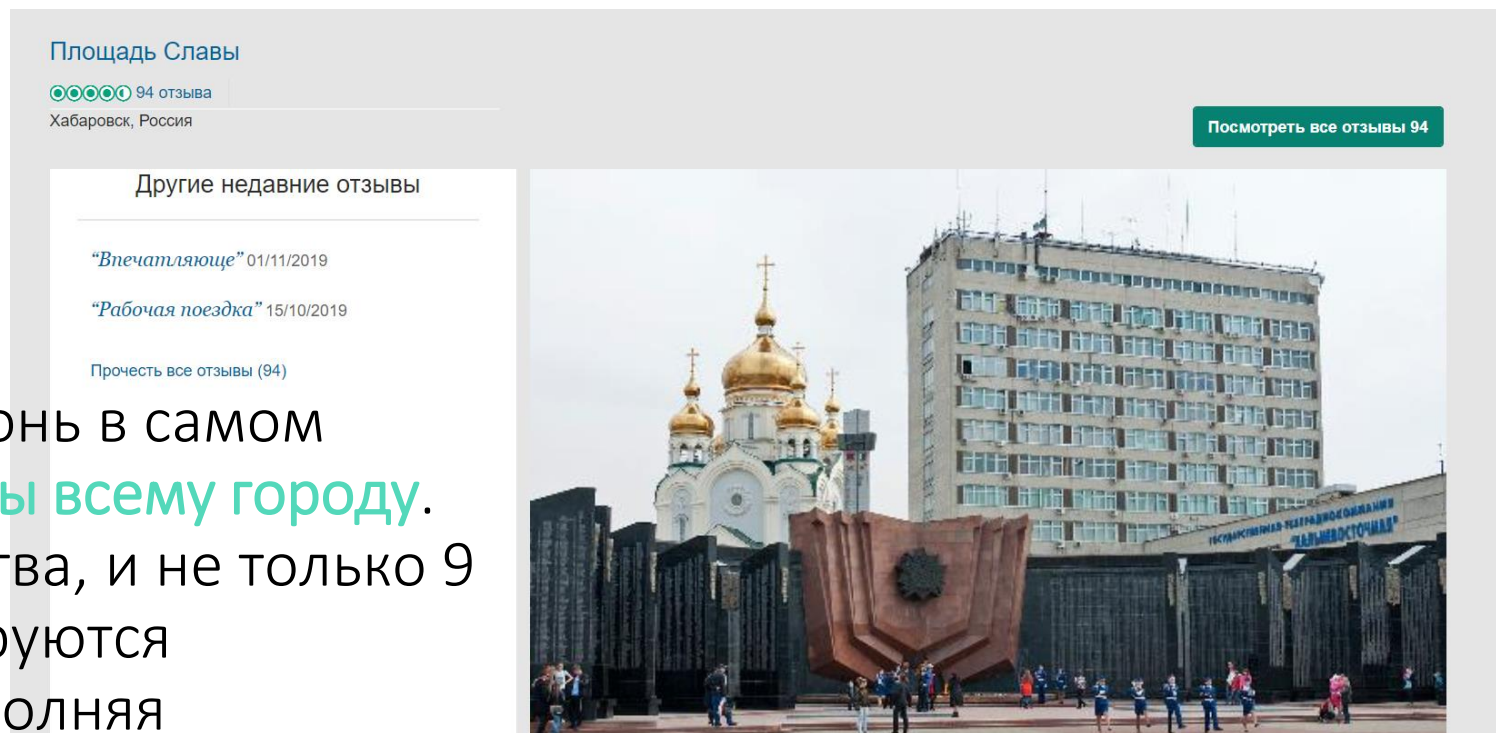
В Хабаровске и прилегающем к нему Хабаровском муниципальном районе – **почти четыре десятка** памятников, мемориалов, обелисков, памятных досок и камней, братских могил. Все это – память о воинах-героях и великих военачальниках, в разные годы отдавших служению Родине и ее защите от врагов все свои силы, а порой и жизни.



Мемориал «Бронекатер 302» (ул. Тихоокеанская) в Хабаровске. Фото: DVHab



Одни из них, как Вечный огонь в самом центре Хабаровска, **известны всему городу**. Возле них проходят торжества, и не только 9 мая. На их фоне фотографируются молодожены и туристы, заполняя красивыми картинками Instagram и оставляя восторженные отзывы на TripAdvisor. Как символы города, они хорошо известны.





Другие мемориалы спрятаны во дворах жилых микрорайонов, вдали от мест прогулок большинства хабаровчан. Увековеченные на них подвиги не менее значимы, а фамилии героев – так же важны. Но в условиях дефицита информации монументы остаются **безлики и безгласны** для большинства.



Памятник морякам-амурцам. Фото: Евгений Никитенко, ИА AmurMedia



Разные версии списков военных памятников Хабаровска и Хабаровского района доступны в интернете: на сайтах министерства образования региона, Хабаровского краевого центра охраны памятников истории и культуры, на многих других. Памятники с подробными описаниями есть на картах туристических порталов. Но **молодежная аудитория – не там.**



Яндекс



YouTube



По данным Mediascope, **наиболее охватными ресурсами Рунета среди подростков (12-17 лет)** являются **ВКонтакте** (3,737 млн человек), **Google** (3,5 млн человек), **Яндекс** (3,27 млн человек), **Youtube** (3,2 млн человек) и **Instagram** (2,64 млн человек).



По данным Института исследования интернета ([ИИИ](#)), в 2018 году взрывной рост популярности у молодежи показали **социальные видео-платформы** [Likee](#) (доля авторов младше 18 лет – более 70%) и [TikTok](#) (доля авторов младше 18 лет – более 40%).



Likee

 TikTok

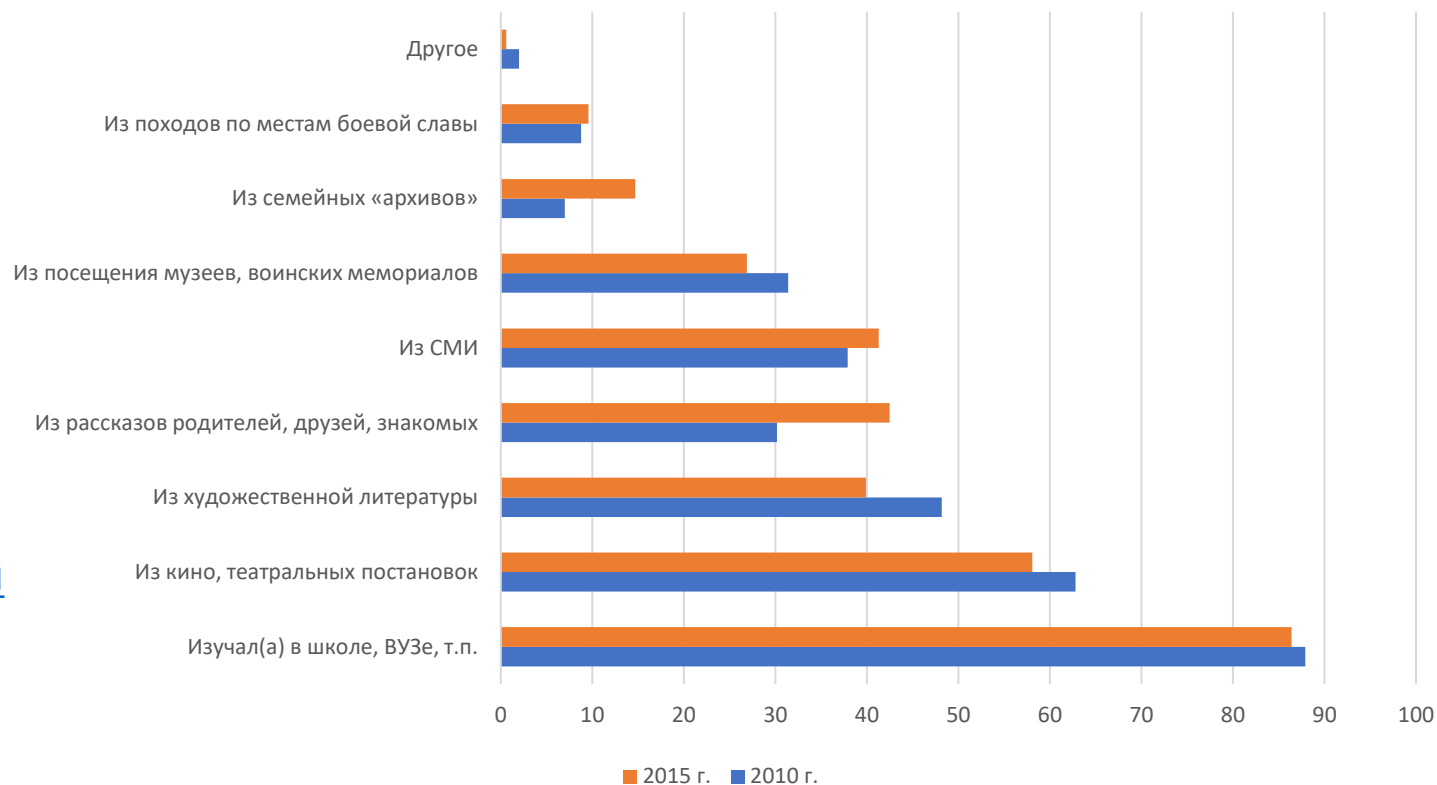


С другой стороны, информацию о войне молодежь получает из источников, среди которых доминируют **образовательный процесс и кино**

(опрос «События Великой Отечественной войны в оценках молодежи», ДВИУ – филиал РАНХиГС, проведенный в феврале-марте 2015 г. в Хабаровске)

Источники информации молодежи Хабаровска о событиях ВОВ

<https://moluch.ru/archive/99/22411/>





Проект исходит из двух связанных особенностей молодежного потребления информации:

- большое внимание, уделяемое молодежью **соцсетям и видео-платформам**;
- основную информацию о Великой Отечественной войне молодежь получает, **обучаясь или смотря видео**

для решения социально-значимой проблемы:

большинство памятников в Хабаровске и Хабаровском районе, посвященных героям войны, малоизвестны, а имена тех, чью память они прославляют – забыты.



Этапы реализации проекта

Этап 1

АНО «ДАРИБ» совместно с региональными, муниципальными властями объявляет о проведении конкурса «Голос монумента» для школьников и студентов.

Энтузиасты и группы получают задание **собрать исторический материал о ближайшем к учебному заведению монументе** из перечня, составленного АНО «ДАРИБ» (40 памятников). Задание – изложить, основываясь на точных фактах и одновременно с эмоциями, историю подвига или биографию личности, которым посвящен этот монумент. Материалы принимаются в письменной форме.

сроки: Февраль 2020 года – 31 марта 2020 года



Этапы реализации проекта

Этап 2

Параллельно объявляется **challenge в социальных сетях** на всех популярных среди молодежи платформах, позволяющих публиковать видео-контент: от классических (VKontakte, Instagram) до новых (TikTok, Likee). Участники получают дополнительные баллы за каждое видео, посвященное проекту.

Все видео помечаются единым хэштегом.

сроки: Февраль 2020 года – 31 марта 2020 года



Этапы реализации проекта

Этап 3

АНО «ДАРИБ» отбирает лучшие по объему, точности передачи исторических фактов и эмоциональности работы. Проводится **профессиональная видеосъемка интервью участников проекта** в локации монументов. Главными героями становятся школьники и студенты, рассказывающие истории, делящиеся впечатлениями.

Каждое видеоинтервью стандартизировано, перечень вопросов одинаковый.

сроки: 20 марта 2020 года – 15 апреля 2020 года



Этапы реализации проекта

Этап 4

Обработка, **монтаж видеоматериала**. На выходе – короткие видеоролики по каждому из 39 памятников, а также итоговый обобщающий ролик (20 минут).

Обобщающий ролик будет **представлен 9 мая 2020 года на презентации** с участием представителей власти, участников проекта, общественных организаций.

сроки: 15 апреля 2020 года – 1 мая 2020 года

Этапы реализации проекта

Этап 5

Разработка **сайта для размещения исторического материала** о памятниках, собранного участниками конкурса «Голос монумента», и размещения там же ссылок на видеофрагменты, подготовленные для размещения в YouTube, Instagram.
Создание аккаунта проекта в социальной сети Instagram, канала - на видеоплатформе YouTube.

сроки: 1 апреля 2020 года – 1 мая 2020 года



Этапы реализации проекта

Этап 6

Кампания по **продвижению в социальных сетях** с охватом молодежной аудитории (14-30 лет) Хабаровска и прилегающих к нему территорий, крупных городов других субъектов РФ Дальневосточного федерального округа и России. Отработка информационных поводов, **публикации** в электронных и традиционных СМИ.

Предполагаемый охват: **223 тыс. чел.**

сроки: 15 апреля 2020 года – 1 октября 2020 года



Этапы реализации проекта

Основные акценты продвижения

По данным Brand Analytics, на декабрь 2019 года в Хабаровском крае было 352,4 тыс. активных авторов Instagram, 168,1 тыс. - VKontakte, 9 тыс. - Facebook. Соответствующие показатели 11 субъектов Дальневосточного федерального округа - 2 млн, 991 тыс. и 62,5 тыс. чел. Наиболее крупное сосредоточение аудитории Instagram в трех субъектах: Приморском крае (592 тыс. чел.), Хабаровском крае (352,4 тыс. чел.) и Амурской области (156,7 тыс. чел.). Исходя из этого, **основные каналы продвижения - новостные аккаунты (паблики) в сети Instagram** с общей аудиторией порядка 650 тыс. чел. через платное размещение постов с видео на аккаунтах, параллельно - продвижение контента в собственном аккаунте в сети Instagram, на видеохостинге YouTube через таргетированную рекламу.



Этапы реализации проекта

Этап 7

Кампания по продвижению в офлайн:

- **открытые уроки** в школах, открытые лекции в вузах о всем известных и забытых подвигах, запечатленных в монументах Хабаровска и Хабаровского района;
- **благотворительный автопробег** «По местам памяти», взносы от участников будут направлены на реставрацию монументов Великой Отечественной войны;
- **конкурс детских рисунков** на тему ВОВ;

Предполагаемый охват: **2 тыс. чел.**

сроки: 15 апреля 2020 года – 1 октября 2020 года



Ожидаемые результаты реализации проекта

- сохранение и популяризация исторического наследия Великой Отечественной войны в Хабаровске и пригородах;
- систематизация имеющейся информации об объектах, посвященных событиям войны, появление интернет-ресурса, наполненного релевантной и достоверной **не только текстовой, но и аудиовизуальной информацией** по памятникам;
- стимулирование интереса молодежи к изучению истории, в том числе Великой Отечественной войны;
- развитие навыков поиска информации и съемки видео среди молодежи;
- привлечение внимания общества к состоянию памятников и мемориальных комплексов в регионе.



Обоснование соответствия проекта тематике укрепления гражданской идентичности и духовно-нравственных ценностей среди молодежи

Проекты, посвященные памятникам и мемориалам Великой Отечественной войны, регулярно появляются в Рунете, причем ими занимаются самые разные компании: от издательства «Просвещение» ([проект «Памятные места»](#)) до Yandex ([исследование «Народная карта памятников»](#)).

Однако любые подобные перечни, превращенные в каталоги или даже интерактивные карты, подают материал в **форме, очень плохо воспринимаемой поколением современной молодежи**. А их слабая интеграция с социальными сетями фактически сводит усилия создателей на нет.



Обоснование соответствия проекта тематике укрепления гражданской идентичности и духовно-нравственных ценностей среди молодежи

ОНФ на последнем Всероссийском патриотическом форуме (декабрь 2019 года, Москва) [представил проект «Памяти героев»](#), заключающийся в том, что всем желающим будет предложено записать свое видео о герое войны, которое затем можно будет увидеть через сканирование QR-кодов на плакатах, размещаемых в школах, музеях, молодежных центрах.

Проект «Голос монумента», решая ту же социально значимую проблему, смотрит на нее под еще более широким углом: кроме **воинов-героев** и **молодежи**, мы также вовлекаем в истории, которые будут лежать в основе видео, **действующие военные монументы**.



Обоснование соответствия проекта тематике укрепления гражданской идентичности и духовно-нравственных ценностей среди молодежи



«Молодое поколение должно знать и помнить о каждом, кто внес вклад в великую Победу: и тех, кто воевал на фронте, и тех, кто обеспечивал победу в тылу, чья повседневная жизнь в годы войны уже сама стала подвигом. Очень важно использовать **современные интерактивные форматы и технологии**».

Первый заместитель руководителя Администрации президента
Сергей Кириенко на Всероссийском патриотическом форуме



Обоснование соответствия проекта тематике укрепления гражданской идентичности и духовно-нравственных ценностей среди молодежи

В то же время, социологические исследования показывают, что молодежь знает о войне хуже, чем более старшее поколение. Так, в 2018 году [ВЦИОМ выяснил](#), что точную дату начала Великой Отечественной войны (22 июня 1941 г.) могут назвать 69% взрослых россиян, однако наблюдается более чем существенная разница в ответах молодого, зрелого и старшего поколения: если в группе 18-24-летних верный ответ дают только 40%, то среди 45-59-летних – 83%.

Постепенная потеря молодежью информации о конкретных событиях и героях войны в нарастающем информационном шуме - **серьезная угроза разрушения памяти о войне**, объединяющего фактора для всего постсоветского пространства.



Команда проекта



**Елаш Алексей
Александрович**

Учитель истории по образованию. Долгое время работал корреспондентом федеральных телеканалов (НТВ, ТВ-Центр, «Звезда») по всему Дальнему Востоку. Несколько лет возглавлял пресс-службу губернатора Камчатского края, затем Министерства РФ по развитию Дальнего Востока. Участник трофи-рейдов «Планета Монголия», «От Тихого до Ледовитого», Silkwayrally 2010. Лауреат конкурсов фильмов «REC», «Грань». Координатор проекта по сохранению памяти о личностях и событиях, давших названия улицам Хабаровска и Комсомольска-на-Амуре «Голос улиц» - streets.darib.ru. Аккаунт «ВКонтакте»: [@id9907208](https://vk.com/id9907208)



Команда проекта



**Кононенко Ксения
Александровна**

Руководитель команды SMM-специалистов, исполнительный директор АНО «ДАРИБ». Организатор крупных мероприятий: музыкального фестиваля «ДВигай на простор» (BTL); обучающего интенсива «Раскрутка без накрутки» (собственный проект); конкурса-фестиваля «Кухня без границ». В прошлом - сотрудник рекламной компании «РГ Оникс», разработчик креатива в гастрономическом направлении, арт-директор нескольких заведений Хабаровска (FLY, «Дерзкий койот», по совместительству – «Квартира Паши Кейзера»).

Аккаунт в Instagram: [@ksyushakononenko](https://www.instagram.com/ksyushakononenko)



Команда проекта



**Козорез Егор
Геннадьевич**

Журналист (с 2007 года), ведущий хабаровской региональной телекомпании «Губерния» (с 2011 года). Возглавлял на должности главреда службу информации на радиостанции «Авторadio-Хабаровск», в 2012-2013 годах - руководил службой новостей хабаровского информационно-развлекательного портала DVHab.ru. Команды, в которых он работал, награждались специальными призами (Радиомания-2013 в номинации «Новости», ТЭФИ-2012 в номинации «Информационно-развлекательная программа», дальневосточная интернет-премия СТЕРХ-2013). С 2015 года создает и развивает новостные проекты в социальных сетях. Аккаунт в Instagram: [@egor_kozorez](https://www.instagram.com/egor_kozorez)



Команда проекта



**Щербаков Дмитрий
Сергеевич**

Журналист (с 2006 года), политический и экономический обозреватель, общественный деятель, предприниматель. Основатель (2013 год) и основной автор политико-экономического блога о Дальнем Востоке badget.ru. Соучредитель и управляющий партнер нескольких компаний, работающих в сфере PR и медиа. В прошлом - главред [дальневосточной редакции ИД «Коммерсантъ»](#), редакции российского информационно-аналитического агентства «Восток России» (EastRussia.ru). Член «Союза журналистов России» и «Международной федерации журналистов» (IFJ). Аккаунт в Facebook: [@badget.ru](#)



АНО «ДАРИБ». Проект «Голос монумента»



И памятники – говорят!

Контакты

<http://darib.ru/team.html>

<http://darib.ru>