

Кинообзоры в интернет-блогах как инструмент политики памяти

Научный руководитель – Никифоров Юрий Александрович

Белов Сергей Игоревич

Кандидат наук

Ивановский государственный университет, Иваново, Россия

E-mail: Belov2006S@yandex.ru

Развитие Интернета (в первую очередь - социальных сетей и видеохостингов) способствовало не только возникновению новых способов коммуникации, но и появлению дополнительных институтов, отвечающих за формирование идентичности. Область политики памяти не стала в данном случае исключением: возникновение блогосферы привело к созданию новых структур, формирующих историческую память. Специфика их положения обуславливается наличием средств оперативной обратной связи с целевой аудиторией, преимущественно развлекательным характером создаваемого контента, а также ориентацией в первую очередь на представителей молодого поколения [1; 2; 4]. Самым популярным форматом работы в рамках данного направления стал выпуск обзоров на исторические кинокартины. Блогеры, освещающие исторические фильмы, не только критически оценивают содержание картин, но и предлагают аудитории альтернативные подходы к позиционированию того или иного события прошлого в кинематографе. Авторы также часто навязывают подписчикам собственные трактовки исторических фактов (либо, напротив, подстраиваются под предпочтения пользователей). За счет этого «обзорщики» приобретают статус полноценных акторов политики памяти. Их творчество либо ориентирует аудиторию на восприятие определенной интерпретации событий прошлого, либо закрепляет уже сложившуюся систему стереотипов и основанных на них исторических мифов [3; 5].

Масштабы аудитории блогов «обзорщиков» сопоставимы с традиционными электронными СМИ. Например, число просмотров обзора Е. Баженова (к началу ноября 2017 г. - 2 млн. 300 тыс. подписчиков) на фильм «Викинг» по данным за конец октября 2017 г. превысило планку в 6,5 млн. Для сравнения, аудитория телепрограммы «Пусть говорят» в 2016 - 2017 гг. колебалась в пределах 2 - 4 млн. [14; 15]. В особенности велика роль влияния обзорщиков на основной контингент пользователей Рунета - представителей молодежи. Согласно данным ВЦИОМ, среди граждан 18-24 лет около 90% ежедневно заходят в Сеть [13].

Влияние «обзорщиков» на процесс продвижения фильмов на историческую и политическую тематику наглядно демонстрирует реакция блогеров на появление фильма «Крым» в 2017 г. Ни один из 4 обзоров, размещенных на видеохостинге Youtube и набравших более 200 тыс. просмотров, не содержит положительных оценок кинокартины. В ролике А. Соколова (более 900 тыс. просмотров под видео, 92 тыс. «лайков» при 8 тыс. «дизлайков», свыше 900 тысяч подписчиков) картина обозначена как «пропагандистское кинцо». И. Бунин (около 800 тыс. просмотров под роликом, 50 тыс. «лайков» и 10 тыс. «дизлайков», свыше 500 тыс. подписчиков) обозначил картину как пример неумелой пропаганды. С критикой методов продвижения фильма выступил даже украинский блогер А. Шарий, которого значительная часть интернет-пользователей считает пророссийским деятелем (более 700 тыс. просмотров, 28 тыс. «лайков» и 9 тыс. «дизлайков», 1,2 млн. подписчиков). К. Жуков, регулярно выступающий на канале Д. Пучкова (около 250 тыс. просмотров под этим роликом, 10 тыс. «лайков», менее 1 тыс. «дизлайков», более 1 млн. подписчиков), посчитал, что создатели фильма обладают слабой исторической подготовкой, а реалии

современного Крыма и Украины отображены ими неадекватно. И. Кролик (примерно 250 тыс. просмотров, 4 тыс. «лайков» при 1 тыс. «дизлайков», 18 тыс. подписчиков) охарактеризовал фильм как «кривую унылоту». [7; 9; 10; 11; 12]. В совокупности упомянутые видеоролики 5-ти блогеров были просмотрены около 2,9 млн. раз, под ними были оставлены 184 тыс. «лайков» и 29 тыс. «дизлайков». Общее количество подписчиков соответствующих каналов достигает 3,6 млн. пользователей. Даже если предположить, что половину их подписчиков составляют «мертвые» аккаунты или киберсимулякры, то совокупное число реальных пользователей все равно превышает количество людей, посмотревших «Крым» в кинотеатрах (1,5 млн. человек). 3,6 млн. подписчиков 5-ти упомянутых блогеров - это 14% от среднесуточной аудитории канала «Россия 1» или 17% зрителей НТВ (по данным за 2016 г.) [6]. В свете этого представляется закономерным, что в итоге создатели «Крыма» смогли лишь окупить производство картины - прибыль от проката оказалась нулевой [8].

В целом можно отметить, что деятельность блогеров-«кинообзорщиков» время направлена на одновременное выполнение двух главных функций политики памяти - адаптации и интеграции. Воздействие на аудиторию оказывается через аффективный и ценностный компоненты ориентационного уровня политической системы. Деятельность «обзорщиков» существенным образом влияет на принятие массами решений относительно принятия патриотической символики в качестве обязательной ценности. При этом контент, создаваемый блогерами, содержит в себе ярко выраженное неприятие существующей модели российской политики памяти, в первую очередь - в плане методов коммуникации с целевой аудиторией.

Источники и литература

- 1) 1. Афанасьева Л.П. Интернет-ресурсы по истории постсоветской России // Новый исторический вестник. 2005. № 12. С. 225-250.
- 2) 2. Валетов Т.Я. Интернет-ресурсы по истории: достижения и пробелы // Информационный бюллетень ассоциации «История и компьютер». 2004. № 32. С. 53-55.
- 3) 3. Ганюшкина Э.А. Политическое измерение исторического дискурса в Рунете: диалог реальности с виртуальностью // Человек. Сообщество. Управление. 2013. № 4. С. 93-105.
- 4) 4. Драхлер А.Б. Обзор интернет-ресурсов по истории Великой Отечественной войны // Преподавание истории в школе. 2006. № 3. С. 61-69.
- 5) 5. Кириченко В.И. Использование ресурсов Интернета в работе учителя истории // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2012. № 17. С. 94-96.
- 6) 6. Главные телеканалы снизили аудиторию. <http://www.sostav.ru/publication/tns-21943.html>.
- 7) 7. Клим Жуков о художественном фильме "Крым". <https://www.youtube.com/watch?v=MfKv1wkDjGI>.
- 8) 8. Крым. <https://www.kinopoisk.ru/film/krym-2017-984364/>.
- 9) 9. Крым – Обзор Пропагандистского Кинца. <https://www.youtube.com/watch?v=acH1mfXjFuc>.
- 10) 10. Крым (фильм) - обзор самого конченного пропагандонского высера. <https://www.youtube.com/watch?v=IYzgiHRfcQQ>.
- 11) 11. Крым - Обзор фильма за 100 секунд. <https://www.youtube.com/watch?v=sYfvWUjEOeo>.

- 12) 12. Пойду на фильм "Крым". https://www.youtube.com/watch?v=dXYv7B_uaeo.
- 13) 13. Пресс-выпуск № 3346. А если без интернета?! <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116148>.
- 14) 14. Смена ведущего «Пусть говорят» не повлияла на рейтинги программы. http://www.rbc.ru/technology_and_media/21/08/2017/599ac9109a79477132f84f8.
- 15) 15. [BadComedian] - Викинг (Самый дорогой фильм в истории России). https://www.youtube.com/watch?v=2_bWhf5SdtI.