

Секция «Политика памяти: методология исследования и практики применения»

Феномен использования информационных конструкторов и медиапространства с целью коммеморации событий Великой Отечественной войны

Научный руководитель – Бубнов Александр Юрьевич

Титова Дарья Витальевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет политологии, Кафедра истории и теории политики, Москва, Россия

E-mail: titova21099@gmail.com

Победе в Великой Отечественной войне отводится важное место в системе формирующих конструкторов современной российской исторической идентичности. Для многих россиян память о войне является субъектом персональной рефлексии, основанной на семейной памяти и прямой связи поколений [3]. Есть множество образов, символов и традиций, которые существуют уже многие годы, например: Парад Победы и День Победы (9 мая), георгиевская лента, чествование ветеранов, присвоение топонимам исторических названий. Между тем, XXI век - время нового витка развития информационных технологий, медиапространства как площадки для размещения и получения информации. Появляются новые конструкторы для адаптации коммеморативных практик под реалии нашего времени.

Можно выделить несколько направлений для изучения медиапространства. Во-первых, художественная культура: фильмы, сериалы, видеоконтент в различных социальных сетях (ВКонтакте, YouTube, Instagram, TikTok и проч.). Во-вторых, популяризация символов и памяти о Великой Отечественной войне через медиаобъекты сатирического характера и хаотичного порядка распространения (Интернет-мемы, анекдоты, лозунги). В-третьих, официальная государственная линия общественного информирования и поддержания памяти о войне через использование массмедиа [3].

Репрезентация памяти о войне в кинематографе наглядно демонстрирует его воспитательную и идеологическую функцию. Есть две основные тенденции в освещении темы Великой Отечественной войны: первая - “конструирование мифа” или “героизация образа”, направленные на создание легендарного сюжета; вторая - “демифологизация” или фильмы, посвященные теме “цены Победы” [1]. Различные же публикации в социальных сетях имеют массовый, стихийный характер. Первый тип визуального, текстового и аудио-контента является ситуативным: количество постов в социальных сетях растет прямо пропорционально приближению государственных праздников и памятных дат военных лет. Особенностью этого типа является то, что он имеет всеобъемлющий характер распространения и реализуется на фоне общего эмоционально-патриотического подъема. Второй тип контента размещается перманентно, но только для заинтересованного круга подписчиков медиаканалов, посвященных Великой Отечественной войне.

Направление коммеморации событий войны через медиаобъекты сатирического характера набирает все большее распространение в социальных сетях. Большинство крупных онлайн-площадок для публикации развлекательного и образовательного контента (таких как ВКонтакте, Яндекс.Дзен и Instagram) имеют особое значение для поддержания исторической памяти среди молодежи, так как именно эта возрастная группа является целевой аудиторией этих сервисов [2]. Одним из наиболее ярких примеров выполнения коммеморативной функции информационного поля является Интернет-мем “Можем повторить” [5]. Существует множество его модификаций, а распространение вышло за пределы цифровой реальности - мы наблюдаем подобные слоганы в виде наклеек на автомобили, надписей

на одежде и печати на сувенирной продукции. Интересно однако, что история этого Интернет-мема берет свое начало со штурма Берлина в 1945 году советскими войсками. Еще тогда, на стенах Рейхстага, солдатами были оставлены надписи имеющие подобный смысл. Иначе говоря, “Можем повторить” - это не просто фраза, взятая из пустой бравады, а своего рода завещание, оставленное нам ветеранами.

Наконец, размещение информации в медиапространстве о Великой Победе является государственной практикой поддержания исторической памяти и общего уровня патриотизма. На официальном сайте Правительства Российской Федерации ежегодно публикуются новости, посвященные приближающемуся Дню Победы. На этом же сайте по тегу “История.Память” мы можем найти поздравление от 9 мая 2021 года Михаила Владимировича Мишустина, адресованное ветеранам, в честь Дня Победы [4]. Первая же фраза определяет официальную позицию: “Поздравляю вас с Днём Победы - главным праздником нашего народа”.

Таким образом, подводя итог, стоит отметить, что развивающееся медиапространство сегодня включает в себя множество методов воздействия на сохранение массовой памяти о героическом прошлом нашей страны. Оно является актуальной площадкой для коммеморации событий Великой Отечественной войны среди всех возрастных групп.

Источники и литература

- 1) Ананьев Д.А. Великая Отечественная война в освещении советского и российского кинематографа: основные тенденции и проблемы // Международный журнал исследований культуры. 2020. №4 (41).
- 2) Коробицына Л. В. Память о Великой Отечественной войне в Интернет-пространстве российских социальных сетей // История: факты и символы. 2022. №2 (31).
- 3) Великая Отечественная война в исторической памяти народа: изучение, интерпретация, уроки прошлого: сб. мат-лов Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием / редкол.: А.А. Николаев, М.А. Семёнов [и др.]. Новосибирск: Изд-во «Параллель», 2020. 606 с.
- 4) Сайт Правительства России: <http://government.ru/news/42127//>
- 5) Яндекс.Дзен: <https://dzen.ru/media/sporno/otkuda-vzialos-mojem-povtorit-razveem-mif-609eff103ce0c13106a75225/>