

Секция «Символы прошлого и технологии будущего: политика памяти в цифровом пространстве»

**Коммеморативные проекты о Великой Отечественной войне в цифровом пространстве: особенности, эффективность и проблемы реализации**

**Научный руководитель – Аникин Даниил Александрович**

***Андрисенко Симона Андреевна***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет  
политологии, Москва, Россия

*E-mail: simonaandrisenko@gmail.com*

В современном мире память стала важным инструментом влияния на общества, она способна консолидировать или же дезинтегрировать его. Стратегии политик памяти, а также способы проведения различных коммеморативных практик стали важным объектом исследований. Особый интерес представляет изучение политики памяти в условиях цифровизации. В России из-за ситуации с пандемией особенно четко можно было увидеть, как память переходит цифровую среду на примере празднования одного из ключевых мероприятий для российского общества - 75-летнего юбилея Победы. В данной работе мы решили изучить особенности федеральных цифровых проектов, посвященные памяти о Великой Отечественной войне, и определить проблемы их реализации. Актуальность исследования состоит в том, что прямо сейчас происходит трансформация коммеморативных практик в условиях дигитализации, а значит и способов формирования исторической памяти. Объектом нашего исследования является цифровизация коммеморативных практик в России на примере проектов, посвященных ВОВ. Предметом исследования стали пять крупных федеральных цифровых проектов: "Бессмертный полк", "Лица победы", "Дорога памяти", "Свеча памяти", "Память народа".

В первой части работы мы отобрали проекты для анализа, изучили их тематику и особенности участия в них пользователей. Основная задача всех проектов - увековечение памяти об участниках войны. Часть проектов несет в себе также и информационную функцию - возможность найти данные о родственниках, проследить их военный путь, получить документы о наградах и т.д. Проекты, за исключением "Свечи памяти", в котором не подразумевается активное участие пользователей, привлекают аудиторию за счет имеющегося контента, созданного модераторами (новости, анонсы, архивные документы, снимки), а также за счет возможности наполнять сайт пользовательским контентом. Важно отметить, что во всех проектах фокус смешается на личные, семейные истории: пользователи должны разместить на сайте фотографии, документы воевавших предков, рассказать об их службе. Формы для заполнения на сайтах практически идентичны, как и та информация которая требуется от пользователей. Это становится одной из проблем привлечения аудитории в различные проекты - у людей нет четкой мотивации для того, чтобы повторять однотипные действия на нескольких сайтах. Кроме того, подобные действия имеют разовый характер - единожды заполнив "карточку героя", посетители сайтов с меньшей вероятностью вернуться к ее редактированию. В проектах отсутствуют интерактивные опции, которые бы позволяли пользователям возвращаться к ним снова и снова, не теряя интереса.

Во второй части работы был проведен анализ количественных показателей вовлеченности аудитории в данные проекты. Для этого были использованы данные статистики интернет-сервисов "Яндекс.Wordstat" и GoogleTrends. Эти инструменты позволили оценить динамику пользовательских запросов по названиям выбранных нами проектов. По

всем проектам скачок запросов происходит лишь в период с конца апреля по начало июня (за исключением проекта "Свеча памяти", центральная коммеморативная дата которого - 22 июня). Если сравнивать данные статистики по тем проектам, которые существовали в 2019 году, то уровень пользовательских запросов по ним вырос от 2 до 4 раз. Важно, что рост запросов есть как по сравнению с маем 2019, так и с январем. Однако если сравнивать проекты между собой, то безусловным лидером становится "Бессмертный полк", до 2020 года проводившийся именно в оффлайн формате. Количество поисковых запросов по названию этого проекта в 2019 году превышает остальные проекты в 5 - 40 раз, в 2020 году в 2 ("Память народа") - 50 раз ("Лица победы").

По итогу изучения данных интернет-статистики становится очевидно, что интерес к цифровым проектам в 2020 году вырос (причем как на уровне всей страны, так и в отдельных регионах). Это связано не только с пандемией, так как рост запросов отмечается еще до начала эпидемии коронавируса в России, но также с актуализацией темы ВОВ в связи с празднованием "Года памяти и славы" и юбилеем Победы. При этом проведенное нами исследование показало, что федеральные цифровые проекты, посвященные памяти о Великой Отечественной войне, имеют довольно много сходств: цели и задачи, оформление, название (часто встречается лексема "память"), формы взаимодействия с аудиторией. В таком случае пользователи, не заинтересованные в однотипных формах участия, выбирают проект, имеющий самую большую медийную поддержку - "Бессмертный полк". Это приводит к тому, что другие цифровые проекты, в которые также вложены средства, недостаточно используются в процессах социализации и патриотического воспитания. Четко выраженный интерес интернет-пользователей к одному проекту, недостаточная вовлеченность в остальные, а также низкая посещаемость сайтов в "непраздничные" месяцы говорит о слабом продвижении проектов и недостаточном использовании интерактивных цифровых технологий, которые бы позволяли удерживать интерес пользователей и тем самым актуализировать тему победы не только в контексте праздничной даты.

### Источники и литература

- 1) Ассман А. Длинная тень прошлого: Мемориальная культура и историческая политика. М.: Новое литературное обозрение, 2014. - 328 с.
- 2) Методологические вопросы изучения политики памяти: Сб. научн. тр. / Отв. ред. Миллер А. И., Ефременко Д. В. М.- СПб: Нестор- История, 2018. — 224 с.
- 3) Миллер А., Липман М. Историческая политика в 21 веке. М., НЛЮ, 2012. 646 с.