

Снегопад как имиджевый подарок: пример Надыма

В статье оценивается объем информации, распространенной зарубежными СМИ об аномальном снегопаде в г. Надыме в начале лета 2013 года. Раскрывается, на каких условиях подобная информация становится мировой новостью дня, как она влияет на образ города в Интернете.

Ключевые слова: СМИ; Интернет; имидж города; product placement; Надым.

Обрушившаяся на ямальский Надым 14 июня 2013 г. природная аномалия – однодневный снегопад – сделала этому городу щедрый имиджевый дар. Сочные любительские кадры, записанные надымчанами на цифровые камеры и оперативно размещенные на видеохостинге «Youtube.com», привлекли внимание ведущих мировых телекомпаний, сразу же встроивших их в свои программы (видимо, на контрасте с надвигающейся на планету летней жарой). В основном каналы использовали видеоролик «Надым. 14.06.2013. NO COMMENTS» автора под псевдонимом Дмитрий Дмитрий [2]. Сюжет из Надыма показали с 14 по 17 июня титаны мирового телевидения – «Sky News» [9], CBS [5], «Euronews» [7], «Channel4» [4], а также и другие наднациональные телеканалы, например RTVI [1]. Затем по нисходящей, он вошел в крупные онлайн-агрегаторы «Orange» [8] и AOL [11], социальные сети (необъятный «Facebook»), национальные и местные СМИ (к примеру, телеканал из американской Алабамы [6]) и стал глобальной новостью. Да – глобальной. Надымский снегопад попал и в ленту новостей «World Top News Today» [10], которая публикует ссылки на главные мировые события дня, собирая их из наиболее надежных источников в Интернете.

Как следствие, сегодня поисковик «Google» на запрос «nadyum june snow» указывает наличие около 365 тыс. ссылок – весомая цифра, подчеркивающая значимость запрашиваемого объекта. Правда, стопроцентных попаданий здесь многократно меньше – но и это отличный результат. Для примера: ссылку на телесюжет «Sky News» под названием «Siberia: Scorching Sun To Snow Storm In A Day» продублировали около 250 разнородных онлайн-ресурсов.

Масштаб распространения кадров из Надыма поддается лишь приблизительной оценке. С учетом того, что один только «Sky News International», по данным Википедии [12], охватывает вещанием 150 млн человек, уверенно можно говорить о нескольких десятках и до ста миллионов телезрителей (без учета онлайн-ресурсов).

Этот значительный имиджевый результат – счастливое сочетание уникальности события, оперативного размещения очевидцами его «картинки» в Интернете и разницы с мировым временем. На «Youtube» ролик Дмитрия Дмитриевича за месяц набрал просмотров менее тысячи, при этом пять–семь копирований телеканалами – незаметно для Ямала – мультиплицировали эффект в десятки и сотни тысяч раз.

Что же во всем этом хорошего для Надыма, кроме «засветки» своего имени английскими буквами? В Сети образуется альтернативный основной – «газовой» – тематике информационный сгусток, становящийся отныне неотъемлемой частью цифрового образа города. Теперь любой испанский Хуан или американская Мэри, проявившие интерес к данному населенному пункту (а откуда они информацию будут брать – из «Google», конечно), не смогут обойти того факта, что город необычен по части природных явлений. Во-вторых, красивый и живущий во внешнем достатке Надым продемонстрировал на полминуты свою незаурядную внешность через снегопад (как повод) почти всему миру. Дома с разноцветными фасадами, много зелени, прекрасный радующий взор храм, новые по преимуществу автомобили зарубежных марок и т. п. Все это, хоть и под снегом, отдает заботой, свежестью, уверенностью в завтрашнем дне. В данном случае мы наблюдаем результат классического «product placement» – технологии размещения торговой марки, товара или услуги внутри любого продукта индустрии развлечений с целью получения рекламной выгоды [3], но с одной существенной особенностью – отсутствием бюджета на продвижение. Реализация подобного проекта на коммерческой основе стоила бы территории не один миллион долларов.

Литература

1. Июньский снег в Ямало-Ненецком автономном округе: [сюжет RTVI] // Youtube.com. 14.06.2013. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=r0Tw5tVqIm4> (дата обращения: 07.04.2014).
2. Надым. 14.06.2013. NO COMMENTS // Youtube.com. 13.06.2013. URL: <http://www.youtube.com/watch?v=IV8NVuGm6rk&feature=share&list=LLWIO5DNrezVjlkH7BIuZdQ> (дата обращения: 07.04.2014).
3. См. об этом: *Киселева П. А. Product placement по-русски. М.: Вершина, 2008. 152 с.*

4. June snow blankets Siberian town – video // Channel4.com. 14.06.2013. URL: <http://www.channel4.com/news/june-snow-blankets-siberian-town-video> (дата обращения: 07.04.2014).
5. Late spring snowfall blankets Siberian town after heat wave // Cbsnews.com. 17.06.2013. URL: <http://www.cbsnews.com/videos/late-spring-snowfall-blankets-siberian-town-after-heat-wave> (дата обращения: 07.04.2014).
6. Late Spring Snowfall in Siberia after Heatwave // Wtv.com. 17.06.2013. URL: <http://www.wtv.com/news/morningshow/headlines/Late-spring-snowfall-in-Siberia-after-heatwave-211784951.html> (дата обращения: 07.04.2014).
7. Russia: snow after heatwave // Euronews.com. 15.06.2013. URL: <http://www.euronews.com/nocomment/2013/06/15/heavy-snow-blankets-the-siberian-town-of-nadym> (дата обращения: 07.04.2014).
8. Siberia: Scorching Sun To Snow Storm In A Day // Orange.co.uk: News 15.06.2013. URL: http://web.orange.co.uk/article/news/siberia_scorching_sun_to_snow_storm_in_a_day (дата обращения: 07.04.2014).
9. Siberia: Scorching Sun To Snow Storm In A Day // Sky.com. 14.06.2013. URL: <http://news.sky.com/story/1103914/siberia-scorching-sun-to-snow-storm-in-a-day> (дата обращения: 07.04.2014).
10. Siberia: Scorching Sun To Snow Storm In A Day // World.topnewstoday.org. 15.06.2013. URL: <http://world.topnewstoday.org/world/article/6417239> (дата обращения: 07.04.2014).
11. Siberian weather turns from heatwave to heavy snow in just one day // Aol.co.uk: Travel. 16.06.2013. URL: <http://travel.aol.co.uk/2013/06/16/siberian-weather-turns-from-heatwave-to-heavy-snow-in-just-one-d> (дата обращения: 07.04.2014).
12. Sky News // Wikipedia.org. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Sky_News (дата обращения: 07.04.2014).