

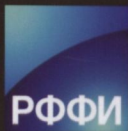
63.3(2)51-8
А 86
А-397248

Д.С. Артамонов
С.В. Тихонова

ПЕТР I В МЕДИАПАМЯТИ



ПЕТРОВСКАЯ ЭПОХА
В ИСТОРИИ РОССИИ



СОВРЕМЕННЫЙ
НАУЧНЫЙ ВЗГЛЯД

Артамонов Д. С., Тихонова С. В.

ПЕТР I В МЕДИАПАМЯТИ

монография



✓
2022

Государственное бюджетное
учреждение культуры
«Оренбургская областная универсальная
научная библиотека им. Н.К. Крупской»

СО-394248

ПРЕДИСЛОВИЕ

На кафедре теоретической и социальной философии Саратовского государственного университета имени Н. Г. Чернышевского, где работают авторы этой книги, висит компьютерная копия портретного изображения Петра Первого, созданного Жан-Марком Натье в 1717 году. Удивительно, что несмотря на достаточно точную передачу картины художника компьютерной графикой, Петр I предстает здесь в непривычном образе. Запечатленный в цифре, он выглядит как призрак, пробивающийся из небытия прошлого, чтобы утвердить себя в настоящем и продолжать направлять своих потомков в выбранном им пути. В этом схожи все цифровые изображения Петра I, разбросные по сети Интернет: в них он копия самого себя, часто очень точная, но иногда — весьма условная. Цифровое пространство меняет восприятие объекта, иногда до неузнаваемости, поэтому Петр I живет в нем не только как копия, но и как двойник. Возможно, даже и самозванец... Двойник — потому, что перед нами вроде бы и образ Петра I, узнаваемый, понятный, воспроизводящий каноны, но за этим образом скрывается не реальная историческая личность, а ее миф. Мифологизация Петра I в общественном сознании достигла крайних пределов; наверное, трудно найти второго такого исторического персонажа, массовый нарратив о котором почти целиком состоял бы из устойчивого набора мифологем, метафор, ассоциаций, стереотипов, далеко уводящих восприятие аудитории от первоначального образа. Более того, сегодня они заводят россиян так далеко, что мы уже не можем различить, где подлинный Петр I, а где его фейк.

Популярность первого русского императора среди творческих людей привела его в пространство массовой культуры, в котором он растворился и трансформировался во множество подобий, став самозванцем. За Петра Первого выдают себя персонажи карикатур, анекдотов, кинематографических и мультипликационных фильмов, компьютерных игр, интернет-мемов, фанфиков и т. д., одновременно похожие и непохожие на него. Попад в медиа, Петр I изменился настолько, что стал подобен пластилину, принимающему самые разные формы. Или мозаикой, легко распадающейся на кусочки, из которых собирают совершенно неожиданные образы. Таким Петр I предстает в коллективной памяти современных россиян, сформированной медиа, т. е. медиапамяти.

Эта книга создана в междисциплинарном поле на пересечении истории, социальной философии, культурологии, политологии, теории массмедиа и является продолжением исследовательского проекта авторов по изучению исторической памяти в социальных медиа, поддержанного Российским фондом фундаментальных исследований. В этой книге мы применили все теоретические положения, сформулированные в предыдущем проекте, чтобы показать Петра I в медиаобразах, ставших нативными для представлений россиян о прошлом. Данное исследование

относится к разряду прикладных, и оно также не могло бы состояться без поддержки РФФИ, за что авторы ему весьма признательны.

Материалы этой книги на протяжении трех лет обсуждались авторами на научных мероприятиях разного уровня, конференциях и круглых столах, общее число которых перевалило за тридцать. Мы получили обратную связь от широкого круга специалистов-междисциплинарщиков и от исследователей коллективной памяти. Особо ценным для нас было общение с коллегами и соавторами – в полемике и дружеских разговорах с ними рождались идеи, высказанные в этой книге. Мы благодарим Ладугу Шиповалову и Елену Чеботареву (СПбГУ), Тараса Вархотова (МГУ им. М. В. Ломоносова), Андрея Иванова (ЛГТУ), Андрея Линченко (Липецкий филиал Финансового университета), Юрия Ветютнева (ВолГУ), Растяму Алиева (АГУ им. В. Н. Татищева), Артура Дыдрова и Регину Пеннер (ЮУрГУ), Сергея Мезина (СГУ им. Н. Г. Чернышевского) и многих других наших коллег и друзей. Мы благодарны нашим учителям Владимиру Борисовичу Устьянцеву и Вадиму Суреновичу Парсамову, продолжающим идейно влиять на наши исследования и оказывающим реальную помощь в нашей работе. И конечно, мы благодарим Галину Владимировну Ясакову, заведующего кабинетом кафедры теоретической и социальной философии СГУ, за поддержку, и, конечно, цифровой портрет Петра I – кафедральные стены он украсил по ее инициативе. Мы благодарны кафедре теоретической и социальной философии и философскому факультету – без их творческой атмосферы нам было бы нелегко. Спасибо всем, кто помогал нам дружеским советом и участием на пути к завершению этой книги!

ВВЕДЕНИЕ

Личность в истории и историческая личность в коллективной памяти редко соответствуют друг другу. То, как она предстает в воображении историков, и то, как ее помнят народные массы, может кардинально различаться. О Петре I написано большое количество качественных, талантливых исторических исследований, кропотливо воссоздающих его биографию и характерные черты, но в массовом сознании его образ конструируется из ограниченного набора мифов и стереотипов. Несмотря на шаржированность своего медиа-амплуа, в котором он предстает высоченным великаном в зеленом мундире с топором (нужно срочно рубить «окно в Европу» и бороды боярам между ведением войны, основанием городов, постройкой кораблей и маскарадными балами), Петр I остается символом государственного строительства, патриотизма и цивилизационного выбора. Занимая в сознании россиян первые строчки рейтинга выдающихся людей истории, первый российский император выступает определенным эталоном для современных правителей, одновременно воспринимаясь как привычный персонаж массовой культуры, где он бытует в кинематографе, мультипликации, рекламе, художественной литературе и изобразительном искусстве. Юбилейный 350-летний год со дня рождения Петра I утвердил амбивалентность его образа, царь-строитель стал важным объектом политики памяти, мемориальных мероприятий, проводимых государственными органами власти и общественными организациями. В то же самое время бесчисленная армия интернет-пользователей делала про него мемы, писала посты и комментарии в социальных сетях, создавала фанфики и видео, в которых русский царь предстал в образе, отвечающем мифологизированным взглядам просьюмеров, а не академическим сочинениям историков или пламенным речам политиков.

Начиная изучать образ Петра I в исторической памяти, авторы данного исследования пришли к выводу о том, что сам этот термин не соответствует новой социальной ситуации конструирования представлений о прошлом. Историческая память в научной литературе исследовательского направления *memory studies* с одной стороны трактуется как совокупность исторических знаний и взглядов индивидов на общее прошлое, создаваемая усилиями профессиональных историков, государственными или общественными деятелями и институтами, а с другой — она понимается как механизм воспроизводства массовых представлений об исторической реальности, свойственных рядовым обывателям. Наряду с термином историческая память, в исследовательской литературе существуют понятия культурная память, коммуникативная память, социальная память, цифровая память, которые фиксируют феномен коллективно разделяемых представлений о прошлом и являются формами коллективной памяти. Образ Петра I так или иначе присутствует во всех этих формах, возможно,

ГЛАВА 1. ПЕТР I В МЕДИАПАМЯТИ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ

1.1. Медиатизация коллективной памяти

Проблема конструирования представлений о прошлом в ситуации тотальной цифровизации, постправды, мемориального бума и медиатизации культуры ставит задачу изучения процессов модификации форм коллективной памяти в медиасреде. Интеграция печатной культуры книги, традиционных средств массовой информации в цифровое пространство и рост социальных медиа, стремящихся захватить каждого человека в свою орбиту, приводят к изменениям в способах воспроизводства образов прошлого.

Один из первых теоретиков медиа М. Маклюэн, предложивший их расширительное толкование, предполагал вслед за поэтом Стефаном Малларме, сочинившем метафору «весь мир от начала и до конца существует в книге», что *всё* будет перенесено в память компьютера [Маклюэн, 2003, с. 33]. Компьютер сменил книгу, и это можно воспринимать в данном контексте как символ цифровой медиатизации, ведущей к модификации памяти. М. Маклюэн отмечал, что человек, обладая особым аппаратом передачи и изменения информации, имеет возможность сохранять накопленный человечеством и свой собственный опыт, но эта его способность одновременно является также средством трансформации этого опыта. Новые средства коммуникации, как он показал на примере появления письма и книгопечатания, никогда не являются простым добавлением к старому, они не оставляют в покое прежние коммуникационные каналы, подавляя их до тех пор, пока им не найдется новое положение и они не обретут новые формы. Рукописная культура поддерживала устную традицию диспутов в сфере образования, пока не была внедрена процедура обучения по единому печатному тексту, а после этого с схоластическим режимом разговорных жанров было покончено. В то же время, печать дала письменной культуре «огромную новую память, на фоне которой индивидуальная память стала неадекватной» [Маклюэн, 2003, с. 88]. Появление электрических технологий также имело глобальные последствия для языка и, следовательно, для индивидуальной памяти. Они сделали ее еще более ненадежной, нерелевантной, она стала более зависимой от печатного текста, переведенного в электронный формат. При переходе от устной речи к письму человек стал заполнять свою память образами книжной рукописной культуры, а с появлением печати культурная память стала преобладать в структуре индивидуального и коллективного сознания. Цифровизация культуры, означающая не только машинную оцифровку артефактов и текстов, но и перевод их в виртуальный формат, обладающий символической визуальной характеристикой, приводит к очередной трансформации памяти под воздействием новых средств коммуникации.

1.2. Медиапамять в цифровом обществе

В цифровом обществе коллективная память подверглась настолько глубокой трансформации, что требуется введение новых понятий для ее описания. Существующие теории медиатизации и цифровизации коллективной памяти показывают, как она функционирует посредством электронных медиа и цифровых технологий. Эти теории объясняют, как конструируются представления о прошлом, попавшем в медиа в качестве новостей или воспоминаний о недавних событиях, имеющих отношение к жизни одного-двух поколений. Влияние же культурных образов и исторических событий более ранних периодов на коллективно разделяемые представления о прошлом игнорируется исследователями цифровой памяти и медиа. Одно из немногих исключений составляет Астрид Эрлл, которая полагала, что основанная на коммуникации, опосредованной медиа, культурная память конструируется различными символическими системами религиозных текстов, исторической живописи, историографии, телевизионной документалистики, памятников и коммеморативных ритуалов [Erll, 2008, p. 389]. Традиционные медиа поглощают пространство культуры, для которых она является неиссякаемым источником визуальных образов и текстов, а цифровые медиа стремятся оцифровать каждый культурный объект. Культура становится медийной и цифровой, но она продолжает оставаться генератором представлений о прошлом.

В современных условиях влияние электронных средств коммуникации на социальное конструирование коллективной памяти огромно. Информация переводится в цифровой формат, и уже не только архивы и библиотеки аккумулируют знание о прошлом, но и электронные хранилища баз данных. Письменная память уступает место памяти электронной, а развитие интернет-технологий предоставляет доступ к ней огромному количеству пользователей. Современное общество переживает мемориальный бум, связанный со способностью пользователей производить знание о прошлом и транслировать его при помощи новых медиа. Таким образом, память из личного и культурного пространства перемещается в сферу медиа, что позволяет говорить о появлении нового типа коллективной памяти.

Определяющее влияние цифровых медиа, вобравших в себя также и медиа традиционные, на культуру, коммуникацию, социальные отношения позволяет говорить о складывании особого механизма создания, воспроизводства, хранения и забвения коллективно разделяемых представлений о прошлом — медиапамяти. Тотальное погружение индивида в мир цифровых медиа не позволяет уверенно предполагать, какие именно воспоминания получены им в процессе непосредственного устного общения с другими людьми, какие взяты из текстов и документов, и какое влияние на его память оказали культурные образы, так как все они

1.4. «Окно в Европу» в культурной памяти

Метафора «окно в Европу» позволяет проследить каким образом в культурной памяти трансформировались представления о преобразованиях петровской эпохи. Мифологизированный образ Петра I и его реформ в массовом сознании укладывается в набор стереотипов, одним из которых является восприятие императора как деятеля, целенаправленно разрушавшего культурные и политические границы между Россией и европейскими странами. Реальность проводимой Петром I политики не отменяет ее стереотипного, мифологического и метафоричного восприятия, наоборот, миф и метафора позволяют включать историю петровских преобразований в актуальную культурную память и медиапамять современности.

Одним из архетипов, присущих европейским народам, было противопоставление «цивилизованного» европейского мира враждебному «варварскому» окружению. Еще со времен античности общим местом в мировоззренческой системе европейцев стало представление о «северных варварах», о периодически повторяющихся набегах с севера и востока, постоянной угрозе агрессивного «варварства», которое изначально связывалось со славянами, а затем перешло на Россию. Российское государство воспринималась в Европе как варварская страна, представляющая опасность. Петровские преобразования и его попытки «цивилизовать» свой народ не прошли незамеченными для европейцев, но это не изменило их общего отношения к «русской угрозе» [Мезин, 2010, с. 148-157]. Вместе с тем, с XVIII в. Россия начинает выпадать из прокрустова ложа бинарной оппозиции «цивилизация – варварство», ее образ обретает динамику, отражающую модернизаторские усилия государственной власти. В глазах европейцев цивилизационные устремления Петра I, хотя и не затронули устои традиционного общества, принесли свои плоды [Гордон, 2013, с. 77]. Под влиянием Вольтера возникла концепция героя-творца, создававшего цивилизованную страну из культурного небытия, подобно Прометею, оживившему своих соотечественников с помощью чудесного огня, обретенного в Европе [Мезин, 2003, с. 97]. По мнению западных мыслителей, Петр I создал для России возможность приобщения к европейской культуре, однако, этого не произошло в полной мере из-за пассивного сопротивления русского народа.

Представление об ограниченном влиянии на российское государство европейской культуры и поверхностной цивилизации русской нации нашло отражение в метафоре «окно в Европу». Впервые этот фразеологизм употребил Ф. Альгаротти в своих «Письмах о России», написанных во время путешествия 1739 г. в Санкт-Петербург и изданных в 1760-м г. Повествуя своему корреспонденту об этом городе, он написал о нем как об «огромном окне, недавно распахнувшемся на севере, — окне, через которое Россия смотрит на Европу?» [Альгаротти, 2014, с. 49]. Как полагают

1.5. Введение брадобрития и ношения «немецкого» платья Петром I в культурной памяти

Насильственное сбривание бород Петром I стало одним из важнейших символов его эпохи. Этот исторический курьез наряду с законодательным введением ношения «немецкого» платья не раз привлекал внимание историков и стал частью коллективной памяти. Мифологический канон осмысления эпохи Петра I сложился чрезвычайно быстро и стал определяющим не только для последующих поколений, но и для историков, использующих его как средство кодирования описываемых событий. Этим каноном стал миф о полном и совершенном перерождении страны, сотворении «новой» России магической силой царя-демиурга [Лотман, 2010, с. 538]. Ведение брадобрития и «немецкого» костюма стало неотъемлемым элементом этого процесса мифотворчества, в последующем превратившись в самостоятельный исторический миф, в котором реальный исторический факт выступает символом вестернизации России, метафорически описывая сложный процесс приобщения страны к европейской культуре.

История введения брадобрития и «немецкого» костюма хорошо прослеживается по историческим источникам, и неоднократно привлекала внимание исследователей. Наступление на бороду и русское платье Петр I повел сразу, как только вернулся из-за границы, спешно завершив свое участие в миссии «Великого посольства», после получения известия о стрелецком бунте в Москве. Согласно дневнику И. Г. Корба, секретаря австрийского посла, 26 августа 1698 г. Петр I в своей резиденции в с. Преображенском принимал бояр, поспешивших поздравить его с возвращением с заграничной поездки и засвидетельствовать свою верность. Дневник Корба запечатлел противоречивую картину, на которой Петр I благосклонно поднимал павших ниц бояр, целовал их «как своих близких друзей», но в то же время говорил им, имея в виду польского короля Августа II: «Все вы вместе и каждый из вас отдельно ... для меня не стоите его одного...», а главное все присутствовавшие бояре, кроме кн. М. А. Черкасского и Т. Н. Стрешнева, были лишены своих бород. Царь собственноручно, «ножницами, без разбору свирепствовавшими против бород присутствующих», внес существенные изменения во внешний вид оторопевших и не смевших перечить сановников. Бояре, чувствуя свою ответственность и вину за то, что допустили восстание стрельцов, не сопротивлялись и были рады легко отделаться, пожертвовав только бороды. Однако, для Петра I акт брадобрития имел символическое значение приобщения к европейской культуре и уничтожения старинного уклада. Это своеобразно зафиксировал в дневнике И. Г. Корб, записав свое впечатление, которое, скорее всего, воспроизводит слова Петра I, объяснившего боярам значение происходившего: «Всем прочим пришлось перейти к обычаю иноземных народов, причем ножницы уничтожали у них

ГЛАВА 2. ПЕТР I В ВИЗУАЛЬНЫХ ОБРАЗАХ МЕДИАПАМЯТИ

2.1. Визуализация представлений о прошлом в цифровую эпоху

Становление цифрового общества сопровождается повышенным интересом к истории. Цифровые медиа изменили способы производства исторического знания и конструирования представлений о прошлом. История создается и пересоздается в ходе реализации коммуникативных практик, под которыми понимается упорядоченная совокупность образцов рациональной деятельности, направленной на передачу/прием социально-значимой информации [Зотов, Лысенко 2010, с. 54]. Краудсорсинговые платформы и социальные сети предоставляют широкие возможности интернет-пользователям не только для изучения истории, но и производства нового исторического знания, его презентации на виртуальных площадках для широкой аудитории, а также распространения исторической информации в процессе социальной коммуникации, что приводит к ее трансформации в медиапамять.

В процессе превращения исторического знания в медиапамять большую роль приобретает визуализация представлений о прошлом. Образное визуальное восприятие исторической информации облегчает пользователям ее усвоение и принятие. Визуализация является процессом создания образов, с максимальной степенью эффективности воздействующих на сознание, трансформируя и (или) символически перекодирова социальные практики индивидов [Штомпка, 2007, с. 7]. Ее можно назвать одним из наиболее действенных способов репрезентации смыслов и идей. Ф. И. Шарков определяет визуализацию как средство ориентирования в окружающем мире, с одной стороны, и как средство представления мира в других измерениях и плоскостях [Шарков, 2016, с. 98].

Визуальные образы выполняют важные социальные функции в современной культуре, так как ее интегральную часть составляют исторически унаследованная иконическая инфраструктура и система иконических практик. Визуальное восприятие происходит намного быстрее и приводит к увеличению ассоциативности, а также упрощению знаковых образов передачи информации. Пиктограммы, иероглифы, идеограммы в новом формате (эмодзи, стикеры, смайлики, мемы) расширили свое присутствие в коммуникационных процессах. Уровень абстрактного восприятия современного человека вырос, так как информация становится виртуальной, и вместе с тем серьезно расширился спектр эстетического восприятия, низкая эстетика массового софта на равных конкурирует с продуктом высоких цифровых технологий. Культурные табу перестают существовать, они подвергаются визуализации и составляют значительную

2.3. Образ Петра I в интернет-мемах

Анекдот и карикатура в цифровой среде трансформировались в новый коммуникационный феномен с юмористической составляющей — интернет-мем, объединивший их характерные признаки: юмористичность, метафоричность, нарративность и визуализацию. Также как анекдоты и карикатуры интернет-мемы, содержащие образы прошлого, оказывают большое влияние на формирование коллективной памяти, чему способствует их вирусное распространение, эмоциональная юмористическая наполненность и простота создания. Интернет-мем можно назвать одним из самых эффективных инструментов конструирования представлений о прошлом.

Термин «мем», появился благодаря Р. Докинзу, который понимал его как единицу передачи культурной информации, проводя параллели между механизмами передачи генетической информации и функционированием культурной памяти. На основе его идей возникла дисциплина «меметика», последователи которой были склонны рассматривать любые мыслительные конструкции, символы, знаки, манеры или образы действия, распространяемые в обществе, в качестве мемов. С. Блэкмор определяла мем как пример для поведения человека, передаваемый через подражание [Blackmore, 1999], Д. Ж. Уилкинс, продолжая биологический подход Р. Докинза, считал мем «единицей культурной эволюции и отбора» [Wilkins, 1998, p. 56], Ф. Хейлинген утверждал, что мем — это информационный паттерн, который может быть скопирован из одного мозга в другой [Heylighen, 1998], Д. Деннет встроил концепт мема в теорию разума [Dennett, 1991], Р. Броуди называл мем вирусом ума [Brodie, 1996], а Д. Рашкофф медиавирусом [Rushkoff, 1996]. В этих исследованиях, использовавших меметический подход к анализу социокультурных явлений, вирусная природа мемов, под которой понималось массовое воспроизводство и неконтролируемое распространение в процессе коммуникации, выводилась на передний план. Однако, меметика не стала полноценным научным направлением, подвергнувшись критике за стремление к всеохватности, универсальности и, в то же время, абстрактной умозрительности, как со стороны ученых гуманитарного профиля, так и со стороны представителей естественных наук. Она потеряла свое концептуальное значение для исследования мемов, под которыми стали понимать забавные слова, крылатые выражения, фразы, шутки, картинки или видео, массово распространяющиеся в интернет-среде [Шомова, 2015. с. 31].

С 2010-х гг. мем стал рассматриваться в более узком значении в качестве медиамема или интернет-мема. П. Дэвисон определял интернет-мем как часть цифровой культуры, неотъемлемым элементом которой стали шутливые сообщения, часто визуального характера, распространяемые посредством онлайн-передачи [Дэвисон, 2012, p. 122]. Л. Шифман

Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1. ПЕТР I В МЕДИАПАМЯТИ ЦИФРОВОЙ ЭПОХИ.....	9
1.1. Медиатизация коллективной памяти.....	9
1.2. Медиапамять в цифровом обществе	19
1.3. Цифровая мифология медиапамяти	28
1.4. «Окно в Европу» в культурной памяти	37
1.5. Введение брадобрития и ношения «немецкого» платья Петром I в культурной памяти.....	45
ГЛАВА 2. ПЕТР I В ВИЗУАЛЬНЫХ ОБРАЗАХ МЕДИАПАМЯТИ	57
2.1. Визуализация представлений о прошлом в цифровую эпоху.....	57
2.2. Юмор в медиапамяти: исторический анекдот и карикатура о Петре I.....	65
2.3. Образ Петра I в интернет-мемах.....	80
2.4. Образ Петра I в мультипликационных фильмах.....	95
2.5. Образ Петра I в компьютерных играх.....	105
ГЛАВА 3. КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА ПЕТРА I В МЕДИАСРЕДЕ.....	114
3.1. Петр I в политике памяти	114
3.2. Петр I и И. В. Сталин: технологии мемориальных конфликтов	123
3.3. Петр I и Иван Грозный: механика медиазабвения	136
3.4. Петр I в книжной культуре и сетевой литературе	146
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	159
БИБЛИОГРАФИЯ	162

Конец ознакомительного фрагмента

Уважаемый читатель!

Размещение полного текста данного
произведения невозможно в связи с ограничениями
по IV части ГР РФ.

Эту книгу вы можете почитать в Оренбургской
областной универсальной научной библиотеке
им. Н. К. Крупской по адресу: г. Оренбург,
ул. Советская, 20; тел. для справок: (3532) 32-32-49