

КОЛЛЕКТИВНАЯ ПАМЯТЬ В КОНТЕКСТЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОЦЕССА В ОБЩЕСТВЕ

MEMORY STUDIES IN THE CONTEXT OF SOCIOCULTURAL PROCESS IN SOCIETY

Макурова Татьяна Станиславовна, аналитик ООО “Эксперт. Центр аналитики”, Ленинградская обл., Россия

Макаренко Евгений Александрович, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента наукоемких производств, ФГАОУ ВО “Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения”, Санкт-Петербург, Россия

Makurova Tatyana Stanislavovna, analyst, “Expert. Center for Analytics” Ltd, St. Petersburg, Russia

Makarenko Evgenij Aleksandrovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of the Management of High Technology Productions, St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, St. Petersburg, Russia

Аннотация. В статье приводится текущая ситуация с формированием коллективной памяти в обществе постмодерна. Коллективная память рассмотрена с точки зрения междисциплинарного поля исследований. Рассмотрены примеры формирования ложных воспоминаний и проанализированы последствия данных действий. Проанализированы механизмы формирования коллективной памяти и их применение в обществе. Приведены методы интерпретации исторических событий. Изучены методы исторической политики и способы снижения влияния медиа на общество.

Abstract. The article discusses the current situation with the formation of memory studies in postmodern society. Examples of the formation of false memories and the consequences of these actions are analyzed in the paper. It reveals the mechanisms of the formation of memory studies and their application in society. There are studied methods of historical politics and ways to reduce the influence of media memory on society in the paper under review.

Ключевые слова: коллективная память, постмодерн, медиа, информация, социология, политика, история.

Keywords: memory studies, postmodern, media, information, sociology, politics, history.

В настоящий момент общество переходит из эпохи модерна в постмодерн. Постмодерн будет заключаться в том, чтобы каждый сможет выбрать, в каком информационном поле ему жить. В той повестке дня, которая ему нравится. Не будет разницы между правдой и неправдой – факты можно подать любым образом. Если кто-то принимает какие-то тезисы, то он в них верит и в них живет. Одной из характерных черт данного перехода стало виртуальное пространство и в том числе социальные сети. Режимы карантина и самоизоляции только усилили влияние интернет-среды и откатить все обратно в офлайн уже не получится. Сеть создает легкость генерирования и распространения информации [1]. Как социальный феномен и источник влияния Интернет и различные мессенджеры имеют колоссальное значение, особенно по отношению к поколению Z, но в значительной степени и к Y. Рассмотрим сеть как метод формирования коллективной памяти.

Коллективная память (memory studies) – это междисциплинарное поле исследований. Здесь с одной стороны велико влияние истории, но, как оно зачастую бывает, истории не фактической, а некой ее версии. Версии, изучение которой лежит скорее в плоскости политологии и социологии. В данном случае благодаря неким специально

отобранными фактами (при замалчивании и игнорировании других фактов) или даже вымыслам формируется параллельная история, которая с течением времени может заменить реальную в определенном сообществе. Так в том числе и под влиянием массовой культуры (кинематографа) формируется миф о том, что во Второй мировой войне победили американские и английские солдаты, а Гитлер был сожжен в кинотеатре (фильм «Бесславные ублюдки»). При этом зачастую подобные заявления делаются на высоком уровне, например, президентом США Дональдом Трампом. Скорее всего это делается умышленно, а не из-за элементарного невежества руководства США. Подобные заявления формируют некое прошлое, в которое со временем начинают верить люди, не утруждая себя элементарным фактчекингом и потребляющим готовую информацию без критического осмысления.

Пропаганда – это один из основных механизмов формирования коллективной памяти. Это можно рассматривать на многих этапах развития человечества, а с развитием информационных технологий этот процесс стал более управляемым и легким. Так, во времена Второй мировой войны элементом формирования коллективной памяти стали речи рейхсминистра народного просвещения и пропаганды Германии Геббельса – например, его известная двухчасовая речь о тотальной войне перед многотысячной аудиторией в Берлинском дворце спорта 18 февраля 1943 года. Или речь Хрущева 1956 года о «разоблачении культа личности Сталина», когда стенограмма данного доклада отсутствовала, но ее тезисы передавались из уст в уста. Здесь можно согласиться с Яном Ассманом, что по тем воспоминаниям была сформирована совсем иная парадигма наук об истории и обществе. Как удачно отметил Герберт Хирш, «контроль над памятью является формой власти. Люди, занимающие позиции, позволяющие им манипулировать памятью и, с ее помощью, символическими ценностями общества или группы, ... обладают политической властью».

В последние десятилетия методы *memory studies* активно используются для расщепления общества, ликвидации единства и инициирования различных цветных революций усилиями политических элит, их сторонников и противников по конструированию значения прошлого и широкому распространению или навязыванию нужной версии прошлого прочим членам общества. С помощью *memory studies* может достигаться наиболее желательное для государства видение прошлого как способа решить проблемы одновременно и с прошлым и с будущим, также могут создаваться некие иллюзии национальной идентичности и героичности. Например, Дания, которая противостояла нацистской Германии один день и похвастаться героизмом обороны страны не может, тем не менее пытается создавать какие-то островки героизма. Так, недавно вышел фильм о героических датчанах-велосипедистах, которые выехали к границе Германии и подбили немецкий броневик. Данный фильм был раскритикован историками, однако такие фильмы создаются не для историков, а для формирования облика великой страны в сердцах граждан. Здесь можно согласиться с Морисом Хальбваксом, что словесные конвенции образуют самую устойчивую рамку коллективной памяти [2]. Однако с 1925 года прошло достаточно много времени и сейчас современные технологии формируют эти рамки еще более успешно.

Можно отметить, что механизмы формирования коллективной памяти активно используются сегодня на самом высоком политическом уровне:

- внешняя политика и дипломатия – обсуждение неоднозначного прошлого как условие для функционирования политических систем и их способности проводить международную политику. Образ внешнего врага или претензии на некие территории (например, Японии на Курильскую гряду) позволяет сплачивать нацию и отвлекать население от более приземленных проблем;

- международная юстиция – определение статуса жертв и преступников, в том числе в рамках международных соглашений (например, непринятие рядом стран факта геноцида Турцией армянского народа в 1915 году);

- политическая культура – моделирование политических нарративов, формулирующих отношения между обществом и историей (здесь это наглядно могут демонстрировать российские новые праздники 90-х годов, например, День народного единства или День России, когда в первом случае попытались придумать альтернативу Дню Великой Октябрьской социалистической революции, а во втором – некий аналог американского Дня независимости. Однако никаких островов коллективной памяти с данными датами нет и какой-либо культуры празднования тоже, а значит и ценности для населения они не несут, просто еще один выходной день).

Если рассматривать тренды создания и коррекции коллективной памяти, то в настоящий момент особенно сильно влияние различных неформальных групп. Например, легче внедрять идеи через футбольные фанатские сообщества, различные диаспоры [3], группы самых различных активистов или через лидеров общественного мнения, которыми может выступать кто угодно, начиная от телеведущих и заканчивая бьюти-блогерами.

В формируемых «воспоминаниях» можно отметить так называемые места памяти. Здесь можно заметить, что их удачно используют в туристических целях, как, например, «гора Моисея» в Египте или копьё Лонгина (когда известно минимум 4 копьё, которыми мог бы быть поражен Иисус).

Все эти и многие другие воспоминания – разрозненные или системные, имеющие какую-либо политическую или экономическую окраску создают масштабное поле для исследования. Именно изучение механизма формирования и отделение «безвредных» воспоминаний от манипулятивных, созданных для формирования раскола обществ, и является одной из задач *memory studies*.

Безусловно, речь не идет о создании Министерства Правды подобно вымыслу в романе Джорджа Оруэлла «1984», но, тем не менее, в России должна присутствовать системная работа в политике памяти – это деятельность государства и других акторов, направленная на утверждение тех или иных представлений о коллективном прошлом и формирование поддерживающей их культурной инфраструктуры, образовательной политики, а в некоторых случаях и законодательного регулирования. Политика памяти должна выступать частью символической политики, т.е. публичной деятельности, связанной с производством различных способов интерпретации социальной реальности и борьбой за их доминирование в публичном пространстве. Доминирование является ключевым словом, когда разговор идет в сети, когда мнение пользователей формируется лидерами общественных мнений достаточно быстро и поменять его будет достаточно проблемно. Так, например, сейчас в мире выбран курс на порицание домашнего насилия и все сообщества (в том числе и Интернет) следуют в данном фарватере. Когда известный блогер Регина Тодоренко попыталась высказаться вразрез общему тренду, то уровень ее принятия обществом был практически обнулен, что лишний раз демонстрирует динамичность сетевой социальной среды и проблемность противодействия трендам. В настоящий момент государство слабо представлено и явно не задает тренд в сети, ориентируясь прежде всего на телевидение и на поколение 60+. С одной стороны это понятное поколение с устоявшимися ценностями и понятной коллективной памятью, которое опять же ходит на выборы. Однако ориентация только на данное электоральное поле – огромная стратегическая ошибка, т.к. данное поле так или иначе сужается, а одного лишь «Бессмертного полка» явно недостаточно для формирования коллективной памяти. Сейчас в головах молодежи преобладает память о Болотной площади и дело Ивана Голунова, фильм «Он вам не Димон» и тому подобные.

В тоже время можно обратить внимание, как, например, в Польше или Украине системно ведется историческая политика среди молодого поколения. Как утверждал Миллер, «историческая политика» – это набор практик, с помощью которых отдельные политические силы стремятся утвердить определенные интерпретации исторических событий как доминирующие. Все это может выражаться через следующие методы:

- создание специальных институтов для насаждения определенной трактовки;

- политическое вмешательство в деятельность СМИ;
- манипуляции архивами;
- разработка мер контроля за деятельностью историков, использование финансовых и статусных рычагов;
- вмешательство в содержание учебников и программ преподавания истории;
- принятие мемориальных законов [4].

Можно сказать, что публичная история одновременно является исследовательским полем, в котором изучают репрезентации прошлого, и прикладной деятельностью по их созданию. Распределенные версии прошлого неизменно генерируются средствами «медиаальной экстернализации», наиболее базовой формой которой является устная речь. Более сложные медиа-технологии, такие как тексты, кино или Интернет расширяют темпоральные и пространственные рамки воспоминания. Историческая память конституируется множеством медиа, действующих внутри символических систем. С помощью медиа-технологий легко генерируются медиализированные воспоминания – действия и объекты, которые позволяют создавать и воссоздавать чувство прошлого, настоящего и будущего нас самих во взаимоотношении с остальными. Медиализированные воспоминания расположены ни прямо в мозге, ни полностью за его пределами в (материальной) культуре, но существуют одновременно, поскольку они представляют собой сложные интеракции между мозгом, материальными объектами и культурной матрицей, из которой они возникают. Медийная память – это реконструкция прошлого, достигаемая с помощью данных, взятых из настоящего [5]. Сейчас публичная история должна быть понятна поколению Z. Здесь необходим доступный язык и отсутствие «лонгридов». Современное молодое поколение плохо воспринимает текст, дурным тоном считается писать посты в социальных сетях длиной более трех абзацев. Клиповая культура мышления задает соответствующие правила общения (сейчас мы имеем дело с тем, что имеем, а не рассуждаем о том, как надо было воспитывать подраставшее поколение, формировать культурные и досуговые шаблоны и так далее). Движение, методология и подход, которые способствуют совместным историческим исследованиям и практикам, миссия использующих их специалистов состоит в том, чтобы сделать выводы академических исследователей доступными и полезными для публики. В то же время множество гибридных дискурсов, накапливающихся вокруг одного события, создает избыточность истории, т.е. переполнение ее смыслами. Дискуссия в настоящий момент строится не из того, что должно помнить, а из того, что может быть вспомнено.

При формировании методов исторической политики нельзя не процитировать Мао Цзэдуна: «Тезис верный, но высказанный не вовремя, является ложным», что в отношении исторической политики можно акцентировать так: средство передачи информации не менее важно, чем сама информация. Можно сколько угодно рассказывать об ужасах Второй мировой войны в научных монографиях, приводя свидетельства очевидцев и выдержки из документов Третьего рейха, однако фотография из концентрационного лагеря в нужной группе от лидера общественного мнения в Facebook может произвести куда более сильный эффект, чем тысячи страниц доктора исторических наук [6]. И хорошо если данный лидер выскажется в русле текущей политической доктрины, поскольку его диаметрально противоположное высказывание опровергнуть будет практически не возможно, т.к. стандартные законы логики здесь не работают (ибо привычка молодой либо низкоинтеллектуальной аудитории – верить безоценочно и безусловно). Работает исключительно эмоциональный уровень и уровень авторитета данного лидера общественного мнения и средства передачи информации (медиа памяти) [7]. Медиа памяти – это любой посредник между обществом и его прошлым, включая техники, технологии и практики, с помощью которых опосредуется социальная и культурная жизнь, включая и масс-медиа. Если 20 лет назад еще можно было административным ресурсом контролировать извне все вектора социальных течений, то сейчас это можно делать только

изнутри, становясь их частью или работая с медиа памяти (здесь не рассматриваем методы Северной Кореи или Китая, где административный ресурс имеет колоссальные рычаги) [8].

Безусловно, задачей современного общества стоит не тотальный контроль за коллективной памятью, а принятие данного факта с целью формирования культуры критического мышления среди как взрослого населения, так и молодежи. Фактчекинг и критическое мышление должны стать теми навыками, которыми должны владеть в той или иной степени все пользователи сети. Это может стать лучшей прививкой для информационного общества от различного рода манипуляций и лженауки (а не создание комиссий по борьбе с лженаукой при Президиуме российской академии наук). Разумеется, также необходима ревизия развлекательной политики и на телевидении, и в досуговом поле. Как ни парадоксально, пандемия коронавируса ситуативно играет на руку смене развлекательной и информационной повестки – изменение уклада жизни отодвинуло на второй план новости мира «звезд» и сместило акцент на науку, исследования, статистику, в конце концов. При наличии политической воли эту ситуацию можно обратить на пользу государства и общества, уводя интерес аудитории от фактов личной/интимной жизни и идеалов общества потребления на вопросы, повышающие уровень личностного развития.

Библиографический список

1. Макаренко Е.А. Использование информационных технологий в деятельности финансовых групп. // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. [Makarenko E.A. Ispol'zovanie informacionnyh tekhnologij v deyatel'nosti finansovyh grupp. // Nauchno-tekhnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politekhnicheskogo universiteta. Ekonomicheskie nauki.] 2006. № 5-2 (47). С. 149-153.

2. Хальбвакс Морис. Социальные рамки памяти // М.: Новое издательство [Hal'bvaks Moris. Social'nye ramki pamyati // M.: Novoe izdatel'stvo] 2007, С. 210-212.

3. Макаренко Е.А. Современные тенденции регулирования миграционных процессов в России // Технологии товароведческой, таможенной и криминалистической экспертизы Сборник научных трудов № 5. Санкт-Петербург. [Makarenko E.A. Sovremennye tendencii regulirovaniya migracionnyh processov v Rossii. // Tekhnologii tovarovedcheskoj, tamozhennoj i kriminalisticheskoy ekspertizy Sbornik nauchnyh trudov № 5. Sankt-Peterburg.] 2014. С. 27-34.

4. Миллер А., Липман М. Историческая политика в XXI веке // М: Новое литературное обозрение. [Miller A., Lipman M. Istoricheskaya politika v XXI veke // M: Novoe literaturnoe obozrenie.] 2012, С. 532-534.

5. Модернизация бизнеса и образования в условиях инновационного реформирования. Коллективная монография // СПб.: Из-во СПбГУСЭ [Modernizaciya biznesa i obrazovaniya v usloviyah innovacionnogo reformirovaniya. Kollektivnaya monografiya // SPb.: Iz-vo SPbGUSE] 2010., с. 56-58.

6. Макаренко Е.А. Развитие инновационных форм влияния социума при продвижении новых продуктов. // Управление социальными инновациями. Сборник научных статей. Ответственный редактор Е.А. Ильина. [Makarenko E.A. Razvitie innovacionnyh form vliyanija sociuma pri prodvizhenii novyh produktov. // Upravlenie social'nymi innovacijami. Sbornik nauchnyh statej. Otvetstvennyj redaktor E.A. Il'ina.] 2019. С. 195-200.

7. Макаренко Е.А., Борисов А.С. Влияние нейромаркетинга на технологии продвижения новых продуктов. // Актуальные проблемы экономики и управления. [Makarenko E.A., Borisov A.S. Vliyanie nejromarketinga na tekhnologii prodvizheniya novyh produktov. // Aktual'nye problemy ekonomiki i upravleniya.] 2019. № 3 (23). С. 38-40.

8. Макаренко Е. А., Песоцкий А.Б. Применение методов геймификации и телематики в страховании автотранспорта в России. // Инновационная деятельность. [Makarenko E. A.,

Pesockij A.B. Primenenie metodov gejmfikacii i telematiki v strahovanii avtotransporta v Rossii. // Innovacionnaya deyatel'nost'.] 2019. № 4 (51). С. 92-100.

Bibliography

1. Makarenko E.A. Ispol'zovanie informacionnyh tehnologij v dejatel'nosti finansovyh grupp. // Nauchno-tehnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politehnicheskogo universiteta. Jekonomicheskie nauki. [Makarenko E.A. Ispol'zovanie informacionnyh tehnologij v deyatel'nosti finansovyh grupp. // Nauchno-tehnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politehnicheskogo universiteta. Ekonomicheskie nauki.] 2006. № 5-2 (47). S. 149-153.

2. Hal'bvaks Moris. Social'nye ramki pamjati // M.: Novoe izdatel'stvo [Hal'bvaks Moris. Social'nye ramki pamjati // M.: Novoe izdatel'stvo] 2007, S. 210-212.

3. Makarenko E.A. Sovremennye tendencii regulirovaniya migracionnyh processov v Rossii. // Tehnologii tovarovedcheskoj, tamozhennoj i kriminalisticheskoi jekspertizy Sbornik nauchnyh trudov № 5. Sankt-Peterburg. [Makarenko E.A. Sovremennye tendencii regulirovaniya migracionnyh processov v Rossii. // Tekhnologii tovarovedcheskoj, tamozhennoj i kriminalisticheskoi jekspertizy Sbornik nauchnyh trudov № 5. Sankt-Peterburg.] 2014. S. 27-34.

4. Miller A., Lipman M. Istoricheskaja politika v HHI veke // M.: Novoe literaturnoe obozrenie. [Miller A., Lipman M. Istoricheskaja politika v XXI veke // M.: Novoe literaturnoe obozrenie.] 2012, S. 532-534

5. Modernizacija biznesa i obrazovaniya v uslovijah innovacionnogo reformirovaniya. Kollektivnaja monografija // SPb.: Iz-vo SPbGUSJe [Modernizacija biznesa i obrazovaniya v uslovijah innovacionnogo reformirovaniya. Kollektivnaja monografiya // SPb.: Iz-vo SPbGUSE] 2010., s. 56-58.

6. Makarenko E.A. Razvitie innovacionnyh form vlijaniya sociuma pri prodvizhenii novyh produktov. // Upravlenie social'nymi innovacijami. Sbornik nauchnyh statej. Otvetstvennyj redaktor E.A. Il'ina. [Makarenko E.A. Razvitie innovacionnyh form vlijaniya sociuma pri prodvizhenii novyh produktov. // Upravlenie social'nymi innovacijami. Sbornik nauchnyh statej. Otvetstvennyj redaktor E.A. Il'ina.] 2019. S. 195-200.

7. Makarenko E.A., Borisov A.S. Vlijanie nejromarketinga na tehnologii prodvizhenija novyh produktov. // Aktual'nye problemy jekonomiki i upravlenija. [Makarenko E.A., Borisov A.S. Vlijanie nejromarketinga na tehnologii prodvizhenija novyh produktov. // Aktual'nye problemy ekonomiki i upravlenija.] 2019. № 3 (23). S. 38-40.

8. Makarenko E. A., Pesockij A.B. Primenenie metodov gejmfikacii i telematiki v strahovanii avtotransporta v Rossii. // Innovacionnaja dejatel'nost'. [Makarenko E. A., Pesockij A.B. Primenenie metodov gejmfikacii i telematiki v strahovanii avtotransporta v Rossii. // Innovacionnaya deyatel'nost'.] 2019. № 4 (51). С. 92-100.

Сведения об авторах

1. Макурова Татьяна Станиславовна, аналитик ООО “Эксперт. Центр аналитики”, 187000, ш. Московское 9 Б, г. Тосно, Ленинградская обл., ss300@yandex.ru, тел. +7(812)915-01-28

2. Макаренко Евгений Александрович, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента наукоемких производств, ФГАОУ ВО “Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения”, 190000, Большая Морская ул. 67, Санкт-Петербург, ss300@yandex.ru, тел. +7(812)915-01-28

Authors' personal details

1. Makurova Tatyana Stanislavovna, analyst, “Expert. Center for Analytics” Ltd, 187000, sh. Moskovskoe 9 B, Tosno, Leningradskaya obl., ss300@yandex.ru, tel. +7(812)915-01-28

2. Makarenko Evgenij Aleksandrovich, PhD, Associate Professor, Department of the Management of High Technology Productions, St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, 190000, Bolshaya Morskaya St. 67, Saint Petersburg, ss300@yandex.ru, tel. +7(812)915-01-28