

СТАТЬИ / ARTICLES

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ: ОБРАЗ ПЕТРА I В ИНТЕРНЕТ-МЕМАХ

Д. С. Артамонов

Липецкий государственный технический университет, Россия
artamonovds@mail.ru

С. В. Тихонова

Саратовский национальный исследовательский государственный
университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия
segedasv@yandex.ru

Проект FZRW-2023-0005 реализован в ФГБОУ ВО
«Липецкий государственный технический университет» по итогам
отбора исследовательских проектов в сфере общественно-политических
наук, проведенного ЭИСИ, Министерством высшего образования
и науки Российской Федерации и Российской академией наук

В статье рассматриваются вопросы, связанные с тем, как происходит визуализация исторической памяти о Петре I в интернет-мемах. В эпоху цифровизации культуры и коммуникационных процессов конструирование исторической памяти перестает быть делом только профессиональных историков и политических акторов. Массы интернет-пользователей активно включились в производство исторического медиаконтента, интерпретацию исторических событий и создание представлений о прошлом, разрушив грань между историческим знанием и памятью. Визуализация является доминирующей формой репрезентации прошлого в медиасреде. Применяемые пользователями цифровые технологии создания визуальных образов трансформируют историческую память. Образы прошлого становятся полисемантическими и воспринимаются на эмоциональном уровне, который характеризует тоска по ушедшей эпохе одновременно со стремлением воссоздать историческую реальность. Вместе с тем визуализация прошлого ведет к симуляции исторической реальности. История воспринимается как миф, а достоверность исторических событий перестает быть ценностью. В визуальных исторических образах интернет-пользователи не воскрешают прошлое, а создают настоящее, порождая фейки. Появление исторического фейка обусловлено как общей концепцией эпохи постправды, в которой достоверность факта перестает иметь значение, так и визуализацией распространяемых полисемантических образов, которая приводит к симуляции и семиотизации медиасфе-

ры. Идеальным воплощением исторического фейка становится интернет-мем; в силу своего эмоционального воздействия, изменчивой структуры и вирусной распространяемости он способен внедрять в массовое сознание исторические образы с высокой долей эффективности. Интернет-мемы с историческим сюжетом соединяют мифологические представления о прошлом с актуальной повесткой дня, стереотипами массовой культуры и современными медиаобразами. Благодаря своей компилятивности они искажают историческую реальность и создают новые образы исторической памяти, одновременно визуализируя их. Интернет-мемы о Петре I наглядно иллюстрируют эти процессы. Фигура российского императора – один из самых мифологизированных исторических образов. История его правления, жизни и деятельности стала частью исторических мифов, распространенных в общественном сознании, и включает в себя такие события, как строительство Санкт-Петербурга на болотах, «открытие окна» в Европу, создание морского флота и бритье бород боярам. Все они нашли отражение в интернет-мемах, соединившись с визуальной характеристикой современных событий. Практика объединения представлений о прошлом и реалий настоящего позволяет актуализировать память о Петре I в массовом сознании и вписать современность в исторический контекст. Кейс «Петр I и Шрек» показывает, как визуальный образ исторической личности становится частью цифровой культуры, а образ массмедиа приобретает статус исторической реальности.

Ключевые слова: медиасреда, образы прошлого, memory studies, тоска, визуальные образы, фейк

VISUALIZATION OF HISTORICAL MEMORY: THE IMAGE OF PETER I IN INTERNET MEMES

Denis S. Artamonov

Lipetsk State Technical University, Lipetsk, Russia
artamonovds@mail.ru

Sofia V. Tikhonova

Saratov State University, Saratov, Russia
segedasv@yandex.ru

The article deals with the problems of historical memory visualization in Internet memes. In the digital age, the construction of historical memory is no longer a matter for professional historians and political actors only. Internet users actively create historical media content, interpret historical events, and make representations about the past. This practice destroys the line between historical knowledge and memory. Visualization has become a key form of representation

of the past in the media environment. Digital technologies for creating visual images transform historical memory. Internet users perceive polysemantic images of the past on an emotional level. The main emotions are nostalgia for a bygone era and the desire to recreate historical reality. At the same time, visualization of the past strengthens the simulation of historical reality. For people, the authenticity of historical events ceases to be a value, since they have equated history and myth. In visual historical images, the masses do not resurrect the past, but create the present. This gives rise to fakes. The emergence of historical fakes is due to both the general concept of the post-truth, in which the authenticity of the fact ceases to matter, and the visualization of distributed polysemantic images, which leads to the simulation and semiotization of the media sphere. The Internet meme is characterized by its emotional impact, changeable structure and viral spreadability, so it introduces historical images into the mass consciousness with high efficiency. It is the perfect embodiment of a historical fake. Historical memes combine mythological representations of the past with current agendas, popular culture stereotypes, and modern media images. By compiling various elements, Internet memes distort historical reality and create new images of historical memory while visualizing them. Internet memes about Peter I illustrate these processes. The Russian Emperor is a highly mythological historical figure in Russia, with his reign, life, and actions being presented as a collection of myths in popular consciousness. These myths include an order to shave beards, the “opening of a window” to Europe, construction of a fleet, and establishment of a Northern capital on marshy lands. These stories are reflected in Internet memes, connecting with the visual characteristics of current events. The practice of combining ideas about the past and the realities of the present allows users to actualize the memory of Peter I in the mass consciousness and fit modernity into the historical context. The case “Peter I and Shrek” shows how the visual image of a historical person becomes a part of digital culture, and the image of mass media acquires the status of historical reality.

Keywords: media environment, images of past, memory studies, wistfulness, visual images, fake

DOI 10.23951/2312-7899-2024-1-9-29

Введение

Становление цифрового общества сопровождается повышенным интересом к истории. Цифровые медиа изменили способы производства исторического знания и конструирования исторической памяти. Оцифровка архивов, исторических источников, научной исторической литературы и свободный доступ к ним сделали возможным подключение к производству исторического знания «умных толп», которые, не являясь профессиональными исследо-

вателями, создают новую историческую информацию для личного потребления. 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, 54]. Краудсорсинговые платформы и социальные сети предоставляют интернет-пользователям широкие возможности не только для изучения истории, но и для производства нового исторического знания, его презентации на виртуальных площадках для широкой аудитории, а также распространения исторической информации в процессе социальной коммуникации [Wolff 2013, 66]. Историческое знание становится обыденным неформальным знанием, доступным каждому, при этом оно несет на себе сильный отпечаток как мировоззренческих установок индивидов, так и стереотипов массовой культуры.

В таких условиях академические исторические исследования перестают быть определяющими для конструирования исторической памяти. Иначе говоря, последняя формируется в первую очередь усилиями интернет-пользователей в виртуальном пространстве. Историческая наука продолжает производить историческое знание, однако личное участие индивидов в создании представлений о прошлом стирает грань между историей и исторической памятью, формирующейся стихийно. Историческое знание, полученное в рамках академической науки, интернет-пользователи присваивают себе, трансформируют, интерпретируют и репрезентируют, делая его частью своей индивидуальной исторической памяти, которая определяет их мировоззрение и идентичность. В то же время индивидуальная память прочно встроена в культурную память сообщества и зависит от нее. Образы массовой культуры определяют сознание современного интернет-пользователя, который через них воспринимает и интерпретирует историческое знание, трансформируя его в индивидуальную и коллективную историческую память.

Визуализация исторической памяти в цифровую эпоху

Процесс трансформации исторических сведений в историческую память в цифровую эпоху происходит под влиянием визуализации прошлого. Представление исторической информации в образной визуальной форме помогает интернет-пользователям лучше усвоить ее и принять, поэтому визуализацию можно рассматривать как инструмент репрезентации истории в медиасреде.

Являясь одним из наиболее эффективных способов представления смыслов и идей, визуализация максимально эффективно воздействует на сознание, трансформирует и перекодирует социальные практики индивидов [Штомпка 2007, 7]. Визуальные образы прошлого выполняют важные социальные функции в современной культуре, так как они составляют неотъемлемую часть иконической инфраструктуры и системы иконических практик. В эпоху цифровых технологий возникают новые возможности для широкого распространения визуальных образов, циркулирующих в медиасреде, способных транслировать представления о прошлом за пределы отдельной исторической эпохи.

Цифровые способы воплощения и трансляции социального и культурного воображаемого порождают непредвиденные эффекты культурной памяти, следуя собственной медийной, экономической и политической логике [Инишев, Бедаш 2016, 20]. Новейшие визуальные образы, создаваемые в рамках коммуникативных практик интернет-пользователями, приобретают самостоятельное значение и независимость от магистральных и традиционных моделей культуры, в то же время не теряя своей связи с ними. Визуальные образы исторической памяти обладают двойственным характером. С одной стороны, они являются неотъемлемой частью современных визуальных представлений, действующих в обществе на данном этапе его развития. С другой стороны, они выступают логическим результатом предшествующих образов и одновременно стимулируют создание новых. Эта амбивалентность детерминирована применением цифровых технологий.

Согласно Д. А. Аникину, плюрализация, полиморфизация и виртуализация являются основными свойствами процесса визуализации исторической памяти в цифровом обществе [Аникин 2017, 37]. Эти характеристики обеспечивают невозможность однозначной интерпретации визуальных знаков, значения исторического контекста, инстанций автора (адресанта) и зрителя (адресата) в процессе семиозиса. Полисемантичность визуальных образов обладает своей собственной, только ей принадлежащей логикой истолкования, которую трудно выразить вербальной формой по модели предложения, так как она не проговаривается, а реализуется в восприятии [Vöhm 2007, 34].

Развитие современных медиа демонстрирует безграничную трансгрессию визуального, создавая условия замещения повседневности виртуальными способами бытия. Неотъемлемым атрибутом повседневного существования человека становится огромное мно-

жество визуальных образов, мгновенно воспроизводимых в медиапространстве в самых разнообразных форматах, из которых фото и видео являются самыми распространенными. Визуальные образы создаются и распространяются через сеть Интернет с невероятной быстротой, а полисемантичесность их значений приводит к размытию культурных границ между прошлым и настоящим, приемлемым и неприемлемым, дозволенным и запрещаемым, красивым и неэстетичным [Ищенко 2016, 23–24]. Повышенная экспансивность медиа становится главным признаком цифровой эпохи, влияя на эмоциональные аспекты восприятия современного человека и изменяя их.

Отметим, что эмоциональная составляющая является атрибутивной характеристикой практик конструирования визуальной исторической памяти. Визуальные образы обладают экспансивностью, они стремятся вызвать сильные эмоции и призывают к их объяснению с помощью вербальных уточнений. Между характеристиками изображения и его эмоциональным содержанием существуют устойчивые корреляционные связи, поэтому визуализация истории воспринимается человеком на уровне эмоций.

Эмоциональность исторической памяти можно объяснить через концепцию «присутствия» (presence) [Runia 2006, 5], комфортного пребывания индивида в воображаемой реальности с предметами или субъектами, отсутствующими непосредственно в физической реальности. Феноменология присутствия связана с отчетливыми и вместе с тем несколько иллюзорными ощущениями пребывания где-то в ином месте, погружения в новую среду, мгновенного перемещения в непривычное пространство. Процесс формирования исторической памяти на основе визуальных образов вызывает чувство утраты прошлого, что приводит к нарастанию «тоски» по потерянному времени. Возникает стремление человека к «присутствию» в прошлом, по сути, погружению в историческую реальность, для того чтобы преодолеть исторические разрывы [Жарчинская 2014, 97]. Это «присутствие», возможное в цифровую эпоху виртуально, позволяет человеку эмоционально и наглядно прочувствовать связь с событиями, предметами и людьми прошлых эпох. Фотографии, кинофильмы, художественные произведения, компьютерные игры, интернет-мемы, создавая виртуальные исторические образы, обеспечивают этот эффект присутствия.

Симуляция исторической реальности в визуальных образах

Тотальная виртуализация бытия современного человека и связанная с ним «тоска» по прошлому вызваны его погружением в меди-апространство. В массовом сознании прошлое воспринимается как ушедшая реальность, поэтому «тоска» – это всегда тоска по реальному. Феномен популярности визуальных исторических образов, претендующих на историческую объективность и достоверность, – это проявление тоски по реальности как утраченному референту. В современных медиа наблюдается тренд к «фетишизации» прошлого, проявляющийся в стремлении к визуальному реализму в воссоздании исторических эпох, а также в уделении внимания истории повседневной жизни, «бытовым мелочам», определяющим восприятие ушедшей реальности. Тоска по прошлому связана с тем, что человек все более утрачивает историческое измерение [Дёмин 2018, 108–109]. Она является не только индикатором «конца истории», превращения исторической реальности в гиперреальность, но также одним из способов симуляции и семиотизации бытия.

По мнению Ж. Бодрийяра, который рассматривал историю как утраченный референт, то есть миф, визуализация является частью структуры симуляции исторической реальности. Более того, он полагал, что именно визуализация открывает эру симуляции, заставляя оживать утраченные мифы и вызывая агонию сильных референтов, агонию реального и рационального. Вместо исторической реальности возникают «фантазмы прошлого, коллекция из событий, идеологий, течений моды в стиле ретро» [Бодрийяр 2015, 63]. Люди верят в них, строят на причастности к ним свои надежды и проекты будущего потому, что в бесконечном потоке изменяющейся информации и на фоне перманентной трансформации реальности, а также моральных ценностей, моделей поведения и жизненных ориентиров в истории они видят что-то постоянное. В погоне за стабильной реальностью люди «вспоминают вперемешку любой контент, беспорядочно воскрешают всю предыдущую историю – ни одна идея не проходит больше квалификационного отбора, одна лишь ностальгия накапливается без конца» [Бодрийяр 2015, 63].

Визуальные образы исторической памяти воспринимаются человеком как воссоздание в настоящем прошлого, того, что было. Между тем, как отмечал основоположник теории «мест памяти» П. Нора, «...история – это всегда проблематичная и неполная реконструкция того, чего больше нет, а “память” – это всегда акту-

альный феномен, переживаемая связь с вечным настоящим» [Нора 1999, 20]. Стирание границы между историей и исторической памятью в медиасфере превращает реальность прошлого в иллюзию. Визуальные образы более не репрезентируют «историческую реальность», они производят эффект реальности. Как точно замечает В. В. Савчук, «...образы подменяют реальность, что, в свою очередь, ведет к утрате подлинности, рождая феномен симуляции реальности. Образы переходят в нас, мы начинаем видеть образами, симулируя; они заменяют непосредственный опыт» [Савчук 2012, 277]. Ни история, ни историческая память уже не могут быть надежными хранителями прошлого. Оно разбивается на фрагменты, которые актуализируются в силу тех или иных обстоятельств, испытывая на себе глобальное влияние повестки дня и сиюминутных интересов публики.

Вольные отношения с историей, с событийным прошлым, выражаемые в множественности оценок и интерпретаций исторических событий, превратили историю в бесконечные «ремейки» самой себя. История стала «собранием мифов», самым ярким симулякром постмодернистского общества симулякров, «связанным с “историческим реальным” не больше, чем современная живопись связана с классическим изображением реального» [Бодрийяр 2015, 65]. Отметим, что визуальные исторические образы воспроизводят не реальную действительность, а желаемое положение вещей. Формируя социальные предпочтения и ожидания, поддерживая идентичность и целостность группы, т. е. конструируя прошлое, они создают настоящее. Специфика исторической памяти позволяет использовать реальные исторические образы как инструмент для отображения и изменения реалий сегодняшнего дня [Худякова, Путилова 2014, 744]. Визуализация истории отражает не столько проблемы прошлого, представленные в интерпретируемых событиях, сколько проблемы наличного времени, они референтны не истории, а современности. Различные формы самоидентификации и репрезентации истории неслучайно имеют визуальный характер. Именно визуализация позволяет вписать прошлое в контекст современности, создавая простор для интерпретаций и мгновенного распространения представлений о нем. Тем самым визуализация служит средством трансформации исторической памяти, так как произвольное соединение образов настоящего и прошлого не может не влиять на представления о реальности.

Р. Барт полагал, что визуализация имеет два уровня значений: денотативный, который отражает реальность, и коннотативный,

который отображает, как она воспринимается человеком и обществом. Коннотативное значение отражает историческую реальность в том виде, в каком она представлена в сознании индивидов, и в этом качестве оно более исторично, чем денотативное [Барт 2003, 378–392], в том смысле, что именно на этом уровне производится конструирование образов прошлого. Один из способов коннотации визуальных образов заключается в дополнении их текстовыми комментариями, что увеличивает возможности понимания и интерпретации визуального содержания сообщения. Сегодня самым распространенным визуальным образом с текстовым комментарием является интернет-мем [Рыжков 2021; Щурина 2023], который в современной медиасфере приобретает все большее значение как конструкт и репрезентатор исторической памяти.

Визуализация прошлого в интернет-мемах: методология исследования

Интернет-мемы являются неотъемлемой частью современной цифровой культуры. Как правило, они представляют собой графические изображения, сопровождаемые текстовым комментарием; основным каналом их распространения становятся социальные сети. Интернет-мемы представляют собой креолизованные тексты [Косенко 2020; Юйсинь 2021; Маричев 2022], сочетающие вербальные и невербальные компоненты с целью визуализации информационного сообщения. Визуальный элемент креолизованного текста служит для того, чтобы полнее раскрыть вербальное сообщение или же придать ему новое значение [Голованова, Часовский 2015, 136]. Креолизацию М. Б. Ворошилова связывает с повсеместным распространением в сетевом дискурсе стремления к визуализации информации [Ворошилова 2013, 26–29].

Как известно, понятие «мем» в качестве обозначения единицы передачи культурной информации было введено Р. Докинзом. Данным термином стали обозначать все, что составляло содержание сознания: идеи, образы, знаки, символы, стереотипы и т. д. Популярность теории способствовала организации исследований мемов в особое научное направление — меметику [Hofstadter 1986; Blackmore 1999]. Однако абсолютизация мема как конструкта сознания способствовала быстрой дискредитации меметики как науки, и уже в 2000-е годы его стали рассматривать в более узком значении – в качестве медиамема или интернет-мема [Johann, Bülov 2019, 1721–1722]. Интернет-мем L. Shifman определила как «группу циф-

ровых элементов, имеющих общие характеристики содержания, формы и / или выражаемой позиции, которые созданы с осознанием соответствия друг другу и были распространены, имитированы и / или преобразованы через Интернет многими пользователями [Shifman 2014, 41].

Интернет-мемы можно рассматривать как один из способов визуализации информационных сообщений и инструмент коммуникации в цифровой среде. Интернет-пользователи вынуждены его использовать в условиях информационной перегрузки и ограниченного времени в целях быстрого и эффективного реагирования на текущие события в различных коммуникативных ситуациях [Nissenbaum, Shifman 2018, 297–298]. В качестве коммуникационного инструмента интернет-мемы отражают определенную точку зрения социальных акторов на общественно-значимые события и выступают способом эмоционального реагирования на информационные сообщения в публичном и приватном медиапространстве.

Формат интернет-мема дает пользователям возможность создавать любую интерпретацию событий, проводя аналогии с прошлым либо используя визуальные исторические образы. История в мемах представляет собой воплощение идеологизированного восприятия исторического события. Наряду с конкретным знанием о прошлом исторический интернет-мем обязательно содержит в себе элементы мифа, поскольку он не ограничен необходимостью следовать исторической достоверности, сведениям исторических источников и научной литературы. Распространение мема вирусным путем приводит к его частичному изменению и постоянным модификациям. В процессе перманентной трансформации он изменяет информацию и в силу этого вносит определенные искажения в представления о прошлом. Даже если искажение или фальсификация истории не являются целью, они могут происходить независимо от желания или сознания пользователей, поскольку интернет-мем создается путем объединения различных фрагментов информации, которые могут быть не связаны друг с другом, что естественным образом приводит к уходу от исторической достоверности. Интернет-мемы, превращая исторический факт в эмоциональное послание и придавая историческим событиям новые смыслы, способны влиять на их восприятие аудиторией. Используя юмор, иронию, сарказм, гротеск интернет-пользователи демонстрируют с их помощью свое отношение к прошлому, одновременно формируя определенное представление о истории. Наш тезис может быть доказан вирусным распространением интернет-мемов,

так как каждый коммуникант, трансформировав сообщение либо переслав его или просто одобрив в социальных медиа, тем самым принимает предлагаемую точку зрения [Артамонов, Тихонова 2020; Артамонов 2022].

Эмоциональность интернет-мемов вытесняет достоверность, поскольку информация, распространяемая ими, воспринимается пользователями на эмоциональном уровне, вынося за рамки вопросы о ее надежности. В эпоху постправды, когда фейковые новости становятся значимой частью медиaprостранства, интернет-мем может рассматриваться как идеальное воплощение фейка, который использует визуальные образы прошлого для внедрения искаженных представлений об истории в коллективную память локальных сетевых сообществ.

Интернет-мем в силу своей комплексной природы в целом обнаруживает черты знака-индекса, знака-иконы и знака-символа, вследствие чего представляется возможным применение семиотического подхода к его исследованию. Данный подход в основном является качественно-интерпретативным, предполагающим фокусирование на изучении знаков и текстов с последующей интерпретацией и декодированием. Основой метода изучения интернет-мемов является анализ отношений между изображениями, текстом и значениями, служащими для создания социальных или политических сообщений, формирования эмоций либо даже просто для того, чтобы быть забавным и развлечь пользователей. Встраивание в структуру интернет-мема мифоэлементов позволяет охарактеризовать его как семиологическую систему второго порядка, в которой знак (совокупность понятия и формы) становится означающим (простой формой). Методика исследования мифа позволяет расшифровывать значение интернет-мема как способа восприятия действительности и средства выражения представлений о прошлом.

Кроме семиотического анализа в данной работе применялись методы дискурс-анализа, отдельные элементы контент-анализа, метод классификации и типологизации, а также метод включенного наблюдения, заключающийся в отслеживании авторами процессов генерации новых интернет-мемов в социальных сетях. В качестве эмпирического материала были отобраны интернет-мемы, созданные на основе изображений Петра I, упоминающие его имя в текстовой форме или имеющие отсылки к истории и мифологии петровской эпохи. Сбор материала осуществлялся через поисковые системы Yandex и Google, которые выводили на сайты-агрегаторы интернет-мемов, публикующие самые распространенные из них и

часто используемые в социальных медиа. Интерес пользователей к интернет-мему в социальных сетях проверялся путем непосредственного наблюдения за его распространением и откликом аудитории, который выражался в лайках, репостах или просмотрах.

Образ Петра I в интернет-мемах: метаморфозы исторической памяти

По данным социологических опросов Петр I с 1989 г. занимает первые строчки рейтинга выдающихся исторических личностей, называемых россиянами. Согласно одному из опросов 2021 г. на эту тему, Петр I стал четвертым в списке самых известных исторических деятелей. Устойчивая популярность этого российского императора и относительная деполитизированность его образа, в отличие от Ивана Грозного, Сталина и Ленина, вызывающих общественную конфронтацию, дают возможность объективно рассматривать процесс визуализации памяти об исторической личности в интернет-мемах.

Образ Петра I как исторической личности и олицетворения определенной эпохи широко распространен в массовой культуре и закреплен в исторической памяти при помощи мифов. Он является одним из самых мифологизированных образов российской истории. Интернет-мемы с Петром I имеют широкое распространение и отражают весь спектр мифологических представлений об этом императоре. В то же время мемы с его изображением вписаны в повестку дня, что также говорит об актуальности данного образа в исторической памяти.

Один из основных исторических мифов о Петре I связан в массовом сознании с его деятельностью по европеизации России. Этот миф в исторической памяти функционирует в виде стихотворной метафоры «В Европу прорубить окно» из поэмы А. С. Пушкина «Медный всадник». Образ Петра I, «прорубающего окно в Европу», стал важнейшим культурным и историческим символом, визуализированным в огромном количестве графических изображений, которые стали основой интернет-мемов, возникших после 2014 г., когда актуализировалась тема политического и культурного противостояния России и Запада.

Интернет-пользователи, взяв за основу портрет российского императора 1838 г. кисти французского художника Поля Деларош, стали создавать интернет-мемы, выражающие эмоциональную реакцию на события повестки дня с характерными подписями якобы

от имени Петра I: «Прорубил окно. Чувствую, кривовато вышло!»; «Окно в Европу срочно заколотить! Нынче вид из него ужасный!»; «А Нарва-то русский город!!! Пора ему возвращаться!!! Хватит болтаться по европомойкам». Однако в этих интернет-мемах можно увидеть не только политическую повестку, но и репрезентацию мифа о Петре I как императоре-строителе, создателе российского государства. Примечателен в этом отношении мем, сравнивающий Петра Великого и украинского президента Петра Порошенко: «Оба Петра хотели в Европу. Один для этого поднял страну, а другой ее разрушил».

Другим важным мифом о Петре I для исторической памяти россиян является образ царя-реформатора. Появление в социальных сетях и обостренное внимание СМИ в 2016 г. к деструктивной игре «Синий кит» породило интернет-мем с портретом императора: «Игра “Русский кит”. Вырежи флот у себя на руке. Разбуди меня в 17:21». Вряд ли сама игра ассоциировалась с образом российского царя, скорее, здесь сработала сложная ассоциация «кит–море–флот–Петр I». Это вполне объяснимо, если принять во внимание, что мифологическое представление о Петре I как создателе русского флота – одно из самых сильных. Реформаторский миф конкретизируется также образом царя-государственника, основавшего бюрократическую машину и отличавшегося строгостью к чиновничьему сословию. Этот образ использован интернет-мемом, где царь приказывает: «Указую общаться токмо через СЭД, чтоб дурь каждого видна была!» Здесь обыгрывается известная цитата, приписываемая императору, якобы определившему ею свое отношение к чиновничеству. В условиях повсеместного распространения систем электронного документооборота этот мем вряд ли можно считать локальным.

Большое количество Интернет-мемов представляет Петра I в образе великого правителя и просто успешного человека. В этом отношении показательны мемы: «Это Петя. Петя умный, будь как Петя!», – а также мем с изображением портрета императора и памятника ему работы Э. Фальконе, проводящий прямую ассоциацию с узнаваемой рекламой Old Spice, где чернокожий мужчина произносит: «Взгляните на своего мужчину и на меня, на своего мужчину и снова на меня. Да, я на коне!» Как успешный руководитель государства Петр I представлен в интернет-меме, в котором изображен вместе с Бироном, Петром III и Павлом I, где указывается, что именно он сделал «99% всей работы». Этот мем своеобразно визуализирует значение Петра I для истории XVIII в. и последую-

щего развития страны. Также нельзя обойти вниманием и расхожий образ Петра I, бреющего бороды боярам. Нужно сказать, что этот миф имеет давнюю визуальную традицию, начало которой было положено в знаменитом лубке «Цирюльник хочет раскольнику бороду стричь». Примечательно, что в изображении цирюльника на этой лубочной картине историческая память народа узнает именно русского царя. Один из интернет-мемов на эту тему очень ироничен: «Я сбрил бороды, а чего добился ты?».

Значительная часть интернет-мемов посвящена обыгрыванию факта первенства российского императора как первого носителя имени Петр в династии Романовых. В популярном интернет-меме «Карл!», созданном на основе кадра из сериала «Ходячие мертвецы», приведен вымышленный диалог между Петром I и Карлом XII. Российский император настаивает в нем, что он победил в Северной войне, потому что «Первый», а Карл XII проиграл просто потому, что он «Двенадцатый», и до него уже было одиннадцать Карлов. Несмотря на ироничный характер интернет-мема, в нем можно увидеть желание пользователей утвердить значимость Петра I и как победителя в войне со Швецией, и как главного героя российской истории. Очень часто Интернет-мемы представляют Петра I как человека, многое сделавшего в России впервые. Самый известный подобный мем: «Петр I – первый хипстер российской империи», – подпись к которому гласит, что тот «был в курсе западных трендов, носил вещи от европейских дизайнеров, носил усы и завивал их, основал стартап по производству современных гаджетов на Урале, обожал хэндмейд, был очень креативным, курил трубку, переехал в Питер». В этих Интернет-мемах обыгрывается миф о Петре I как о первенствующем персонаже русской истории и культуры.

Строительство Санкт-Петербурга Петром I является магистральной темой большого количества интернет-мемов. В них визуализирован миф об основании Северной столицы российской империи на болотистой местности. Так, в популярный интернет-мем «Школьник в болоте» пользователи вклеили портрет Петра I и придумали подпись: «Когда нашел место, где построишь город». Также в пример можно привести фотожабу с надписью: «Когда спрашивают, где будем строить город!» – с изображением Петра I, указывающего на болото.

Особенностью визуализации этого «болотного» мифа является органичное соединение образов истории и массовой современной культуры, которое приводит к метаморфозам исторической памя-

ти. Интернет-пользователи нашли забавным соединением образов первого российского императора и главного героя мультфильма киностудии Dreamworks Pictures «Шрек», которое было сделано простым добавлением цитаты из этого анимационного произведения «Осел! Нет никаких “мы”, нет никакого “наше”. Есть только я и мое болото! – Шрек» на портретное изображение Петра I в зеленом мундире Преображенского полка. Этот интернет-мем, появившейся в январе 2017 г. в паблике «Деградач» в социальной сети «ВКонтакте» вызвал несколько волн распространения, в которых пользователи не просто проводили параллели между историческим и анимационным персонажами, а утверждали, что речь идет об одном и том же герое. Мем «Ой, извини, два одинаковых фото скинул» с портретами Петра I и Шрека, пожалуй, здесь самый красноречивый. Вслед за интернет-мемами появились и видеоролики, где молодые авторы в духе «Новой хронологии» А. Т. Фоменко доказывали, что Петр Первый был Шреком. Самым ярким произведением в этом отношении стал видеобзор на YouTube-канале «Пентиумбич» с названием «Питерский Шрек: вся правда».

Для интернет-пользователей аргументом сближения Петра I и Шрека стал зеленый цвет болотного орка и мундира российского императора, а также место проживания сказочного персонажа на болотах и строительство на них же Санкт-Петербурга. Этого оказалось достаточно, чтобы возникло несколько волн «Шрек-репликации». Мультипликационного героя неоднократно изобразили в ситуациях, связанных с постройкой Петром I города на болотах. Так, был создан интернет-мем на основе анимационного кадра из мультфильма, где Шрек в костюме XVII века изображен на болоте, с надписью: «Ооо... Вот тут и будем строить Питер! © Петр I». Также на основе кадра из мультфильма, где Шрек и его жена Фиона показаны на фоне моря и крепостных стен, смонтирован мем с надписью: «Петр Первый и Екатерина Первая на набережной Невы. Санкт-Петербург, 1722 г. Фото в цвете». Имели место и другие вариации данного образа, сближающего императора и персонажа сказки. Например, мем «Грустный Шрек», представляющий собой фотографию мягкой игрушки, которая висит на набережной и с грустью смотрит вдаль, а подпись «Когда на твоём болоте построили Питер» однозначно объясняет причину грусти «героя».

В приведенных примерах можно увидеть, что появление мемов представляет собой реакцию интернет-пользователей на культурные штампы, актуализировавшиеся в массовом сознании. Кроме того, эти примеры демонстрируют ироничное отношение интер-

нет-аудитории к настоящему, выражаемое через эксплуатацию образов прошлого. Визуализация образа Петра I в интернет-мемах показывает, что историческая память о нем в современном обществе конструируется на основе мифологических представлений, сочетающихся с популярными образами массовой культуры. Интернет-мемы становятся визуальными аргументами мифа, служащими интернет-пользователям указанием на конструируемую наглядность социальной реальности вместо ее объяснения. Миф о Петре I представляет собой мечту о прошлом [Мелик-Гайказян 2022], являющуюся альтернативой не только мечте о будущем, но и актуальному настоящему. Именно поэтому в мифе о Петре I присутствует определенное влияние повестки дня на формирование представлений о личности первого российского императора, которые очень часто не просто далеки от действительности, а имеют признаки искажения и фальсификации. Однако интернет-пользователи оставляют это без внимания, поскольку фейки для них давно стали привычной частью медиасреды.

Заключение

В цифровую эпоху интернет-мемы становятся маркерами актуальности образов прошлого в исторической памяти. Они показывают, какие исторические события, личности, мифы востребованы, обеспечивая их восприятие через ассоциации с образами массовой культуры и проведение аналогий с повесткой дня. Возможности интернет-мемов по визуализации исторической памяти усиливают эмоциональную составляющую восприятия прошлых событий, вызывая чувство тоски по ушедшей реальности. Эта тоска размывает границу между историческим знанием и исторической памятью, создавая иллюзию симуляции исторической действительности в виртуальном пространстве. Интернет-мемы становятся коммуникационным инструментом конструирования визуальных представлений о прошлом, а соединение символических элементов прошлого и настоящего в интернет-мемах способствует визуализации истории, но также может приводить к созданию исторических фейков.

Визуализация исторической памяти в интернет-мемах о Петре I демонстрирует полисемантическую его образ, которая позволяет превращать представления о нем в эмоционально насыщенные фейки, характерные для эпохи постправды. Интернет-мемы о Петре I являются идеальным воплощением исторических фейков, по-

явление которых обусловлено трансформацией мифа в цифровую форму. Мифы о петровской эпохе, связанные с личностью первого российского императора, в цифровой среде обретают новое значение, актуализируются в массовом сознании и определяют его восприятие пользователями. Интернет-мемы служат для них способом репрезентации представлений о прошлом, который дает возможность создавать яркие эмоциональные визуальные образы, органично вписывающиеся в контент социальных медиа. В цифровую эпоху история сохраняет свою значимость, однако ее дидактическая роль как «наставницы жизни» уменьшается, и она все больше превращается в средство развлечения. Образы прошлого все чаще используются для выражения мировоззренческих установок пользователей Интернета и служат материалом для выражения их точки зрения на текущие события.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Аникин 2017 – *Аникин Д. А.* Визуализация исторической памяти в сетевом обществе: методологические основания исследования // *Logos et praxis*. 2017. Т. 16, № 3. С. 32–39.
- Артамонов 2022 – *Артамонов Д. С.* Мультипликация как форма медиапамяти: образ Петра I в анимационных фильмах // *Российский гуманитарный журнал*. 2022. Т. 11, № 2. С. 142–148.
- Артамонов, Тихонова 2020 – *Артамонов Д. С., Тихонова С. В.* От мифов о прошлом к мифологизации времени в цифровой медиасреде // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Сер. Философия. Психология. Педагогика*. 2020. Т. 20, № 3. С. 234–239.
- Барт 2003 – *Барт Р.* Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Изд-о им. Сабашниковых, 2003.
- Бодрийяр 2015 – *Бодрийяр Ж.* Симулякры и симуляции. М.: ПОСТУМ, 2015.
- Ворошилова 2013 – *Ворошилова М. Б.* Политический креолизованный текст: ключи к прочтению. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2013.
- Голованова, Часовский 2015 – *Голованова Е. И., Часовский Н. В.* Интернет-мем как элемент визуализации в СМИ // *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*. 2015. № 5 (360). С. 135–141.
- Дёмин 2018 – *Дёмин И. В.* Кино как симуляция исторической реальности в концепции Жана Бодрийяра // *Вояджер: мир и человек*. 2018. № 10. С. 105–110.

- Жарчинская 2014 – *Жарчинская К. А.* Миф и историческая память: образы славянской «традиции» в социальных сетях // Вестник Томского государственного университета. История. 2014. № 4 (30). С. 97–103.
- Зотов, Лысенко 2010 – *Зотов В. В., Лысенко В. А.* Коммуникативные практики как теоретический конструкт изучения общества // Теория и практика общественного развития. 2010. № 3. С. 53–55.
- Инишев, Бедаш 2016 – *Инишев И. Н., Бедаш Ю. А.* Визуальное, социальное, образное: зрительное восприятие как фактор современной культуры // ПРАЭНМА. Проблемы визуальной семиотики. 2016. № 1 (7). С. 9–25.
- Ищенко 2016 – *Ищенко Е. Н.* «Визуальный поворот» в современной культуре: опыты философской рефлексии // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. Философия. 2016. № 2 (20). С. 16–27.
- Косенко 2020 – *Косенко В. С.* Креолизованный текст как полилингвиальный феномен // Полилингвиальность и транскультурные практики. 2020. Т. 17, № 3. С. 385–396.
- Маричев 2022 – *Маричев М. Д.* Особенности креолизованного текста и его классификация // E-Scio. 2022. № 6 (69). С. 150–156.
- Мелик-Гайказян 2022 – *Мелик-Гайказян И. В.* Семиотическая диагностика расщепления траекторий мечты о прошлом и мечты о будущем // История: электронный научно-образовательный журнал. 2022. Т. 13, вып. 4 (114). DOI: 10.18254/S207987840021199-7. URL: <https://history.jes.su/s207987840021199-7-1/>
- Нора 1999 – *Нора П.* Между памятью и историей. Проблематика мест памяти // Франция-Память. СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 1999. С. 17–50.
- Рыжков 2021 – *Рыжков К. Л.* Интернет-мемы как новое социально-культурное явление // Человек и культура. 2021. № 4. С. 143–150.
- Савчук 2012 – *Савчук В. В.* Медиафилософия. Приступ реальности. СПб. : Изд-во РХГА, 2012.
- Худякова, Путилова 2014 – *Худякова Е. В., Путилова Е. В.* «Воплощенная» история: власть визуального образа на пересечении истории памяти и истории повседневности // Вестник Башкирского университета. 2014. Т. 19, № 2. С. 741–745.
- Штомпка 2007 – *Штомпка П.* Визуальная социология. М.: Логос, 2007.
- Щурина 2023 – *Щурина Ю. В.* Интернет-мемы в современной коммуникации: адаптация и прагматический потенциал // Коммуникативные исследования. 2023. Т. 10, № 3. С. 558–576.

- Юйсинь 2021 – Юйсинь Л. Средства воздействия на адресата с помощью креолизованного текста социальной рекламы // Современное педагогическое образование. 2021. № 1. С. 147–151.
- Blackmore 1999 – *Blackmore S.* The Meme Machine. Oxford: Oxford University Press, 1999.
- Böhm 1996 – *Böhm G.* Wie Bilder Sinn erzeugen. Die Macht des Zeigens. Berlin: Berlin University Press, 1996.
- Hofstadter 1986 – *Hofstadter D. R.* Metamagical Themas. Questing for the Essence of Mind and Pattern. New York: Basic Books, 1986.
- Johann, Bülov 2019 – *Johann M., Bülov L.* One Does Not Simply Create a Meme: Conditions for the Diffusion of Internet Memes // International Journal of Communication. 2019. Vol. 13. P. 1720–1742.
- Nissenbaum, Shifman 2018 – *Nissenbaum A., Shifman L.* Meme Templates as Expressive Repertoires in a Globalizing World: A Cross-Linguistic Study // Journal of Computer-Mediated Communication. 2018. Vol. 23. P. 294–310. DOI: 10.1093/jcmc/zmy016
- Runia 2006 – *Runia E.* Presence // History and Theory. 2006. № 45. P. 1–29. DOI: 10.1111/j.1468-2303.2006.00346.x
- Shifman 2014 – *Shifman L.* Memes in Digital Culture. Cambridge, MA: MIT Press, 2014. 200 p.
- Wolff 2013 – *Wolff R. S.* The Historian's Craft, Popular Memory, and Wikipedia // Writing History in the Digital Age. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2013. P. 64–74.

REFERENCES

- Anikin, D. A. (2017). Visualization of historical memory in a network society: methodological foundations of the study. *Logos et praxis*, 16(3), 32–39. (In Russian).
- Artamonov, D. S. (2022). Animation as a form of media memory: the image of Peter I in animated films. *Rossiyskiy gumanitarnyy zhurnal*, 11(2), 142–148. (In Russian).
- Artamonov, D. S., & Tikhonova, S. V. (2020). From myths about the past to the mythologization of time in the digital media environment. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya Filosofiya. Psikhologiya. Pedagogika*, 20(3), 234–239. (In Russian).
- Barthes, R. (2003). *The fashion system. Articles on semiotics of culture.* Izdatel'stvo im. Sabashnikovykh. (In Russian).
- Baudrillard, J. (2015). *Simulacra and simulation.* POSTUM. (In Russian).
- Blackmore, S. (1999). *The Meme Machine.* Oxford University Press.

- Böhm, G. (1996). *Wie Bilder Sinn erzeugen. Die Macht des Zeigens*. Berlin University Press.
- Demin, I. V. (2010). Cinema as a simulation of historical reality in Jean Baudrillard's conception. *Voyadzher: mir i chelovek*, 10, 105–110. (In Russian).
- Golovanova, E. I., & Chasovskiy, N. V. (2015). Internet meme as an element of visualization in the media. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie*, 5(360):94, 135–141. (In Russian).
- Hofstadter, D. R. (1986). *Metamagical Themas. Questing for the Essence of Mind and Pattern*. Basic Books.
- Inishev, I. N., & Bedash, Yu. A. (2016). The visual, social, and imaginative: Visual perception as a factor of contemporary culture. *ΠΡΑΞΗΜΑ. Journal of Visual Semiotics*, 1(7), 9–25. (In Russian).
- Ishchenko, E. N. (2016). “Visual turn” in modern culture: experiences of philosophical reflection. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofiya*, 2(20), 16–27. (In Russian).
- Johann, M., & Bülov, L. (2019). One Does Not Simply Create a Meme: Conditions for the Diffusion of Internet Memes. *International Journal of Communication*, 13, 1720–1742.
- Khudyakova, E. V., & Putilova, E. V. (2014). “Embodied” history: the power of the visual image at the intersection of the history of memory and the history of everyday life. *Vestnik Bashkirskogo universiteta*, 19(2), 741–745. (In Russian).
- Kosenko, V. S. (2020). Creolized text as a multilingual phenomenon. *Polilingvial'nost' i transkul'turnye praktiki*, 17(3), 385–396. (In Russian).
- Marichev, M. D. (2022). Features of creolized text and its classification. *E-Scio*, 6(69), 150–156.
- Melik-Gaykazyan, I. V. (2022). Semiotic diagnostics of the trajectory splitting between a dream of the past and dream of the future. *Istoriya*, 13:4(114). doi: 10.18254/S207987840021199-7 (In Russian).
- Nissenbaum, A., & Shifman, L. (2018). Meme Templates as Expressive Repertoires in a Globalizing World: A Cross-Linguistic Study. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23, 294–310. doi:10.1093/jcmc/zmy016
- Nora, P. (1999). Between memory and history: Leslieux de mémoire. In P. Nora et al., *Frantsiya-Pamyat'* [France-Memory]. St. Petersburg State University, 17–50. (In Russian).
- Runia, E. (2006). Presence. *History and Theory*, 45, 1–29. doi: 10.1111/j.1468-2303.2006.00346.x

- Ryzhkov, K. L. (2021). Internet memes as a new socio-cultural phenomenon. *Chelovek i kul'tura*, 4, 143–150. (In Russian).
- Savchuk, V. V. (2012). *Mediafilosofiya. Pristup real'nosti* [Media philosophy. Attack of reality]. Izdatel'stvo RKhGA. (In Russian).
- Shchurina, Yu. V. (2023). Internet memes in modern communication: adaptation and pragmatic potential. *Kommunikativnye issledovaniya*, 10(3), 558–576. (In Russian).
- Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culture*. MIT Press.
- Sztompka, P. (2007). *Visual sociology*. Logos. (In Russian).
- Voroshilova, M. B. (2013). *Politicheskiy kreolizovannyi tekst: klyuchi k prochteniyu* [Political creolized text: keys to reading]. Ural State Pedagogical University. (In Russian).
- Wolff, R. S. (2013). The Historian's Craft, Popular Memory, and Wikipedia. In J. Dougherty & K. Dombkowski Nawrotzki, *Writing History in the Digital Age* (pp. 64–74). University of Michigan Press.
- Yuxin, L. (2021). Means of influencing the addressee using a creolized text of social advertising. *Sovremennoe pedagogicheskoe obrazovanie*, 1, 147–151. (In Russian).
- Zharchinskaya, K. A. (2014). Myth and historical memory: images of Slavic "tradition" in social networks. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Istoriya*, 4(30), 97–103. (In Russian).
- Zotov, V. V., & Lysenko, V. A. (2010). Communicative practices as a theoretical construct for studying society. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, 3, 53–55. (In Russian).

Материал поступил в редакцию 21.04.2020

Материал поступил в редакцию после рецензирования 03.12.2023