

АРТАМОНОВ Д. С.

Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского

МЕДИАПАМЯТЬ: МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Аннотация. Статья посвящена проблеме конструирования представлений о прошлом в медиасреде. В цифровую эпоху представления о прошлом создаются массами интернет-пользователей, которые демонстрируют свои интерпретации истории в социальных сетях. Инструментами воспроизводства образов прошлого стали информационные фейки, цифровые фотографии и селфи, интернет-мемы, компьютерные игры, фанфики и видеоролики на историческую тематику, создаваемые интернет-пользователями в огромном количестве.

Ключевые слова: коллективная память, медиапамять, образы прошлого, социальные медиа, сетевой контент.

ARTAMONOV D. S.

Saratov National Research State University them. N. G. Chernyshevsky

MEDIA MEMORY: RESEARCH METHODOLOGY

Abstract. The article is devoted to the problem of constructing ideas about the past in the media environment. In the digital age, representations of the past are created by the masses of Internet users who demonstrate their interpretations of history on social networks. Information fakes, digital photos and selfies, Internet memes, computer games, fan fiction and historical videos created by Internet users in huge numbers have become tools for reproducing images of the past.

Keywords: collective memory, media memory, images of the past, social media, network content.

Философская мысль, обращавшаяся к проблеме памяти, не ограничивалась только ее индивидуальным аспектом. Философы осознавали, что помимо воспоминаний, возникающих из личного опыта, в сознании присутствуют представления о прошлом, которые формируются коллективно внутри общества. Эти коллективные воспоминания пронизывают язык, знаки, ритуалы и другие аспекты коммуникативного социального действия.

Изучение социальной природы памяти началось в конце XIX и начале XX веков, когда философы и социологи, такие как А. Варбург, А. Бергсон, Э. Дюркгейм и М. Хальбвакс начали исследовать коллективные представления о прошлом. Понимание коллективной памяти стало одной из тем философского осмысления для Дж. Г. Мида, А. Шюца, П. Бергера, Т. Лукмана и Н. Лумана, которые интегрировали его в теорию социального конструктивизма. Эти философы утверждали, что память играет важную роль в создании социальной реальности через развитие социальных отношений. Рассматривая символическую знаковую систему коллективной памяти, они показали ее коммуникативную природу. Это стало основой для теоретиков коммуникации, таких как М. Маклюэн и Ю. Хабермас, рассматривающих коллективную память в контексте коммуникационных процессов.

Коммуникационная парадигма в исследовании коллективной памяти является наиболее перспективной, особенно в современном цифровом обществе. Это связано с тем, что коллективно разделяемые представления о прошлом формируются в ходе реализации социальных отношений и подвержены влиянию процессов коммуникации. Ю. М. Лотман и Я. Ассман рассматривали концепции культурной и коммуникативной памяти в контексте устной и письменной коммуникации, а другие исследователи, такие как Дж. Олик, М. Феррарисс, Дж. Фентресс, и К. Уайкем, подчеркивали коммуникативные аспекты коллективной памяти, однако они не уделяли достаточного внимания роли медиа в процессе конструирования представлений о прошлом.

В современных теориях цифровой памяти Дж. Гарде-Хансена и Э. Хоскинса, уделяется большое внимание коммуникативным характеристикам памяти в цифровой эпохе, но, тем не менее, эти концепции не учитывают специфику коммуникативного пространства цифровой среды, а также важность медиа в формировании социальных взаимодействий и коммуникации. Таким образом, существующие теории коллективной памяти не могут полностью объяснить механизмы конструирования и функционирования представлений о прошлом, особенно в эпоху цифровых медиа.

В цифровую эпоху появляется новая форма коллективной памяти – медиапамять, которая представляет собой уникальный коммуникационный механизм для формирования представлений о прошлом с использованием медиа. Она включает в себя каналы коммуникации, информационные цифровые технологии, практики коммеморации, стратегии визуализации, способы репрезентации и распространения исторических образов. Эти элементы перешли в цифровой мир и сегодня стали его ключевыми характеристиками.

Медиапамять представляет собой особый коммуникационный феномен, синтезировавший в себе различные формы коллективной памяти,

характерные для эпохи доцифровых технологий: коммуникативную память, культурную память, социальную память и историческую память. Эта конвергенция и трансформация в медиапамять были вызваны общей чертой всех этих форм – коммуникационностью, так как медиа стали главным посредником всех процессов коммуникации. Формирование медиапамяти может быть рассмотрено через призму методологии социального конструирования, в которой социальные интеракции формируют знание, становящееся основой новых интеракций. Знание в этом случае понимается предельно широко, оно включает свои дорациональные и внерациональные формы: мифы, стереотипы, поведенческие установки и социальные эмоции. Представители теорий медиатизации показали, что теоретические конструкции П. Бергера и Т. Лукмана типизации социального знания не учитывали вклад медиа в процессы социального знания.

Попытки «расширить» социальный конструктивизм весьма актуальны в условиях глубочайшего и повсеместного сращения цифровой медиасферы и повседневности. Для исследования медиапамяти они означают, во-первых, повышение внимания к социально-эпистемическим особенностям социальных медиа, заключающимся в том, что получение нового знания неотделимо от использования инструментов цифровой коммуникации, познание и опосредованный интерфейсом сети диалог (в том числе и полилог) не отделимы в социальных медиа друг от друга. Во-вторых, в социальных сетях формируются свои практики запоминания и забвения, влияющие на конструирование коллективных воспоминаний. Последняя волна *memory studies* акцентирует проблематику цифровой памяти. В-третьих, высокое значение имеет степень совместимости исторических текстов культуры печатной книги и медиатекста, основной формы объективации смысла в социальных сетях. Медиатекст интегрирует цифровые мультимедиа (видео, фото, аудио) с текстом, причем комбинации и удельный вес таких элементов могут быть самыми разными.