



Review of the Book “Peter I in Media Memory” by Denis S. Artamonov & Sophia V. Tikhonova

Ivan V. Suslov

Saratov State Legal Academy. Saratov, Russia. Email: [Suslov85\[at\]inbox.ru](mailto:Suslov85[at]inbox.ru)

Received: 18 January 2023 | Revised: 10 February 2023 | Accepted: 15 February 2023

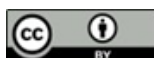
Abstract

The subject of the review is a monographic study by S. V. Tikhonova and D. S. Artamonov “Peter I in Media Memory”. The monograph consists of three chapters and fourteen paragraphs. Co-authors analyze in the first chapter (“Peter I in the Media Memory of the Digital Age”) the influence of traditional (radio, cinema, television) and new (digital, interactive, social) media on the collective memory. The second chapter (“Peter the Great in the Visual images of Media Memory”) contains a study of historical anecdotes, cartoons, Internet memes, animated films, computer games. The third chapter (“Constructing the image of Peter I in the media environment”) is devoted to the politics of memory and memorial wars around Peter I in comparison with the figures of media memory closest to him – Ivan the Terrible and I. V. Stalin.

D. S. Artamonov and S. V. Tikhonova believe that in the 21st century, new media begins to play a major role in constructing the image of Peter the Great. The reviewed monograph is a truly innovative and searching study, which suggests methods and forms of analyzing the memory of Peter I in contemporary society that can be used in the study of other epochs, personalities, events of world and national history.

Keywords

Media; Peter I; Image of Peter I; Social Media; Historical Memory; Media Memory; Digital Subject; Politics of Memory; Memorial War; Myth



This work is licensed under a [Creative Commons “Attribution” 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Рецензия на книгу «Петр I в медиапамяти» Д.С. Артамонова, С.В. Тихоновой

Суслов Иван Владимирович

Саратовская государственная юридическая академия. Саратов, Россия.
Email: [Suslov85\[at\]inbox.ru](mailto:Suslov85[at]inbox.ru)

Рукопись получена: 18 января 2023 | Пересмотрена: 10 февраля 2023 | Принята: 15 февраля 2023

Аннотация

Предметом рецензирования выступает монографическое исследование С. В. Тихоновой и Д. С. Артамонова «Петр I в медиапамяти». Монография состоит из трех глав и четырнадцати параграфов. Соавторы в первой главе («Петр I в медиапамяти цифровой эпохи») анализируют влияние на коллективную память традиционных (радио, кинематограф, телевидение) и новых (цифровых, интерактивных, social-) медиа. Во второй главе («Петр I в визуальных образах медиапамяти») содержится исследование исторических анекдотов, карикатур, интернет-мемов, мультипликационных фильмов, компьютерных игр. Третья глава («Конструирование образа Петра I в медиасреде») посвящена политике памяти и мемориальным войнам вокруг Петра в сравнении с наиболее близкими к нему фигурами медиапамяти – Иваном Грозным и И. В. Сталиным.

Д.С. Артамонов и С.В. Тихонова полагают, что в XXI веке основную роль в конструировании образа Петра I начинают играть новые медиа. Рецензируемая монография – по-настоящему новаторское и поисковое исследование, предлагающее методы и формы анализа памяти о Петре I в современном обществе, которые могут использоваться при изучении других эпох, личностей, событий мировой и отечественной истории.

Ключевые слова

медиа; Петр I; образ Петра I; социальные сети; историческая память; медиапамять; цифровой субъект; политика памяти; мемориальная война; миф



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons “Attribution” \(«Атрибуция»\)4.0 Всемирная](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



«Петр Алексеевич Романов – самозванец», – шептались современники. Коварные европейцы могли подменить московского правителя во время продолжительной зарубежной поездки в рамках «Великого посольства» (1697–1698). Почему самозванец? Царь, приехавший из-за границы, резко разорвал связь с политико-культурными традициями допетровской Руси.

Данная старомосковская теория заговора, конечно, настолько недоказуема, насколько занята и широко обсуждаема. Вот и в монографии Д.С. Артамонова и С.В. Тихоновой «Петр I в медиапамяти» российского императора объявляют самозванцем (2022а, с. 3). Почему самозванцем? Дело в том, что образ Петра I в современном цифровом пространстве резко расходится с его же обликом, предлагаемым строгой исторической наукой.

Работа по исследованию медиа образов первого российского императора выполнена учеными философского факультета Саратовского государственного университета под эгидой Российского фонда фундаментальных исследований. Д. С. Артамонов и С. В. Тихонова – адепты digital-science и соавторы со стажем – в совместных философски фундированных исследованиях изучают прошлое, память, историю. В частности, ими была написана серия научных статей (2022b; 2020a; 2018), а также монография «Историческая память в социальных медиа» (2021a).

Совместные статьи и монографии соавторов являются кирпичиками, из которых строится оригинальная концепция цифровой (философии) истории (Дыдров, 2021, с. 239). Рецензируемое исследование медиапамяти о Петре I представляет собой очередную попытку выяснить, кого можно назвать субъектами цифровой истории, сетевыми деятелями политики памяти, а также создателями смыслов, исторических фактов и «лжефактов» (фейков).

Монография состоит из трех глав и четырнадцати параграфов. В первой главе исследуется воздействие на коллективную память традиционных и новых медиа. Далее соавторы анализируют интернет-мемы, исторические анекдоты, карикатуры, компьютерные игры, мультипликационные фильмы. В заключительной части монографии речь идет о политике памяти в современной России и мемориальных войнах вокруг Петра, а также Ивана Грозного и И.В. Сталина.

Возвращаясь к начальному провокационному тезису, отметим еще раз: современный медиа двойник российского императора – это самозванец. Можно улыбнуться, но, с конструктивистской точки зрения, для значительной части россиян нет никакого настоящего (исторически подлинного) Петра I. Российский император такой, каким мы помним его сейчас. Или точнее: такой, каким помнит его медиапространство.

Внимательный читатель может задаться вопросом: разве первоисточником знания современных россиян о Петре I не является школьный курс истории (основанный на информации, предоставленной исторической наукой), а все остальные источники сведений об императоре зависят от школьной



программы, отталкиваются от нее, предполагают ее наличие? Не следует ли также вспомнить кинофильмы, работы историков, книги и произведения искусства как агентов (в Латуровском понимании), формирующих память о Петре?

В XX веке (до эпохи информационного материализма), видимо, так оно и было. Школьные знания о первом российском императоре дополнялись визуальными кинообразами, картинками, телепередачами и радиоэфирами.

Однако для Д. С. Артамонова и С. В. Тихоновой очевидно, что в XXI веке в связи с развитием цифровых технологий и кризисом образовательной функции школы основную роль в конструировании образа Петра I начинают играть новые медиа. Современные учителя истории и кинорежиссеры, кажется, должны подстраивать свои нарративы под те образы, которые транслируются – и что еще более важно, создаются – в цифровом пространстве (подробнее об этом в параграфах 1.1, 1.2, 1.3). Конечно, соавторы, обращаясь к проблемам цифровизации или медиатизации истории, исторической памяти, первопроходцами не являются. Понятие *media memory* (медийная память) предложили М. Нейгер, О. Мейерс и Э. Зандберг (2011), а пионерами разработки концепта «цифровая память» являются Дж. Гарде-Хансен, Э. Хоскинс, А. Реддинг (2009).

Но не преувеличивают ли Д.С. Артамонов и С.В. Тихонова собственную субъектность при определении медиапространства сферой исследования? Кажется, что неумолимая цифровизация социальных процессов не оставляет выбора современным исследователям памяти. Петра I за пределами Интернета попросту не существует, а значит, стремление изучать медиапространство предопределено заранее, а не является результатом свободного исследовательского решения.

Перефразируя известную теорему Томаса («События, воспринимаемые как реальные, реальны по своим последствиям»), сформулируем неписанный постулат сегодняшней политики памяти: воспоминания (знания о прошлом), созданные в медиа пространстве, воспринимаются нами как реальные, а значит, реальны по своим последствиям.

Какой вклад исследование медиа образов Петра I вносит в современную гуманитаристику?

Соавторы справедливо замечают, что в научном поле недостает исследований исторической памяти об эпохах и событиях досоветской России. Сейчас в мейнстриме *memory-studies* находятся исследования коллективных и индивидуальных представлений о XX веке. Актуальность эпохи СССР не вызывает сомнений, но не оказывается ли дореволюционный исторический период несправедливо забытым?

Таким образом, основная задача монографии заключается в изучении трансформации исторической памяти о Петре в пространстве, создаваемом медиа, что позволяет исследовать широкий круг тем.



Во-первых, Д. С. Артамонов и С. В. Тихонова, стремясь определить, кто и каким образом создает образы Петра, затрагивают проблематику политики (в том числе и государственной) памяти (подробнее об этом в параграфах 3.1. и 3.2). Соавторы используют классическую концепцию Я. Ассмана о двух видах памяти (культурной и коммуникативной) (2009, р. 109–118).

Культурная память производится усилиями конкретных организаций и институтов, целенаправленными действиями специалистов-хранителей – учителей, писателей, художников, ученых (поддерживаемых государственными структурами) – и может быть охарактеризована как формально принятая в том или ином сообществе. Коммуникативная память функционирует параллельно официальной и сохраняется благодаря передаче информации об исторических событиях от человека к человеку. Мнение рядового участника исторического процесса (возможно, очевидца событий, либо его собеседника, родственника, друга) о событиях прошлого может отличаться от официальных трактовок культурной памяти. Коммуникативная память демократична, и она формируется «снизу»; культурная память создается конкретными «институтами памяти».

Как меняется соотношение культурной и коммуникативной памяти в условиях цифровизации медиапространства? Кто и как формирует историческую медиаповестку? Для ответа на этот вопрос соавторы обращаются к изучению мемов, карикатур, компьютерных игр, мультфильмов (подробнее об этом в главе 2). На первый взгляд кажется, что круг создателей медиаконтента о Петре – немногочислен и напоминает расширенную олигополию. Мультфильмы и игры – это продукты конкретных производственных коллективов, создаваемые обычно с целью получения прибыли, но иногда и по заказу государства. Успешные и популярные мемы и карикатуры появляются как результаты работы нескольких интернет-площадок (преследующих различные цели).

Однако успешность распространения образа Петра в медиапространстве зависит все же от народных масс, овладевших Интернетом, а значит, процесс демократичен и не подконтролен полностью государству или каким-либо иным субъектам, претендующим на монополию в сфере распространения информации. Авторы монографии подчеркивают, что в XIX и XX веке актуализация деятелей прошлого происходила в форме работы государственных органов и профессионального сообщества историков. В XXI веке конструирование образов исторических персонажей происходит в медиапространстве, в котором демократизация процессов распространения информации ограничивается только уровнем (или степенью) цифровизации.

Во-вторых, предыдущий исследовательский бекграунд Д. С. Артамонова и С. В. Тихоновой (2020b) предопределяет их интерес к вопросам мифологизации коллективного сознания или интеллекта (термин Пьера Леви, 1994),



бытующего в цифровом мире. Соавторы, работающие с памятью о Петре как с цифровым мифом, пишут:

«Информация в цифровой медиасреде создается и распространяется при помощи гиперссылок, которые представляют собой технологию, построенную на принципах мифологического ассоциативного мышления, когда новое знание содержит в себе отсылку к первоисточнику и приобретает при помощи бесконечного копирования с постоянными вариациями» (2022а, с. 151).

Чем шире распространяется мем о Петре, тем более он упрощен и мифологизирован. Существенно креативней подходят к наполнению смыслами образа российского императора относительно закрытые и небольшие сообщества – например, любителей фанфиков (подробнее об этом в параграфе 3.4). Исследование фанфиков о Петре осуществляется в духе концепции «культуры соучастия» Г. Дженкинса (2019). Создание фанфиков – это самый демократичный (в смысле доступный любому талантливому интернет-пользователю) формат производства Петро-контента, принимающий характер хобби, а не профессиональной деятельности, подразумевающей оплату со всеми вытекающими нюансами.

В-третьих, соавторы определяют степень актуальности Петра I для современной России XXI века. Первый российский император – фигура по историческим меркам объективно Великая, однако напомним, что в рецензируемой монографии изучаются медиаконструкты. Исследование Артамонова-Тихоновой подводит читателя к мысли о том, что степень величия исторического деятеля прямо зависит от уровня его востребованности (актуализации) в массовой медиапамяти. Данный вывод сделан в духе конструктивистской парадигмы и не коррелирует с реальными достижениями личности (которые определяются учеными-профессионалами). Степень исторической важности Петра I в следующие десятилетия XXI века будет меняться в зависимости от способности медиaprостранства привлекать стереотипные образы первого императора для комментирования происходящих в стране и мире событий.

В настоящее время Петр I как символическая фигура актуален и востребован. Соавторы связывают медиа популярность первого российского императора с событиями Северной войны (в частности, боевыми действиями на территории Украины и предательством гетмана Мазепы), строительством Санкт-Петербурга, являющегося родным городом действующего Президента России, попыткой сблизить Россию и Европу, беспощадной борьбой с бородами (мода на которые вернулась в хипстерскую эпоху барбершопов). В рецензируемой монографии также анализируются медиа параллели между Петром I и Шреком.

Комплексно характеризуя проделанную Д. С. Артамоновым и С. В. Тихоновой работу, сложно не подчеркнуть витиеватость переплетения политического, исторического и медиа анализа (political-, history- & media-studies),



взаимно перетекающих и дополняющих друг друга. Так соавторы раскрывают суть политики памяти (параграф 3.1) и мемориальных конфликтов (параграф 3.2), а заодно рассказывают об истории появления и развития рукописной книги в Средневековой Руси и ее «убийства» Петром I через активное книгопечатание. Читатель познакомится не только с фанфиками, мемами, способами их исследования, но и с детальными подробностями смерти сыновей Ивана Грозного и Петра I (параграф 3.3), а также историей европеизации России (параграф 1.4 и 1.5).

Формат рецензии предполагает упоминание деталей неоднозначных и спорных. Например, кажется, несправедливым отказываться от исследования кинематографического образа императора, хотя мультипликационному Петру посвящен целый параграф.

Вызывает сомнение способность исторической литературы в форме фанфикшн стать значимой частью медиасреды. Относительный процент любителей фанфиков от общего числа интернет-пользователей не высок. Авторы, красиво формулируя тезис: «фандомы являются социально-эпистемическими аренами, вырабатывающими коллективные представления о прошлом» (2022а, с. 153), провоцируют вопрос о степени и причинах их влиятельности. Перспективным представляется использование в будущих исследованиях современных математических методов подсчета уровня влиятельности (или импакт-контент) литературного произведения, мема, карикатуры, компьютерной игры и т.д. в цифровом пространстве.

В целом, рецензируемая монография – по-настоящему новаторское и поисковое исследование, апробирующее методы и формы анализа памяти о Петре I в современном обществе, которые могут использоваться при изучении других эпох, личностей, событий мировой и отечественной истории.

Итак, работа про Петра написана, но хочется пожелать соавторам не останавливаться. Исследования медиаобразов Ивана Грозного и Сталина ждут своего часа и сами собой не появятся.

Список литературы

- Assmann, J. (2008). Communicative and Cultural Memory. In A. Erll & A. Nünning (Eds.), *Cultural Memory Studies. An International and Interdisciplinary Handbook* (pp. 109–118). Berlin, New York.
- Garde-Hansen, J., Hoskins, A., & Reading, A. (Eds.). (2009). *Save As ... Digital Memories*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9780230239418>
- Lévy, P. (1994). *L'Intelligence collective: Pour une anthropologie du cyberspace* [Collective Intelligence: For an anthropology of cyberspace]. La Découverte. (In French).
- Neiger, M., Meyers, O., & Zandberg, E. (Eds.). (2011). *On Media Memory*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9780230307070>



- Артамонов, Д. С., & Тихонова, С. В. (2018). Историческая лженаука как феномен современной медиасферы. *Диалог со временем*, 65, 317–335.
- Артамонов, Д. С., & Тихонова, С. В. (2020a). «Гараж» истории: Цифровой поворот «независимых исторических исследований». *Диалог со временем*, 72, 237–254. <https://doi.org/10.21267/AQUILO.2020.72.72.015>
- Артамонов, Д. С., & Тихонова, С. В. (2020b). От мифов о прошлом к мифологизации времени в цифровой медиасреде. *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика*, 20(3), 234–239. <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2020-20-3-234-239>
- Артамонов, Д. С., & Тихонова, С. В. (2022a). *Петр I в медиопамяти*. Саратовский источник.
- Артамонов, Д. С., & Тихонова, С. В. (2022b). Политика памяти в интернет-мемах: От визуализации истории к фейкам. *Полис. Политические исследования*, 5, 75–87. <https://doi.org/10.17976/jpps/2022.05.06>
- Дженкинс, Г. (2019). *Конвергентная культура*. РИПОЛ классик / Панглосс.
- Дыдров, А. А. (2021). Рецензия на книгу «Историческая память в социальных медиа» С. В. Тихоновой, Д. С. Артамонова. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 3(4), 239–247. <https://doi.org/10.46539/gmd.v3i4.198>
- Тихонова, С. В., & Артамонов, Д. С. (2021). *Историческая память в социальных медиа*. Алетейя.

References

- Artamonov, D. S., & Tikhonova, S. V. (2018). Historical Pseudo-Science as a Phenomenon of Media-Sphere. *Dialogue with Time*, 65, 317–335. (In Russian).
- Artamonov, D. S., & Tikhonova, S. V. (2020a). The Garage of History: The Digital Turn of the “Independent Historical Research”. *Dialogue with Time*, 72, 237–254. <https://doi.org/10.21267/AQUILO.2020.72.72.015> (In Russian).
- Artamonov, D. S., & Tikhonova, S. V. (2020b). From Myths about the Past to the Mythologization of Time in the Digital Media Environment. *Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 20(3), 234–239. <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2020-20-3-234-239> (In Russian).
- Artamonov, D. S., & Tikhonova, S. V. (2022a). *Peter I in Media Memory*. Saratovskij istochnik. (In Russian).
- Artamonov, D. S., & Tikhonova, S. V. (2022b). Memory Policy on the Internet Memes: from Visualization of History to Fakes. *Polis. Political Studies*, 5, 75–87. <https://doi.org/10.17976/jpps/2022.05.06> (In Russian).
- Assmann, J. (2008). Communicative and Cultural Memory. In A. Erll & A. Nünning (Eds.), *Cultural Memory Studies. An International and Interdisciplinary Handbook* (pp. 109–118). Berlin, New York.
- Dydrov, A. A. (2021). Review of the Book “Historical Memory in Social Media” by Sophia Tikhonova, Denis Artamonov. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 3(4), 239–247. <https://doi.org/10.46539/gmd.v3i4.198> (In Russian).
- Garde-Hansen, J., Hoskins, A., & Reading, A. (Eds.). (2009). *Save As ... Digital Memories*. Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/9780230239418>



- Jenkins, G. (2019). *Convergent culture*. RIPOL Classic / Pangloss. (In Russian).
- Lévy, P. (1994). *L'Intelligence collective: Pour une anthropologie du cyberspace* [*Collective Intelligence: For an anthropology of cyberspace*]. La Découverte. (In French).
- Neiger, M., Meyers, O., & Zandberg, E. (Eds.). (2011). *On Media Memory*. Palgrave Macmillan UK.
<https://doi.org/10.1057/9780230307070>
- Tikhonova, S. V., & Artamonov, D. S. (2021). *Historical Memory in Social Media*. Aletejja. (In Russian).