
М. А. ШЕСТАКОВА

ИЗОБРАЖЕНИЯ И ЗРЕЛИЩА КАК СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ

Историческая память рассматривается как один из аспектов общественного мнения, как коллективные представления о прошлом, отличающиеся эмоционально-образным характером. В настоящей статье анализируются визуальные средства формирования исторической памяти – изображения и зрелища, которые рассматриваются как источники визуальных и сенсомоторных образов индивидуального сознания, близких по содержанию и эмоциональной зарядке у представителей больших социальных групп. Спецификой изображений и зрелищ является «натурализация» смысла и «эффект присутствия», которые создают у зрителя ощущение очевидности и единственности смысла, что в свою очередь значительно сужает возможности интерпретации. «Натурализация» смысла и «эффект присутствия» рассматриваются в статье как инструменты, отвечающие за коммуникативную и вместе с тем манипулятивную стороны исторической памяти.

Ключевые слова: историческая память, *memory studies*, визуальный образ, изображение, *visual studies*, интерпретация.

Historical memory is examined as one of the aspects of public opinion, as collective ideas about the past, having an emotional and figurative character. The present article analyzes the visual means of historical memory formation: representations and shows, which are considered as sources of visual and sensorimotor images of individual consciousness, similar in content and emotional charge among representatives of large social groups. Their peculiarity consists in the “naturalization” of meaning and the “effect of presence” creating in the viewer a feeling of evidence and uniqueness of meaning, which in turn significantly narrows the possibilities of interpretation. The article considers the “naturalization” of meaning and the “effect of presence” as tools responsible for both communicative and manipulative aspects of historical memory.

Keywords: historical memory, *memory studies*, visual image, visual representation, *visual studies*, interpretation.

Memory studies – это одно из актуальных направлений междисциплинарных исследований, центральным понятием которых является историческая память. Несмотря на отсутствие общепринятого определения этого понятия, очевидно, что речь идет о коллективных представлениях о прошлом, присущих большим социальным группам. Исходным пунктом нашего рассуждения станет трактовка исторической памяти как аспекта общественного мнения, которая представлена в наших предыдущих работах [Шестакова 2022]. Уже античным авторам было известно, что мнение отличается от знания своим чувственно-эмоциональным, образным и оценочным характером. Эти признаки мнения присущи, как нам кажется, и исторической памяти, с тем лишь уточнением, что речь идет не об индивидуальном мнении, а о коллективных представлениях о прошлом, то есть о близких по содержанию и эмоционально-этической оценке образах прошлого, присущих представителям больших социальных групп. Вопрос о средствах формирования и функционирования исторической памяти остается дискуссионным. Наиболее разработанной является тема нарратива как основного способа работы с исторической памятью. В настоящей статье речь пойдет о визуальном подходе к исследованию исторической памяти, об изображениях и зрелищах как средствах формирования чувственно-эмоциональных, коллективных, коммуникативных и манипулятивных аспектов исторической памяти. Изучение визуальных средств формирования исторической памяти является, на наш взгляд, перспективным направлением, лежащим на пересечении visual studies – современной междисциплинарной области, в которой разрабатываются различные вопросы, связанные с природой визуального, и memory studies.

Визуально-образная природа исторической памяти

Историческая память функционирует на уровне различных социальных групп. Можно говорить о семейной, классовой, государственной исторической памяти и т. д. В любом случае имеются в виду не индивидуальные исторические представления, а те, что присущи определенной социальной группе. Объяснение коллективной природы исторической памяти представляет собой одну из теоретических проблем memory studies. Она восходит к истокам изучения коллективных представлений. Как известно, родоначальником изучения коллективной природы мышления был Э. Дюркгейм. Социологический подход к изучению коллективных пред-

ставлений, восходящий к Дюркгейму, по нашему мнению, является теоретической оппозицией психоаналитическому подходу. К. Юнг, например, объяснял наличие коллективных, то есть сходных, представлений у разных людей, используя концепт архетипа, который он трактовал как наследственно передаваемую структуру мозга, отвечающую за первообразы, общие для всех людей. Архетип, согласно К. Юнгу, является основой коллективного бессознательного, которое дает о себе знать через общие, близкие по смыслу представления и понятия, которыми руководствуется каждый отдельный индивид. В любом индивидуальном сознании имеется, по мнению К. Юнга, скрытый глубинный слой коллективного бессознательного. Подход к объяснению коллективных представлений, предложенный Э. Дюркгеймом, принципиально иной. Он опирается не на концепт архетипа, представляющего собой по сути вариант «черного ящика», не на биологический принцип наследственности, а на социальный принцип практики. Мы будем опираться прежде всего на идею Э. Дюркгейма о практическом характере коллективных представлений. Анализируя статью Э. Дюркгейма «Представления индивидуальные и представления коллективные», Э. Роулз приходит к справедливому выводу о том, что коллективные представления, согласно Дюркгейму, являются результатом коллективных действий. «К сожалению, – пишет Э. Роулз, – до сих пор в аргументе Дюркгейма ошибочно выделяли исключительно главенство представлений, тогда как в действительности он утверждал, что представления, или понятия, могут быть общими с другими, лишь когда собравшиеся вместе социальные акторы разыгрывают (enact) звуки и движения, опознаваемые каждым из них, и испытывают при этом схожие чувства, переживания (sentiments) или эмоции» [Роулз 2005: 3]. Соглашаясь с Э. Роулз, подчеркнем, что речь идет о практиках, о «звуках и движениях», о совместных действиях группы людей. Эти совместные действия порождают схожие эмоции и переживания, в дальнейшем трансформирующиеся в понятия и представления, которые Э. Дюркгейм называет коллективными. Последователь Дюркгейма М. Хальбвакс поставил задачу исследования коллективной исторической памяти – коллективных представлений о прошлом, о социальном опыте, о пережитых обществом исторических событиях. Продолжая вслед за М. Хальбваксом исследовать историческую память и опираясь на социологический подход Э. Дюркгейма, уточним, что в случае с исторической памятью, поскольку речь идет о прошлом, функцию Дюркгеймо-

вых социальных практик (коллективных совместных действий) выполняют регулярно повторяемые ритуальные действия (например, военный парад) и праздники (например, день Крещения Руси). Поскольку темой настоящей статьи является визуальный подход к исторической памяти, мы рассмотрим изображения исторического характера, которые служат источниками коллективных образов, составляющих значительную часть содержания исторической памяти, а также зрелища как вид коллективной практики, обеспечивающей формирование коллективных визуальных и сенсомоторных образов, эмоциональных переживаний и оценок, относящихся к событиям и персонажам прошлого. Изображения и зрелища являются, с нашей точки зрения, эффективными инструментами формирования общественного мнения, в том числе и исторической памяти.

В философской литературе образ определяется прежде всего как феномен сознания, являющийся результатом деятельности продуктивного воображения и характеризующийся рядом специфических черт: конструктивным характером, синтезом наглядности и абстрактности, сопряженностью с нравственно-этическими и социально-культурными ценностями [Фарман 2001]. Образ несет в себе чувственно-эмоциональный заряд и создается различными способами, к ним относятся как изображения различного типа, так и лингвистические средства, такие как метафора, метонимия и др. Например, образ российского императора Николая Первого формируется как изображениями (портретами, кинематографом), так и вербальными средствами, скажем, известным выражением Льва Толстого «Николай Палкин». Современная культура носит преимущественно визуальный характер, поэтому образный ряд исторической памяти современного социума создается с широким использованием визуальных средств – кинематографа, фотографии, рекламы, видеороликов, компьютерных игр и др. Именно они, с нашей точки зрения, отвечают за ключевые образы, вокруг которых оформляются коллективные исторические представления. Например, телевизионные сериалы о Романовых, Борджиа, Тюдорах и т. д. с миллионными просмотрами вольно или невольно создают в голове у зрителей сходные чувственно-эмоциональные образы соответствующих исторических эпох и личностей. Излишне говорить о том, что эти образы очень часто расходятся с данными научных исторических исследований. Однако именно они бытуют на уровне общественного сознания, точнее, общественного мнения, одним из ас-

пектов которого, с нашей точки зрения, и является историческая память.

Образы, создаваемые с преимущественным использованием изобразительных средств (рисунки, графики, схемы, фотографии и т. д.), называют визуальными. Очевидно, что «человеку говорящему» трудно выделить визуальные образы в чистом виде, а значит, сложно изучать их. В современной исследовательской литературе понятие визуального образа находится в стадии разработки и не имеет общепринятого определения. Вместе с тем можно отметить, что визуальный образ явно отличается от аудио- (например, музыкального) образа и от абстрактных представлений (например, стоимость, вера и др.), слабо связанных с наглядными признаками. Это свидетельствует о том, что визуальный образ в силу наличия у него характерных отличительных черт заслуживает статуса самостоятельного предмета исследования. В литературе отмечается, что визуальные образы несут сильный эмоциональный заряд, обладают энергией и способны вызывать определенные состояния и действия индивида, в том числе и нежелательные. Я. М. Власова пишет: «Визуальный образ влияет на человека, формирует его, задает его особенности поведения, само- и мировосприятия. Так, Аристотель говорит о том, что молодым людям не следует показывать картины Павсона, чтобы не загрязнять, по возможности, их воображение никакими отвратительными образами» [Власова 2010: 127].

Образы как феномены сознания изучаются специальными отраслями знаний, прежде всего психологией и когнитивными науками, где поднимаются вопросы о терминологической путанице и сложных взаимоотношениях между образами, репрезентациями и представлениями [Алишев 2014]. В данном случае мы будем понимать образ как феномен индивидуального сознания, как один из типов представлений. Он может быть репрезентирован в виде изображения, действия (например, ритуального или театрального) или текста. И наоборот, действия, тексты, изображения являются источниками образов индивидуального сознания. Мы будем исходить из «давно принятой в отечественной психологии классификации типов памяти и мышления: абстрактно-логический (пропозициональные репрезентации), наглядно-образный (аналоговые репрезентации) и наглядно-действенный (сенсомоторные репрезентации)» [Там же: 143]. Применительно к теме исторической памяти мы будем говорить о сенсомоторных и визуальных (наглядных)

образах. Речь пойдет не столько о самих образах, так как это предмет специальных психологических и когнитивных исследований, сколько о средствах формирования сенсомоторных и визуальных образов исторической памяти. К этим средствам, на наш взгляд, следует отнести прежде всего зрелища и изображения. По нашему мнению, они не только представляют собой источники визуальных образов индивидуального сознания, но и «отвечают» за коллективную, эмоциональную, коммуникативную и манипулятивную стороны исторической памяти. Изображения и зрелища способствуют созданию коллективных образов ключевых исторических фигур и событий (политические лидеры, война, революция и др.), вокруг которых формируются исторические нарративы, бытующие на уровне общественного сознания. Эти образы, будучи энергетически заряженными, задают эмоциональную этическую оценку прошлому, подчиняют себе исторический дискурс, направляя его в определенное русло. Коллективная природа исторической памяти в данном случае понимается как серия близких по своим характеристикам индивидуальных визуальных и сенсомоторных образов, возникших в социальной группе под влиянием визуальных средств (парады, шоу, памятники, исторические картины и др.).

Историческая память, сформированная на основе визуальных и сенсомоторных образов, выполняет коммуникативную функцию, обеспечивая связь поколений и передачу культурной традиции, способствует социализации индивида и регулированию социального поведения. Вместе с тем она может становиться средством манипуляции, побуждением к определенному видению ситуации, к действиям определенного характера. Коммуникативная, регулятивная и манипулятивная стороны исторической памяти, по нашему мнению, связаны воедино. Реализация этих функций осуществляется с широким использованием визуальных средств, в том числе с применением изображений и зрелищ.

Изображения и зрелища как средства формирования и функционирования исторической памяти

Уже первые цивилизации – шумерская, египетская и другие – используют изображения (рельефы, фрески, скульптуры, роспись по керамике и др.) с целью формирования в обществе коллективных представлений о важнейших исторических событиях и деятелях. Обращение к изображению не случайно, ведь оно исторически старше буквы. Как отмечают исследователи, «пространственно-

образное мышление... филогенетически первично, оно доминировало и возникло еще до появления естественного языка» [Березняк 2008: 49]. В этом смысле изображения обращены к более древним пластам человеческого сознания, чем, например, тексты. Изображения претендуют на непосредственную понятность зрителю, на однозначность передаваемого смысла. Они не требуют, как минимум на первый взгляд, интерпретации и в этом отношении предполагают «одинаковость» восприятия, то есть направлены на формирование близких по содержанию, коллективных образов.

Сегодня мы понимаем, что любое изображение само по себе является интерпретацией, то есть показывает предмет, событие, человека в определенном ракурсе, навязывая тем самым определенный смысл. Например, изображение правителя крупнее, чем изображение раба, изображение победителя «вверху», а побежденного «внизу» уже являются интерпретациями, то есть демонстрацией событий с определенной точки зрения. Вместе с тем стоит отметить, что интерпретативная функция изображения видна далеко не всегда. Особенностью изображения можно, на наш взгляд, считать «натурализацию» смысла. В данном случае мы воспользовались термином Р. Барта. Проводя семиологический анализ мифа, Барт отметил, что миф натурализирует концепт, то есть придает «естественность», чувственную привлекательность, осязаемость передаваемой, скрытой интенции, заложенной в мифологическое сообщение [Барт 1989: 96]. Аналогичным образом можно рассмотреть рекламу. Изображение натурализирует смысл рекламного сообщения. «Естественность», осязаемость изображенных предметов, воспринимаемых зрителем как репрезентации реальности, использованы для сокрытия и вместе с тем для передачи зрителю подлинной интенции рекламы – навязывания покупателю желания приобрести товар. Развивая мысль Р. Барта, можно предположить, что натурализация смысла является функцией, присущей любым изображениям как средствам коммуникации. Они определенным образом транслируют и закрепляют смысл сообщений, передаваемых одним человеком другому. Изображение показывает чувственно-воспринимаемые детали предметов, их расположение в пространстве и т. д. Оно отсылает зрителя к реальному, видимому миру и тем самым придает естественность и очевидность передаваемому смыслу. Реалистичные изображения, конечно, выполняют функцию натурализации смысла полнее и однозначнее, чем изображения абстрактного характера, но даже у последних в определенном

отношении эта функция присутствует. Натурализация смысла способствует повышению скорости восприятия, быстрому нерелексивному схватыванию смысла, что в свою очередь может быть использовано с целью манипулирования сознанием – навязывания зрителю чуждых ему интенций.

Функция натурализации смысла, которую мы выше приписали всякому изображению, имеет еще одну особенность. Благодаря ей, как нам кажется, изображение не просто преподносит определенный смысл как естественный и объективный, но и активно сопротивляется интерпретациям. Само являясь интерпретацией, то есть показывая предмет или событие с определенной точки зрения, изображение вместе с тем не допускает другой точки зрения, отторгает другие интерпретации. Отчасти это можно продемонстрировать, например, на канонических изображениях фараонов, не допускающих иного видения, то есть других смыслов. Косвенное подтверждение тому, что изображение сопротивляется интерпретации, мы можем найти у постмодернистов, точнее, в постмодернистской идее поверхности. К этой идее обращались Ж. Делез, Г. Гваттари, С. Сонтаг и другие. Поверхность противопоставляется глубине, то есть скрытому, неявному смыслу, требующему процедуры интерпретации. По мнению С. Сонтаг, современная абстрактная живопись и поп-арт демонстрируют «бегство от интерпретации». Абстрактная живопись изгоняет содержание, а там, где нет содержания, полагает С. Сонтаг, нечего и истолковывать. В свою очередь, «поп-арт, пользуясь содержанием, таким очевидным, таким “как есть”, он тоже становится неинтерпретируемым» [Сонтаг 2014: 20]. По нашему мнению, в постмодернистской идее поверхности выражается не столько особенность современного искусства или антигерменевтическая направленность, сколько специфика изображения как такового: смысл изображаемого кажется лежащим на поверхности, очевидным, как бы не требующим интерпретации, а в действительности не допускающим, сопротивляющимся другим интерпретациям – другим точкам зрения.

В качестве примера, связанного с исторической памятью, можно привести древнеегипетские изображения победы египтян в битве при Кадеше. В современной историографии исход этого сражения описывается как тактическая ничья. При этом в египетских источниках говорится о победе египтян, и прежде всего лично Рамзеса II, над хеттами. Рельеф в храме Луксора изображает крупным планом Рамзеса II на колеснице, поражающего из лука окружаю-

щих его многочисленных противников, изображенных в виде мелких фигур, часть из которых лежит на земле. Как отмечают исследователи, «на рельефах, воспроизводящих битву при Кадеше и решительный натиск фараона в направлении реки, художник юмористически изобразил панический ужас, который охватил спасающихся бегством хеттских и сирийских воинов, с трудом переправляющихся на другой берег... Большинство из них изображены цепляющимися за лошадей и колесницы, многие тонут. Не случайно в рельефах встречаются такие живые подробности и сценки, где изображен захлебнувшийся царь Алеппо, из которого воины как будто вытряхивают воду, перевернув его вниз головой. На другой сценке хеттский воин, не умеющий плавать, переправляется через Оронт верхом на лошади, тогда как два других хеттских воина добиваются до стен Кадеша, ухватившись за плывущего коня...» [Ретунов 2014: 160]. Рельеф в храме в Абидосе, посвященный этому событию, изображает египетских солдат в виде мелких фигур, стоящих за спиной крупно изображенного фараона, возвышающегося на колеснице с натянутым луком в руках. Из этого изображения можно понять, что лично фараон играл ключевую роль в сражении. Такого рода изображения не предполагают или, как мы указывали выше, сопротивляются другой интерпретации: они передают и закрепляют определенный смысл, в данном случае – это изображение победы, а именно личной победы Рамзеса II.

Справедливости ради нужно сказать, что и литературные источники того периода однозначно сообщают о победе фараона. Однако очевидно, что изображение обращено ко всем, а не только к тем, кто умеет читать и знает египетский язык. В изображении много чувственно воспринимаемых деталей, например, изображение поверженных воинов, привязанных к колеснице, которых лошади тащат за собой по земле. Такого рода детали натурализируют передаваемый смысл, создают у зрителя «эффект присутствия» и заставляют поверить в то, что именно так было на самом деле. Исследователи отмечают, что в эпоху Рамзеса II использовалась специальная техника рельефа «en creux», «она давала необходимую светотеневую моделировку, что в условиях египетского солнца выделяло контур изображения и позволяло читать рельефы на внешних стенах храмов с большого расстояния» [Там же: 162]. Это, с нашей точки зрения, говорит о том, что рельефному изображению придавалось особое значение как «средству массовой информации», способному донести до широкой публики не только сам факт

исторического события, но и его «правильную» интерпретацию: победа принадлежит фараону Рамзесу II, который в соответствии с египетской традицией превышает простых смертных размером и силой, практически в одиночку побеждает врага и тем самым восстанавливает мировой порядок.

Подводя промежуточный итог, отметим, что специфика изображений как средств коммуникации заключается, с нашей точки зрения, в натурализации смысла, оборотной стороной которой является сопротивление интерпретации. Изображения как средства формирования исторической памяти направлены на порождение сходных эмоционально заряженных визуальных образов в сознании индивидов. Они обеспечивают коллективность исторических представлений, связь поколений и социализацию индивидов, они эмоционально заряжены и побуждают к определенным действиям. Вместе с тем функция натурализации смысла, присущая всем изображениям, делает исторические изображения потенциально пригодными для манипулирования сознанием индивидов.

Зрелища – не менее эффективная форма создания и закрепления исторических представлений через визуальные и сенсомоторные образы. Зрелища и зрелищность представляют собой отдельную тему исследований. Ей посвящено довольно много работ, однако явных определений этих понятий практически нет [Давыдов 2014]. Зрелищу как минимум присуща массовость (оно является взаимодействием большого количества людей), участники зрелища, как правило, делятся на две неравные группы – «исполнителей» и «зрителей», а его целью является достижение сильных эмоциональных переживаний зрителей. Будучи коллективным взаимодействием, в результате которого у его участников формируются схожие сильные эмоции, зрелища безусловно подпадают под Дюркгеймово определение социальных практик, приведенное выше. В этом смысле зрелища можно рассматривать как источники коллективных представлений, в том числе и исторической памяти. Особенно это касается современных массовых зрелищ, которые рассчитаны на формирование идентичных, близких по содержанию образов и эмоций большого количества людей.

В работах А. Хренова выделяются две основные категории зрелищ: традиционные (ритуалы, массовые гуляния, праздники, а также традиционные массовые искусства [цирк, театр, эстрада]) и технические массовые зрелища (кино, телевидение). Последние отличаются использованием определенных технологий, высокой степе-

нью массовости и отсутствием реального контакта исполнителей и зрителей [Хренов 2014]. Различные категории зрелищ можно представить, как нам кажется, в виде разных способов формирования и закрепления исторической памяти. Очевидно, что собственное участие в параде и присутствие на представлении, посвященном военному прошлому, отличаются степенью вовлеченности индивида в коллективное действие. Кроме того, можно добавить, что в условиях современных технологий коллективность порождаемых зрелищем образов и представлений приобретает иную форму. Просмотр исторического кино, телефильма или видеороликов в соцсетях не требует личного присутствия на массовом мероприятии, он может осуществляться индивидуально. Этот пример демонстрирует, с нашей точки зрения, основной парадокс массовой культуры современности: массовые, или коллективные представления и понятия, будучи близкими, однотипными по содержанию у больших групп людей, субъективно воспринимаются как индивидуальные и оригинальные, как собственная точка зрения. Стереотипное прячется под личиной индивидуального. Этот парадокс является, как нам кажется, проявлением фундаментального противоречия, присущего современному капиталистическому обществу: капиталистическое производство направлено на массового потребителя, при этом центральным пунктом идеологии является индивидуализм, то есть провозглашение преимущества индивидуума над коллективом или массой.

Зрелища, формируя коллективные представления о прошлом, с одной стороны, выполняют функцию социализации индивида, приобщая его к культурной традиции, к коллективным нормам и оценкам, но, с другой стороны, навязывают определенное видение событий, часто не соответствующее реальному положению дел. Примеров такого рода достаточно много в историческом кино. Один из наиболее ярких и знакомых исторических образов – штурм Зимнего дворца, показанный С. Эйзенштейном в фильме «Октябрь» (1927) или М. Роммом в фильме «Ленин в Октябре» (1937). Безусловно, кинематографические визуальные образы штурма непосредственно повлияли на коллективные представления о событии и направляли общественное мнение в определенное русло, хотя профессиональные историки до сих пор безуспешно пытаются разоблачить «мифологию» режиссеров. Аналогичная ситуация с современными российскими сериалами, посвященными историческим фигурам декабристов, Екатерины II и др. «Мифология», а лучше

сказать – «идеология» отдельных людей: режиссера, продюсера, сценариста, выраженная в форме исторического кино, приобретает надындивидуальную силу, воздействующую на отдельного зрителя. Современные компьютерные технологии позволяют настолько реалистично изобразить историческую эпоху, что у зрителя создается впечатление собственного видения, присутствия. Как следствие, порождается ощущение того, что историческое кино – не выдумка нескольких конкретных людей, а передача объективной картины произошедшего.

В историческом кино очень существенную роль играет визуализация различного рода: от реалистичного изображения крупных природных ландшафтов до мелких деталей (кружева, бархат, драгоценности и др.), которые благодаря увеличению можно рассмотреть намного подробнее, чем позволяет человеческий глаз. Подобная визуализация не просто делает изображение реалистичным, она создает у зрителя эффект присутствия. Можно сказать, что историческое кино – это одна из форм производства присутствия. Разработкой концепта производства присутствия много занимался Х. Гумбрехт [2006]. В его трактовке присутствующее – это осязаемое. Соответственно, производить присутствие означает делать что-либо осязаемым. Речь идет не о производстве материальных осязаемых предметов, а о создании иллюзии осязаемости, чувственности, близости, реальности воображаемых объектов. Х. Гумбрехт занимался методологическими проблемами гуманитарных наук, поэтому под производством присутствия имел в виду прежде всего изобразительные искусства, поэзию, театр – все те практики, которые производят виртуальный эффект чувственности, материальности, близости. Как нам кажется, можно использовать концепт производства присутствия для характеристики одного из центральных общих трендов современной культуры, который заключается в широком использовании современных технологий для создания эффекта осязаемости и материальности в различных сферах (реклама, компьютерные игры, телевидение и др.). Разумеется, это касается и исторического кино. Оно делает отсутствующее (умершее, прошедшее) присутствующим (виртуально осязаемым, видимым) и благодаря техническим приемам приближения, удаления, поворота и т. д. доводит эту осязаемость до максимальных значений, недоступных естественному восприятию.

Цель упомянутой работы Х. Гумбрехта заключалась в том, чтобы сдвинуть герменевтику с позиции центральной методологиче-

ской процедуры гуманитарных наук. Поэтому он противопоставляет «присутствие» и интерпретацию и отдает предпочтение «присутствию», хотя и указывает на то, что полностью элиминировать интерпретацию невозможно. Однако, как нам кажется, это противопоставление имеет более широкий контекст применения. В частности, можно поставить вопрос о том, что интерпретация и ощущение присутствия – это два противоборствующих, стремящихся вытеснить друг друга модуса отношения человека к реальности, которые встречаются повсеместно. Например, выше говорилось о свойстве изображения сопротивляться интерпретации. Пользуясь концептом производства присутствия, можно сказать, что изображение производит присутствие (создает эффект осязаемости, видимости отсутствующего предмета). Эффект присутствия в свою очередь вытесняет, не допускает, сопротивляется интерпретации. Аналогично этому зрелища, особенно оснащенные современными технологиями, создают эффект присутствия, который сопротивляется интерпретации – попытке посмотреть на ситуацию с другой стороны, истолковать ее смысл иначе, чем он представляется на первый взгляд.

Возвращаясь к теме исторической памяти, отметим, что исследование визуальных средств ее формирования имеет, по нашему мнению, хорошие научные перспективы. В статье были рассмотрены изображения и зрелища, выделены их специфические свойства – натурализация смысла, производство присутствия, сопротивление интерпретации. Использование изображений и зрелищ как инструментов формирования и закрепления исторической памяти обеспечивает коммуникативную функцию исторической памяти. Речь идет не только о коммуникации между современниками, представителями одной эпохи и культуры, но и о коммуникации в более широком смысле – как о взаимосвязи поколений, исторической и культурной преемственности. Вместе с тем изображения и зрелища имеют мощный манипулятивный потенциал в силу того, что присущая им натурализация смысла и создание «эффекта присутствия» порождают у зрителя ощущение очевидности, естественности, объективности увиденного, что в свою очередь вытесняет интерпретацию, которая предполагает рефлексию и множественность точек зрения.

Литература

Алишев Б. С. Понятие представление в современной психологии // Ученые записки Казанского университета. Сер. Гуманитарные науки. 2014. Т. 156. Кн. 6. С. 141–154.

Барт Р. Б. 24 избранные работы: Семиотика: Поэтика / сост. Г. К. Косиков. М. : Прогресс, 1989.

Березняк М. В. Визуализация и естественный язык // Визуальный образ (Междисциплинарные исследования) / отв. ред. И. А. Герасимова. М. : ИФРАН, 2008. С. 43–53.

Власова Я. М. Визуальный образ в современной культуре: к постановке проблемы // Вестник ВолГУ. 2010. Сер. 9. Вып. 8. Ч. 1. С. 127–129.

Гумбрехт Х. У. Производство присутствия: чего не может передать значение. М. : НЛЮ, 2006.

Давыдов А. А. «Зрелище» и «зрелищность»: к прояснению понятий // Вестник Нижегородского университета имени Н. И. Лобачевского. Сер. Социальные науки. 2014. № 1(33). С. 135–140.

Реунов Ю. С. Битва при Кадеше глазами египтян и хеттов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2014. № 5(43): в 3 ч. Ч. II. С. 154–164.

Роулз Э. Дюркгеймовская трактовка практики: альтернатива конкретных практик и представлений как оснований разума // Социологическое обозрение. 2005. Т. 4. № 1. С. 3–30.

Сонтаг С. Против интерпретации и другие эссе. М. : АД Маргинем Пресс, 2014.

Фарман И. П. Образ // Новая философская энциклопедия: в 4 т. / под ред. В. С. Степина, А. А. Гусейнова, Г. Ю. Семигина, А. П. Огурцова. М. : Мысль, 2001. Т. 3. С. 128.

Хренов Н. А. Взаимодействие зрелищных и визуальных форм в современной культуре [Электронный ресурс] : Культура культуры. 2014. № 4. URL: <http://cult-cult.ru/interaction-of-entertainment-and-visual-forms-in-contemporary-culture/>.

Шестакова М. А. Историческая память: нарративный подход // Вестник Московского университета. Сер. 7. Философия. 2022. № 1. С. 94–104.