

отмечают прямое влияние технологий на эволюцию человека как биологического вида [1].

Таким образом, NBICS-конвергенция порождает множество очень серьезных мировоззренческих проблем. Если начало XX века ознаменовалось известным тезисом о неисчерпаемости электрона, то начало XXI века знаменуется тезисами о диалектической неисчерпаемости человеческого мозга и принципиальной возможности воспроизводства живого. Современные нано- и биотехнологии размывают границы между практической и познавательной деятельностью, познание объекта становится возможным только в результате его предметно-деятельного преобразования. Налицо тенденция замены узкой специализации междисциплинарностью, что в свою очередь ведет уже к трансдисциплинарной интеграции.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Баксанский, О.Е. Нанотехнологии. Биомедицина. Философия образования. В зеркале междисциплинарного контекста / О.Е. Баксанский, Е.Н. Гнатик, Е.Н. Кучер. М., 2010.
2. Демиденко, Э.С. Техногенное развитие общества и трансформация биосферы / Э.С. Демиденко, Е.А. Дергачева. М.: Красанд, 2010. 288 с.

УДК 316

О. А. Матусевич, доц., канд. ист. наук (БГТУ, г. Минск)

#### **ПУБЛИЧНАЯ ИСТОРИЯ: ВЫЗОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ИСТОРИКАМ ИЛИ ОТВЕТ НА КРИЗИС ИСТОРИЧЕСКОЙ НАУКИ?**

Публичная история – понятие для постсоветской гуманитаристики новое. Единого подхода к выяснению феномена публичной истории нет. В научной среде нет консенсуса относительно статуса публичной истории. Одни утверждают, что это новая дисциплина, другие – считают, что это особый вид деятельности и необязательно профессиональных историков, безусловно найдутся и те, кто ничего нового не увидит, указывая на издревле существующую просветительскую функцию истории.

Появление публичной истории во многом связано с изменением условий функционирования науки. Ориентация на прикладные ре-

зультаты, стремление монетизировать деятельность исследователя и измерять пользу науки экономической выгодой привели к попыткам коммерциализации историописания, а при отсутствии возможности исчисления доходов в денежном эквиваленте оценивать значение истории через приращение символического капитала.

Под публичной историей понимают работу с историческим материалом в публичном пространстве, об этом свидетельствуют места трудоустройства «публичных» историков. Среди них есть как весьма традиционные, например, музеи, архивы, библиотеки, туристическая сфера, так и для науки несколько экзотические, например, оказание консультативных услуг частным лицам и различным организациям, включая государственные и политические структуры, органы местного самоуправления, СМИ, киноиндустрию, рекламные агентства (history marketing), предприятия. Сотрудничество историков и общественности в рамках публичной истории, за которые ратуют представители этого сферы деятельности, вызывает определенные опасения. Коммерциализация истории предполагает использование сервисного подхода, который сложно совместим со стандартами научной деятельности. Историк и заказчик становятся партнерами в производстве знания, историк как поставщик научной продукции принимает цели клиента и в соответствии с потребностями клиента осуществляет оказание услуги, поставку продукции в виде научного материала. Схема известная и наука всегда выполняла социальный заказ, но работа в сфере услуг и в науке имеет различные стандарты, цели и методы оценки качества и профессионализма. И в результате мы имеем, например, целенаправленное мифотворчество в туристической сфере для привлечения внимания к достопримечательностям, что слабо соотносится с наукой.

Публичная история предполагает широкий спектр способов представления исторического знания, в том числе медиальная репрезентация истории. Исторический материал превращается в контент, т.е. текстовое и визуальное информационное наполнение медийного продукта. Происходит таблоидизация истории, что выражается в усилении иллюстративности (что до определенной степени для исторических публикаций можно считать достоинством), снижение качества материала за счет его «облегчения», развлекательном характере и скандальности, особенно в названиях. История превращается в инфотейнмент (от англ. information – информация и entertainment – развлечение), что хорошо демонстрирует успех компьютерных игр на историческую тематику, в которых исторический бэкграунд гарантирует высокую прибыль за счет эмоциональных и символических (социальное

одобрение) выгод пользователя от приобретения компьютерного продукта. Таким образом, история используется для повышения «реализуемости» медийного товара посредством эксплуатации познавательного интереса и, например, патриотических чувств. Хорошо иллюстрирует использование истории в рекламных целях способ продвижения игрового продукта World Of Tanks компанией Wargaming.

Но публичная история - это не только практика работы с историческим материалом в публичном пространстве, но и анализ этой практики и способов бытования истории в обществе. В рамках публичной истории исследуется влияние на формирование массовых представлений о прошлом искусства, медиа, музеев и иных агентов социализации, а также способы и формы репрезентации истории в публичном пространстве. К публичной истории относят *oral history* и *memory studies*.

Если же попытаться ответить на вопрос в заглавии тезисов, то, видимо, мы приходим к выводу, что это риторический вопрос. С одной стороны, можно говорить о публичной истории как реакции общественности и части профессионального сообщества на усиливающийся разрыв между историческим научным сознанием и обыденным. Особенно в ситуации, когда наука не удовлетворяет запрос общества из-за нарушенной или не налаженной в новых условиях коммуникации. С другой стороны, у наших ближайших соседей проекты публичной истории – это ответ на историческую политику как внутри страны, так и в сопредельных странах.