Марина Аркадьевна Воскресенская

Санкт-Петербургский государственный университет

[m.voskresenskaya@spbu.ru](mailto:m.voskresenskaya@spbu.ru)

**Культурный статус журналистики**

В статье фокусируется внимание на роли журналистики в формировании ценностно-смыслового поля социума. В качестве перспективного направления институциональных исследований журналистики отмечается анализ ее субъектности в культуре общества.

Ключевые слова: журналистика, культура, социальный институт культуры, институциональный подход.

Журналистика, рассматриваемая как социокультурный феномен, и так называемая культурная журналистика – это разнопорядковые явления. Изучение каждого из них предполагает перенастройку исследовательской оптики сообразно предмету штудий. В первом случае научные изыскания фокусируются на проблематике бытия журналистики в культуре общества, во втором – на вопросах информационного сопровождения культурно-досуговой сферы.

Рефлексия по поводу культурного статуса журналистики, то есть ее положения, назначения, значимости в культуре, безусловно, относится к первому из указанных познавательных векторов. Под культурой при этом понимается не художественное творчество вкупе с просветительством или механическая совокупность духовных и материальных достижений человечества, а ценностно-смысловая система координат, ориентирующая человека в социальном пространстве. Подобные истолкования культуры восходят к известной формулировке М. Вебера: «“Культура” – есть тот конечный фрагмент лишенной смысла мировой бесконечности, который, с точки зрения человека, обладает смыслом и значением» [1: 378]. Через осмысление действительности и отнесение различных ее явлений к ценности выстраивается определенная картина мира. Культурный статус журналистики определяется не тематическим содержанием материалов СМИ, а ее включенностью в процессы формирования, поддержания и трансформации ценностно-смыслового поля социума.

Ценности и смыслы реализуются в человеческих отношениях. Они не существуют как автономная данность, но обнаруживают себя в актах коммуникации. Журналистику можно считать своего рода публичным проявителем ценностей и смыслов той культурной среды, к которой она принадлежит. Причем, будучи порождением этой среды и меняясь в развивающихся социокультурных условиях, журналистика в то же время и сама оказывает на нее свое воздействие, поскольку не только удовлетворяет культурные потребности людей, но и корректирует их, а также участвует в складывании миропредставлений своей аудитории, что в конечном итоге влияет на характер отношений человека с миром. Важно еще раз подчеркнуть, что эти ментальные реакции запускаются не только как отклик на материалы условной рубрики «Культура» в СМИ. Ценностно-смысловые посылы транслируются в журналистском выступлении на любую тему, волнующую общество, будь то политика, экономика, социальные проблемы, художественное творчество и прочее.

Таким образом, наряду с культурно-просветительскими и культурно-развлекательными интенциями журналистика несет в себе организационно-регулятивный и культуроформирующий потенциал. Этим обстоятельством подтверждается целесообразность применения к ее исследованиям институционального подхода, который сегодня находит обоснование в научной литературе не только в социально-политическом плане, но и в культурологическом ключе [2; 3; 4]. Журналистику правомерно трактовать как один из социальных институтов культуры, то есть специфическую форму организации духовной жизни общества.

Однако вслед за констатацией институционального статуса журналистики в культуре неизбежно возникают вопросы, ждущие тщательного прояснения. Прежде всего требует анализа механизм реализации журналистикой своего институционального назначения. На первый взгляд, этот механизм очевиден – журналистика воздействует на массовое сознание через информирование широкой аудитории. С этим не приходится спорить, но специально организованное информирование осуществляет не только журналистика, особенно в цифровую эпоху. Даже табло с расписанием движения транспорта содержит вполне актуальные сведения, что уж говорить о блогосфере. Важно понять: журналистика как институт – это субъект культуры или только ее инструмент? Она выступает лишь в качестве ретранслятора чьих-то идей или являет собой самостоятельный и полноценный генератор определенных ценностей и смыслов? Анализ субъектности журналистики, уточняющий ее статус в культуре общества, представляется перспективным направлением институциональных исследований.

Литература

1. Вебер М. «Объективность» социально-научного и социально-политического познания // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 345–414.

2. Корконосенко С. Г. Журналистика в поле культуры: институциональный взгляд // Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения. В 2-х т. СПб.: СПбГУ, 2020. Т. 1. С. 70–71.

3. Корконосенко С. Г., Воскресенская М. А. Журналистика в модусе культуры: институциональный взгляд // Социально-гуманитарные знания. 2020. № 4. С. 108–119.

4. Korkonosenko S. G., Voskresenskaya M. A. Journalism of the XXI century as a cultural institution // The European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. 2020. Vol. 92. P. 2006–2012.