Марина Аркадьевна Воскресенская

Санкт-Петербургский государственный университет

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

**Журналистика как фактор социокультурной идентификации**

В статье анализируется конструктивный и деструктивный потенциал журналистики в плане формирования и трансформации социокультурной идентичности. Участие в обеспечении культурной интеграции социума рассматривается как выполнение журналистикой социального заказа по предотвращению экзистенциальных угроз российскому обществу.

Ключевые слова: журналистика, социокультурная идентичность, социальный заказ.

Социокультурная идентичность в любой своей разновидности (этническая, более широко понимаемая национальная, региональная, гражданская, цивилизационная и т.д.) представляет собой динамичный, то есть подверженный изменениям, ментальный конструкт [4]. Одним из ключевых факторов формирования и переформатирования подобных образований для современного общества выступает журналистика (и в целом сфера массовых коммуникаций). В медиадискурсе могут задействоваться определенные механизмы переосмысления и преобразования социокультурной идентичности: исключение, перегруппировка, дополнение, замещение каких-либо элементов социальной практики [5]. Примером может служить дискредитация и вытеснение из общественного сознания традиционных символов и ценностей культуры и внедрение в него чужеродных, инокультурных концептов.

Медийный фактор трансформаций социокультурной идентичности обычно рассматривается исследователями в контексте методов и стратегий информационной войны. Такой подход во многом обоснован, но отнюдь не самодостаточен: «Сложные общественные процессы, сопровождающиеся пересмотром традиционно сложившихся духовно-идейных основ существования и жизнедеятельности социума, вряд ли можно исчерпывающе объяснить лишь внешним манипулятивным воздействием, усиленным посредством СМИ и СМК: во-первых, пропаганда и прочие политтехнологии имеют шанс на успех, только если они отвечают каким-то внутренним запросам аудитории; во-вторых, участие медиа в выборе обществом путей дальнейшего развития никак несводимо к выполнению функций инструмента идеологической обработки масс» [1: 594–595].

Журналистика, создавая целостную, отражающую все стороны жизни информационную картину мира, способствует постоянной ментальной «ревизии» массовой аудиторией собственных мировоззренческих и поведенческих установок, бытовых привычек, самого образа жизни, что периодически приводит к отказу от переставших отвечать современным взглядам устоев и отживших реалий, вскрывая общественную потребность в корректировке социокультурной идентичности. Подобные процессы могут протекать подспудно, но в кризисных общественно-исторических ситуациях они резко активизируются, принимая порой разрушительный характер, обостряя противоречия в обществе и провоцируя в нем внутренние конфликты. Исход таких противостояний во многом зависит от того, какая сила перевесит: трансформационные импульсы, направленные на социокультурную идентичность, или инвариантное ядро культуры, сохраняющее основы традиционной для нее системы ценностей, миропредставлений и духовно-нравственных ориентиров, от которых не готов отказаться народ, даже интенсивно осваивая инокультурный опыт.

В свое время журналистика сыграла значительную роль в разрушении советской идентичности, причем не столько непосредственной критикой коммунистической идеологии и деятельности правящего режима, сколько свободным обсуждением широкого спектра прежде запретных тем, раскрепощавшим умы и нравы. Пресса и телевидение перестроечной поры не только освещали политические дебаты, но и открывали советскому человеку «жизнь других», иные модели существования, как общественного, так и частного, бытового, что находило у аудитории огромную заинтересованность, поскольку отвечало накопившейся жажде перемен, ведь, как замечают исследователи, информационный запрос всегда детерминирован какой-то социальной потребностью [2]. Однако не все реалии, пришедшие на смену советскому образу жизни, оказались органичными нашей духовной природе. Постепенно в российском обществе набрал силу тренд на отечественную самобытность, осознаваемую как гарантия сохранения суверенитета страны, что побуждает прислушаться к суждению философа: «Идентичность может быть использована для того, чтобы сеять рознь, но ее можно использовать – и уже использовали – для интеграции и объединения» [3: 226]. Этот новый запрос можно рассматривать как своеобразный социальный заказ журналистике на сплочение народа для предотвращения экзистенциальных угроз стране.

Литература

1. Воскресенская М. А. Миромоделирующий потенциал массмедиа // Медиалингвистика. Вып. 10. Язык в координатах массмедиа / науч. ред. Л. Р. Дускаева, отв. ред. А. А. Малышев. СПб., 2023. С. 593–598.
2. Загидуллина М. В. Информационная потребность как теоретическая проблема // Вестник Волжского ун-та им. В. Н. Татищева. 2012. № 3(10). С. 194–200.
3. Фукуяма Ф. Идентичность: Стремление к признанию и политика неприятия / пер. с англ. А. Соловьева. М., 2019.
4. De Cillia R., Reisigl M., Wodak R. The discursive construction of national identities // Discourse & Society. 1999. Vol. 10(2). P. 149–173.
5. Van Leeuwen T. Introducing social semiotics. London; New York, 2005.