Виктор Александрович Сидоров

*Санкт-Петербургский государственный университет*

vsidorov47@gmail.com

**Актуальная медиапамять: встреча прошлого и настоящего**

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 24-28-00577, <https://rscf.ru/project/24-28-00577/>

Присутствие исторической памяти в медиа рассматривается как пример социального заказа в журналистике. Медиапамять включает в себя главные параметры культурной и социальной памяти, синхронизирует отсыл к главным источникам повышенного интереса аудитории СМИ к прошлому – со стороны государственных структур управления и со стороны самого общества.

*Ключевые слова*: историческая память, медиапамять, социальный заказ, реконструкция прошлого, общественное сознание.

Спор о том, как понимать историческую память в журналистике и медиа в целом, далек от своего завершения: то ли это «конструкт политтехнологов», то ли «проявление объективно складывающегося общественного сознания». Уйдем от противопоставления определений и попытаемся перейти на другой уровень анализа.

В современном медийном пространстве происходит рассредоточение центров актуализации «дискуссий о ключевых событиях и памятных датах, использования исторических интерпретаций как средства опознавания “свой” – “чужой”» [3: 84]. Оболочкой процесса явилась сама медийная среда, где жизнь общества представлена в отображении журналистов и других акторов. Медиа не только актуализируют, но и удерживают в памяти события, факты, обнаруживая тем самым функцию «коммуникативной традиции» [4: 12]. Последнее подтверждает вывод о том, что «медиа функционируют в качестве одного из агентов памяти, реконструируя прошлое с помощью данных, взятых из настоящего» [2: 71]. В определении примечательна мысль о способности медиа реконструировать прошлое через призму актуальных событий. Одно это убеждает, что историческая память, во-первых, не примитивный «конструкт», но и, во-вторых, не природное свойство сознания социума.

Воссоздание в памяти общества состоявшегося в прошлом события – это не показ того, что некогда было в действительности, и не адекватный ответ на запрос общества, а принятая сегодня демонстрация минувшего через призму идеологии XXI в. Однако не просто кем-то заказанная демонстрация, потому что в данном случае присутствует отклик на обращение к памяти со стороны аудитории медиа: общество надеется почерпнуть из прошлого яркие примеры, обнадеживающие параллели, вдохновляющие на решение текущих проблем и преодоление рисков.

Два аспекта одного и того же процесса как две крайности, которые объективно сближаются, – в общественном сознании конструкт не способен укорениться, когда социум не принимает как выстраданное предлагаемое ему содержание исторической памяти и когда контент не поддержан политической и культурной элитой. Социальный заказ синхронно формируется структурами власти (мотивированная интенция) и надеждами общества (социальная потребность). Медийное пространство – поле интеграции этих запросов.

В частности, сказанное подтверждается итогами анализа сообщений СМИ о Специальной военной операции (СВО) на Украине: проведен контент-анализ соответствующих телесюжетов в программе «Время» за период с февраля по декабрь 2022 г., выборка репрезентативная, шаг – одна неделя, среда, 21.00, мск., итого – 106 репортажей (43 выпуска). В данном случае выделим одну из сторон многоаспектных результатов исследования. Так, сюжеты отмечены отношением коммуникатора к истории – этот смысловой оттенок изученного контента обозначим мотивированной интенцией. Вместе с тем, в большинстве сюжетов в смысловое пространство «врывается» – через видеоряд, в первую очередь, – непреднамеренное коммуникатором отношение к прошлому, обозначим его как социальную потребность в медиапамяти.

Примеры синхронного присутствия двух начал в одном и том же телевизионном материале можно видеть в репортажах о СВО – как встречают российских военных жители освобожденных сел Донбасса: на экране мелькает символика России – российский триколор и СССР – красные флаги, эмблемы серпа и молота. Таким образом, историческая память социума не умещается в идеологически предписанные рамки, потому что по-разному нужна индивиду и обществу для утверждения собственной идентичности, а она, как пишет Ф. Р. Анкерсмит, «находится в прошлом» [1: 436]. Происходит вовлечение в медиа всего, что будоражит общественное сознание, формирует матрицы встреч настоящего и прошлого. Согласимся, что «определяющее влияние цифровых медиа, вобравших в себя также и медиа традиционные, на культуру, коммуникацию, социальные отношения позволяет говорить о складывании особого механизма создания, воспроизводства, хранения и забвения коллективно-разделяемых представлений о прошлом – медиапамяти» [2: 75].

*Литература*

1. Анкерсмит Ф. Р. Возвышенный исторический опыт / пер. с англ. М.: Европа, 2007.

2. Артамонов Д. С. Медиапамять: теоретический аспект // Galactica Media: Journal of Media Studies. 2022. Т. 4, № 2. С. 65–83.

3. Бубнов А. Ю., Савельева М. А. Память о распаде СССР в контексте разломов общественного сознания современной России (на материалах Telegram) // Вестн. Моск. ун-та. Серия 12: Политические науки. 2022. № 6. С. 79–97.

4. Plato A., von. Zeizeugen und die historische Zunft // BIOS (Zeitschrift fuer Biographieforschung und Oral History). 2000. Heft 1. S. 5–29.