Рузанна Гургеновна Иванян

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна

[rouzanna@youthcentre.ru](mailto:rouzanna@youthcentre.ru)

**Медиасолидарность: к концептуализации понятия**

Доклад вводит в научный обиход понятие «медиасолидарность». Оно включает в себя три ракурса: солидарность в цифровом пространстве, создаваемая и поддерживаемая медиа; солидарность медиаспециалистов; солидарность медиа с различными группами, сообществами, организациями, инициативами и др.

Ключевые слова:солидарность, медиасолидарность, СМИ.

Современное понимание термина «солидарность» многомерно, а его единого научного понимания не существует. Солидарность формируется в сообществах, которые представляют собой формальные и неформальные сети людей, чувствующих и выражающих свою принадлежность на основе общих ценностей. Пространством, в котором это оказалось не просто возможным, но и эффективным, стала цифровая медийная среда.

Мы становимся свидетелями не только актуализации новых каналов и площадок солидарности, но и ее качественного изменения при переходе в онлайн формат. Совмещение онлайн и оффлайн солидарности отражает еще два феномена современного общества. Первый связан с возникновением гибридной солидарности. За счет соединения оффлайн и онлайн форм солидарности возникает новая — гибридная, существующая сразу в двух пространствах. Второй феномен связан с «текучестью солидарностью». Метафору «текучая современность» предложил философ З. Бауман при описании нашей эпохи. Он говорит о мире, свободном от границ, гибком, текучем, находящемся в постоянном плавном перемещении, характеризующимся большой неопределённостью как на микроуровне, так и на мезо- и на макро. Этому подвержена и солидарность.

Однако имеет смысл очертить и новое понятие — медиасолидарность. Возьмем на себя смелость предположить, что это понятие отталкивается от субъектной сущности медиа и включает в себя три ракурса: солидарность в цифровом пространстве, создаваемая и поддерживаемая с помощью медиа; солидарность, в которой субъектом или объектом, или и тем, и другим выступают медиаспециалисты (журналисты, пресс-секретари, копирайтеры и др.), т. е. солидарность направленная внутрь профессионального «пузыря», связанная с профессиональным сообществом, и, наконец, солидарность медиа с различными социальными группами, сообществами, группами, организациями, локальными неформальными инициативами и др.

Первое направление является прямым следствием принципов и законов цифрового пространства, когда потребитель является одновременно и производителем информации. Современный просьюмер выражает эмоции онлайн, участвует в цифровом активизме, а выражение солидарности как раз и является такой практикой. В первую очередь речь идёт о постах, комментариях под ними, шеринге и других действиях. Цифровая медиасолидарность характеризуется тем, что медиа выполняют не только коммуникационные, но и организационные, мобилизирующие и координационные функции.

Второе направление представлено коллегиальными практиками поддержки медиаспециалистов: журналистов, редакторов, копирайтеров и др. Например, различные группы, объединенные по профессиональному признаку, юридически зарегистрированные и/или неформальные союзы, телеграм-каналы и другие медиа периодически рассказывают о кейсах, требующих солидарного ответа, инициируют открытые письма поддержки, публично заявляют о своей солидарности, собирают средства на оплату штрафов, работу адвокатов или другие расходы, посещают заседания судов, выполняют другие, прямые и опосредованные, действия. Можно, конечно, задаться вопросом, насколько долговечной и эффективной может быть такая солидарность, на каких ценностях она базируется и к какому результату может приводить.

Третье направление солидарности проявляется в виде участия медиа, в том числе средств массовой информации, в реализации низовых полезных инициатив в интересах различных групп общества, т. е. низовой гражданственности. Например, медиа может инициировать сбор средств, провести акции или проекты по консолидации усилий для решения проблем на местном уровне и т. д. Здесь важно понимать критерии, позволяющие отделить практики солидарности от других действий, также основанных на идеях и ценностях гуманистического характера (дружбы, деятельной эмпатии, соучастия, благотворительности. поддержки и др.)