

Дорошук Елена Сергеевна

д-р пед. наук, профессор

ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»

г. Казань, Республика Татарстан

DOI 10.31483/R-105793

СОЛИДАРИЗАЦИЯ МЕДИАПРАКТИК В ВИРТУАЛЬНОЙ СРЕДЕ В КОНТЕКСТЕ ТЕХНОЛОГИИ ЛИЧНОСТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЖУРНАЛИСТА

Аннотация: в статье представлен процесс взаимодействия журналиста в виртуальной среде как субъекта коммуникации. Анализ медийного характера данного взаимодействия и участия в рамках сетевого общения журналиста и аудитории, а также представителей разнообразных сетевых сообществ и социальных институтов показал, что медиапрактики организуются как надграницные, обусловленные профессиональной необходимостью и в то же время осуществляющиеся исключительно на принципе добровольности и демонстрации солидаризации.

Ключевые слова: медиапрактика, виртуальная среда, цифровая журналистика, журналист, солидаризация.

Вопросы солидаризации в системе общественных отношений становятся особо актуальными, прежде всего, с развитием институтов гражданского общества. Солидарное общество – это общество, основанное на высоко развитой культуре солидарности, отражающей позитивные духовно-нравственные традиционные ценности, включающие, как полагают исследователи, культурно-исторические традиции народа, гармонизацию взаимоотношений, активную жизненную позицию каждого субъекта общественных отношений, что характерно для гражданского общества [7, с. 90].

Процесс формирования солидарной общности рассматривается в разных аспектах: философами П. Леру, Э. Дюркгеймом, С.А. Левицким, социологами Л. Дюги, В. Парето, А. Шютцем, А.Б. Гофманом, политологами и правоведами

Л. Буржуа, Н.М. Коркуновым, Б.А. Кистяковским, Г.К. Гинсом и др. Центральным понятием при рассуждении о солидаризации становится понятие солидарности. Альфред Шютц в рамках феноменологически-ориентированной теории определяет ее как основную ценность общественных отношений [11; 12]. На современном этапе развития общественных отношений актуализируются как сам феномен солидаризации, так и отдельные ее аспекты под воздействием развития виртуальных коммуникационных сред, что приводит к появлению и распространению новых форматов коммуникационной деятельности и формированию подходов к рассмотрению солидаризации как одного из важнейших социальных свойств виртуальной публичной коммуникации.

Именно под воздействием развития информационно-компьютерных технологий, развивается сетевая система регулирования и процессов солидаризации. Появилось и закрепляется в теории коммуникации и медиа понятие «сетевая солидарность», базирующаяся на широком внедрении в медиапрактики возможностей сети Интернет, мультимедийных инструментов и социальных сетей. По мнению И.В. Ксенофоновой, сетевая или интернет-солидарность может быть описана как такая форма социального взаимодействия в онлайн-пространстве, в основе которой лежит объединение пользователей «на основе доверия и общности интересов в ситуации интенсивного регулярного обмена информацией в ходе интернет-коммуникации» [8, с. 11]. Исследователи сходятся во мнении, что интернет-солидарность или сетевая солидарность – это тип социальной солидарности, и ей присущи те же характеристики, что и социальной солидарности, среди которых наиболее важными в контексте рассматриваемой проблемы являются «мы»-концепция, режим эмоционального обмена с выражением согласия и поддержки, готовность к совместным действиям.

Сетевая солидарность формируется в условиях трансформации социального пространства с преобладанием цифровых форм коммуникации (в том числе это имеет прямое отношение и к медиапрактикам), что приводит к изменению способов коммуникации. На арену выходит компьютерно-опосредованная коммуникация и становится триггером основных социальных действий. Компьютерная

опосредованность коммуникации стирает видимые границы группы или интернет-сообщества, а именно в них формируется солидарность как феномен социального взаимодействия. Более того, субъекты коммуникации включаются в процессы солидаризации ситуативно и фрагментарно, и эти режимы становятся определяющими их сетевое поведение.

Также следует отметить расширение способов и методик взаимодействия в сети на основе интенсификации процессов обмена информацией и увеличение новых форматов продуктов солидарности, к которым можно отнести медиатексты, визуальные тексты, стратегии / медиастратегии (к ним, например, Р.Г. Иванян относит стратегии медиапревентивности – солидарности по недопущению чего-либо, вмешательство в кризисную ситуацию, восстановление справедливости и достоинства и пр. [6]) и проекты / медиапроекты по разработке стратегий активизма. Современный медиамир влияет на все сферы жизнедеятельности, вызывая к жизни новые техники социального взаимодействия на всех уровнях – личном и общественном, но наиболее важным это влияние становится, когда представители медиапрофессии – журналистики – определяют поведенческую активность как субъекты медиадеятельности. Это происходит в условиях репрезентации в сети журналиста как представителя профессионального цеха. И этот цех Э. Дюркгейм называет основной ячейкой социальной сплоченности, именно в ней, по мнению ученого, происходит солидаризация людей, преследующих в то же время свои интересы [5].

Именно на уровне представительства журналистом профессионального цеха протекают основные личные контакты/взаимодействия в виртуальной среде. Учитывая, что профессия журналиста – социально-значимая, направленная на отражение и совершенствование социальных отношений, важно подчеркнуть, что личностное взаимодействие журналиста в медиaprостранстве зависит от степени солидаризованности с той или иной сетевой группой, сетевым сообществом, являющимися для журналиста референтным аудиторным сегментом. В этом контексте солидаризация – это процесс конструирования общих смыслов, основанных на принятии или непринятии ценностей, норм и т. д. Наиболее

адекватной платформой сетевой солидаризации журналиста становятся виртуальные сообщества, потенциал которых может быть использован как в культурно-просветительской, информационной, организационной деятельности журналиста, так и в образовательной/самообразовательной деятельности. Журналист интегрируется в такое сообщество на основе устойчивого социального и профессионального интереса и готовности участвовать в общественной сетевой коммуникации для отражения и преобразования социальной действительности. Интеграционные процессы становятся для журналиста основой для формирования солидаристских отношений, главной особенностью которых становится ориентация на общие интересы и добровольность сообществ [1; 2]. Таким образом, солидаризация – это своеобразный обязательный объединяющий медиапроект журналиста – с преобладанием интеграционных функций, что позволяет формировать самоорганизующиеся виртуальные группы как своеобразные элементы самоуправления [4], отражающие динамизм социального развития, сопровождающийся глубокой индивидуализацией и активизацией поведения всех участников процессов взаимодействия. При этом в технологии личностного взаимодействия журналиста с аудиторией проявляется такое качество современного цифрового человека как всеприсутствие, которое В.В. Савчук определяет как отличительную предельную черту новой конфигурации субъекта, производную от децентрации [9, с. 37]. Оно выражается в необходимости постоянного присутствия в сети для поддержания и реализации возможности влияния на представленные ценностные модели: для журналиста это общественная значимость материалов СМИ, контент СМИ, образы СМИ и пр. Создавая сетевые пространства, позиционирующиеся и активно используемые аудиторией и социальными институтами как каналы формирования и ретрансляции норм и ценностей сетевого общества, образов культурных и политических объектов, общественных настроений и т. д. [10], журналист в условиях виртуализации медиaprостранства использует возможности безграничного сетевого контакта, основанного на солидаризации как результате функционирования сетевых сообществ, в которых и осуществляются эти процессы В процессе активности участники данного сетевого

взаимодействия (включая журналиста) имеют возможность создавать контент, обмениваться им, и тем самым устанавливать, расширять и углублять социальные связи, формируя специфическую структуру отношений внутри сообщества, которая, по мнению М.С. Безбоговой, направлена на социализацию и самореализацию [3, с. 27]. И получаемые в результате такого взаимодействия медиапродукты, прежде всего, информация, могут быть рассмотрены как общественное благо, основная цель которого, по мнению Я. Фульк, П. Монге, Л. Бигхаш, заключается в обеспечении знаниями участников медийной коммуникации [13]. Журналист в контексте солидаризации решает целый ряд задач: социально-нормативных (систематизация базовых ценностей социального и социокультурного характера с локализацией основных феноменов мира); социально-ориентировочных (символическое представление о социальном пространстве); социально-активизирующих (адаптация к трансформирующемуся миру за счет локализации базовых ценностей).

Таким образом, включаясь в процесс взаимодействия в виртуальной среде, журналист адаптируется как субъект коммуникации к новым социокультурным условиям, солидаризируясь с представленными ценностными моделями, становясь их носителем. Медийный характер взаимодействия и участия способствует появлению особых форматов сетевого общения, отличающихся надграницным характером. Участие в таком взаимодействии для журналиста является профессиональной необходимостью и в то же время осуществляется исключительно на принципе добровольности и демонстрации солидаризации.

Личностное взаимодействие журналиста отражается в репрезентации идентичных языковых культурных традиций, способствует сетевому культурному творчеству, влияет на культурную и профессиональную идентичность и культурное и профессиональное самоопределение. Личностное взаимодействие журналиста в формате участия в сетевых сообществах позволяет проявить активности в разных формах, включая и формы гражданского участия. Солидаризация становится определенным скрепляющим форматом данного процесса, а

познавательная активность – одновременно и основой для мотивации аудитории, и инструментом самообразования и самовыражения.

Список литературы

1. Барлыбаев Х.А. О соотношении демократии, гражданского общества и солидарных отношений // *Философия и общество*. – 2018. – №2. – С. 25–36.

2. Барлыбаев Х.А. *Философия солидарности. Анти-Хантингтон. Солидарология: монография*. – 2-е изд. – М.: Научная библиотека, 2018. – 498 с.

3. Безбогова М.С. Социальные сети как фактор формирования социальных установок современной молодёжи: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. – М., 2016. – 212 с.

4. Дорощук Е.С. Солидаризация медиаобразовательных практик в условиях транслокальных культурных сообществ виртуальной среды // *Знак: проблемное поле медиаобразования*. – 2020. – №2 (36). – С. 15–25. – DOI 10.24411/2070-0695-2020-10202.

5. Дюркгейм Э. *Социология. Ее предмет, метод, предназначение*. – М.: Канон, 1995. – 352 с.

6. Иванян Р.Г. Типология практик внутрипрофессиональной солидарности в журналистике // *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8: Литературоведение. Журналистика*. – 2017. – №1. – С. 123–129.

7. Козлова Ю.В. Актуальность солидаризации общества на современном этапе / Ю.В. Козлова, М.Н. Киреев, Н.В. Киреева // *Альманах современной науки и образования*. – Тамбов: Грамота, 2013. – №9 (76). – С. 89–91.

8. Ксенофонтова И.В. Интернет-солидарность: методологические основания подхода и практика измерения: автореф. дис. ... канд. социол. наук. – М., 2014. – 18 с.

9. Савчук В.В. *Философия эпохи новых медиа // Вопросы философии*. – 2012. – №10. – С. 33–42.

10. Шмелева О.Ю. Социальные медиа как механизм формирования образа современного государства в политическом сознании россиян / О.Ю. Шмелева, Д.И. Каминченко // *Вестник Московского государственного областного*

университета (электронный журнал). – 2019. – №3. – С. 87–106 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.evestnik-mgou.ru (дата обращения: 13.03.2023).

11. Шютц А. Некоторые структуры жизненного мира // Личность. Культура. Общество. – 2007. – Вып. 2 (36). – С. 52–68.

12. Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / сост. А.Я. Алхасов; пер. с англ. А.Я. Алхасова, Н.Я. Мазлумяновой; науч. ред. перевода Г.С. Батыгин. – М.: Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2003. – 336 с.

13. Bighash L. The value of questions in organizing: reconceptualizing contributions to online public information goods / L. Bighash, P. Oh, J. Fulk [et al.] // Communication theory. – 2018. – №28. – P. 1–21.