Рузанна Гургеновна Иванян

Высшая школа печати и медиатехнологий СПбГУПТиД

rouzanna@youthcentre.ru

**Солидарность в идеологии журналистики**

Анализируется, в каких дискурсах в идеологии журналистики разворачиваются идеи солидарности. Выделяются пять основных дискурсов: поддержки, активизма, идентичности, общности, развлечения и маркетинга. Они присутствуют в идеологии журналистики одномоментно, как внутри профессии, так и вне ее, применительно к обществу, отдельным группам и людям.

Ключевые слова: солидарность, идеология, журналистика.

В понимании социологов и философов идеальное общество дает возможность каждому человеку жить полноценной жизнью, избегая страданий, насилия, унижения. Гибкие, позитивные и ресурсные горизонтальные связи между людьми способны существенно повлиять на становление такого общества. Однако, в отличие от рыночных отношений, где каждая из сторон должна остаться в плюсе, в этой ситуации необходимо быть готовым к потерям и уступкам, если не для обеих сторон, то для одной. Такое возможно лишь при условии сильной ценностной составляющей, когда идея или ценность оказываются сильнее личных приобретений и выигрыша. На наш взгляд, примером такой ценности является солидарность.

Идеология журналистики инкорпорирует идеи и ценности солидарности и напрямую, и опосредовано, через другие концепты и понятия. В первую очередь мы можем говорить о дискурсе «поддержки», которая может быть направлена как на различных общественных акторов (например, уязвимые группы населения, организации, отдельных индивидов и т. д.), так и на профессиональное журналистское сообщество (поддержка СМИ и журналистов, оказавшихся в конфликтах, испытывающих нужду, лишения, несправедливость и т. д.).

Тезис о том, что журналистика служит людям и должна быть полезной / помогающей / поддерживающей, никогда не подвергался сомнению. Профессиональная сфера обладает массой возможностей для реализации макро- и микропрактик поддержки, поэтому дискурс вмещает в себя множество различных вариантов и позволяет выбрать наиболее приемлемый для себя.

Правда, имеет смысл задавать себе вопрос, насколько иерархичны отношения в контексте этого дискурса и каким образом это трансформирует понимание солидарности. Имеет ли место солидарность, когда поддержку осуществляет тот, у кого больший доступ к социальным благам и ресурсам и большая безопасность? Можем ли мы говорить о солидарности, когда речь идет о благотворительности имущих? Пограничным с дискурсом поддержки можно назвать дискурс «активизма», частным случаем которого является протестный активизм. Солидарность сопрягается с гражданственностью, адвокацией и защитой прав человека. Этот дискурс особенно ярко проявляется в относительно независимых онлайн медиа, активно вовлеченных в борьбу против коррупции или произвола государственной машины. Особенными чертами дискурса являются его радикальность и риски трансформации журналистики в медийный инструмент политической борьбы.

В дискурсе «свой-чужой» ценность солидарности приобретает дополнительный инструментальный характер: с ее помощью формируется групповая идентичность, формируется внутригрупповая сплоченность, осуществляется защита границ от внешнего воздействия, но в то же время укрепляются негативные установки по отношению в «другим». Центром внимания становится адресат солидарности: чем больше его взгляды, позиция и прочие аспекты похожи на собственные, тем больше он заслуживает солидарности.

В дискурсе общности, напротив, солидарность по отношению к кому-то объединяет акторов на основе общих или сходных целей и интересов. Такое объединение возможно, а солидарность становится важным клеем, способным свести вместе разновекторные субъекты, правда, как правило, на короткий срок. Журналистика использует свой потенциал для краудсорсинга, мобилизации сил и адвокации.

Дискурс развлечения и маркетинга предполагает относительно «легкое» обращение с ценностью солидарности и ее реализацию в удобных полуразвлекательных форматах. Журналистика инициирует или вовлекается в действия, которые могут проходить под лозунгами солидарности, однако при этом остается в зоне безопасности и комфорта (например, организация вечеринки в баре в знак солидарности с журналистами, подвергающимися травле, выпуск и продажа ювелирных изделий с призывами и т.д.).

Различные дискурсы солидарности присутствуют в идеологии журналистики одномоментно, пересекаясь и наслаиваясь. Они реализуются как внутри профессии, в отношении коллег, так и вне ее, применительно к обществу, отдельным группам и людям.