

■ ■ ■ Коллективные медиапрактики как механизм профессионально-гражданской самоидентификации студентов: опыт медиафорума «Южный рубеж»

Давыдова М. А.

Донской государственный технический университет. Ростов-на-Дону, Российская Федерация.

Аннотация. Коллективные медиапрактики студенческих медиаактивистов рассматриваются как механизм профессионально-гражданской самоидентификации и гражданской медиасоциализации. Эмпирическим кейсом выступает VII межрегиональный медиафорум «Южный рубеж», объединивший представителей 30 российских вузов вокруг темы «Код единства».

Исследование выполнено в логике качественного кейс-стади. Основной аналитический корпус составили 30 полуструктурированных интервью – по одному информанту от каждого вуза-участника; еще 12 интервью использовались для контекстной проверки интерпретаций. Материалы анализировались методом тематического анализа. Эмпирические данные также позволили сопоставить типичные и сдержанные случаи.

Полученные данные в результате анализа интервью выявили взаимосвязь коллективного производства медиаконтента, командного взаимодействия, многоуровневого образа «мы», а также межрегиональной коммуникации, и ответственности за публичный медиасмысл.

Научная новизна состоит в рассмотрении организованного коллективного медиапроизводства студентов как пространства, где профессиональное самоопределение медиасоздателя соединяется с осмыслением гражданской субъектности. Показано, что совместная медиадеятельность не формирует гражданскую идентичность с нуля, но при определенных коммуникативных условиях актуализирует ее и связывает с профессиональным самоопределением. Полученные результаты уточняют представление о студенческом медиапроизводстве как о форме медиакоммуникационного участия молодежи и механизме гражданской медиасоциализации.

Ключевые слова: коллективные медиапрактики, студенческие медиа, гражданская идентичность, профессионально-гражданская самоидентификация, коллективное «мы».

Для цитирования: Давыдова М.А. Коллективные медиапрактики как механизм профессионально-гражданской самоидентификации студентов: опыт медиафорума «Южный рубеж» //Коммуникология. 2026. Том № 14. №3. С. 218-232. DOI 10.21453/2311-3065-2026-14-3-218-232.

Сведения об авторе: Давыдова Мария Анатольевна – кандидат социологических наук, доцент Института креативных индустрий Донского государственного технического университета. Адрес: 344003, Российская Федерация, город Ростов-на-Дону, площадь Гагарина, 1. E-mail: davydova80@yandex.ru, ORCID ID: 0000-0002-9101-1885

Статья поступила в редакцию: 20.07.2026. *Принята к печати:* 15.09.2026.

Конфликт интересов: отсутствует.

Введение

Современная медиасреда расширяет участие молодежи в общественно-политической коммуникации. Студенты выступают не только потребителями информации, но и создателями медиаконтента, способными отбирать факты, интерпретировать события и формировать публичные образы социальных групп и регионов. В деятельности студенческих медиа профессиональное самоопределение соединяется с включением в публичную коммуникацию и осмыслением гражданской принадлежности.

Большинство исследований медиасоциализации молодежи сосредоточено на воздействии информационной среды на установки и поведение аудитории. Производство медиаконтента как механизм гражданской и политической социализации изучено в меньшей степени. Между тем создатель медиасообщения принимает решения о содержании и форме публичного высказывания, участвует в репрезентации социальной реальности и несет ответственность за распространяемые смыслы.

Медиафорум «Южный рубеж», проводимый Донским государственным техническим университетом, представляет собой институционализированную межрегиональную площадку взаимодействия студенческих медиасообществ. Его специфика заключается в соединении межрегиональной коммуникации с коллективной разработкой медиапродуктов, посвященных общественно значимой проблематике. В политологической перспективе форум может рассматриваться как пространство гражданской медиасоциализации и символического конструирования общности.

Недостаточно изученным остается организованное коллективное медиапроизводство студентов как форма медиакommunikационного участия, в которой профессиональное самоопределение соединяется с гражданской субъектностью и политической социализацией. Цель исследования – выявить механизмы, посредством которых коллективное производство медиаконтента, межрегиональное взаимодействие и публичная репрезентация общественно значимых смыслов актуализируют профессионально-гражданскую самоидентификацию студенческих медиаактивистов.

Исследовательский вопрос заключается в том, каким образом коллективное производство общественно значимого медиаконтента в рамках межрегионального форума способствует проявлению и укреплению профессионально-гражданской самоидентификации студентов – участников вузовских медиакоманд. Исследовательская гипотеза состоит в том, что коллективные медиапрактики могут выступать одним из механизмов гражданской медиасоциализации: совместное производство публичного контента способно способствовать формированию многоуровневого образа «мы», осмыслению принадлежности к общему российскому медиaprостранству и усилению ответственности за создаваемые общественно значимые смыслы.

Научная новизна исследования состоит в рассмотрении организованного коллективного медиапроизводства студентов как механизма, в котором профессиональное самоопределение медиасоздателя связано с осмыслением гражданской субъектности. На эмпирическом материале межрегионального медиафорума выявляется взаимосвязь командного взаимодействия, многоуровневого образа «мы», межрегионального узнавания, региональной репрезентации и ответственности за публичный медиасмысл.

Теоретические основания исследования

Политическая социализация молодежи представляет собой процесс усвоения политических норм, ценностей, моделей поведения и форм участия, происходящий в коммуникации с социальными институтами и акторами. В современной медиасреде к числу таких акторов относятся образовательные организации, средства массовой информации, цифровые платформы, блогеры и молодежные сообщества. Исследования показывают, что политическая идентичность формируется во взаимодействии с медиадискурсами и культурными нарративами, через которые молодые люди интерпретируют общественные события и соотносят их с представлениями о государстве и обществе [Сосновская, Левина, 2024].

Гражданское самосознание рассматривается как совокупность ценностных, когнитивных, рефлексивных и эмоциональных характеристик, обеспечивающих осознанную самоидентификацию личности в качестве гражданина. Медиапространство в этом процессе выступает источником социально-политической информации, средой публичной коммуникации и фактором формирования моделей гражданского поведения [Селезнева и др., 2021].

Российская политологическая литература фиксирует переход от иерархической модели политической социализации к сетевой, в которой социальные медиа, блогеры и цифровые сообщества конкурируют с традиционными институтами за право интерпретировать общественно значимые события [Малькевич, 2019; Касамара и др., 2021; Поцелуев и др., 2022]. Для анализа студенческих медиа этот вывод принципиален: их участники одновременно включены в цифровые сети и обладают возможностью самостоятельно производить и распространять медиасообщения.

Исследования молодежного медиапроизводства показывают, что создание видеоконтента и участие в практических медиапроектах могут выступать формой политической социализации, поскольку требуют осмысления общественных проблем, формулирования позиции и выбора способа ее публичного выражения [Dunsmore, Lagos, 2008]. Для анализа молодежного цифрового участия значимы цели участия, состав акторов, институциональный контекст и интенсивность включенности [Literat et al., 2018].

Коллективное политическое самовыражение молодежи часто осуществляется через совместное создание и циркуляцию символических форм, в которых

индивидуальные позиции приобретают коллективное звучание [Literat, Kligler-Vilenchik, 2019]. Публичное выражение гражданской позиции в социальных медиа связано с идентичностью автора и может образовывать переходы между личным опытом, обсуждением общественных проблем и практиками участия [Weinstein, 2014]. Близкие к журналистике участия молодежные медиапрактики формируют коммуникационные сообщества и альтернативные публичные пространства [Marchi, Clark, 2021].

При этом включенность в цифровую публичную сферу не имеет однозначного эффекта: она может поддерживать гражданское участие и чувство принадлежности, но зависит от институционального контекста, эмоциональной динамики и характера взаимодействия между участниками [Dahlgren, 2018; Oden, Porter, 2023]. Поэтому в данной статье коллективное медиапроизводство рассматривается не как автоматический фактор гражданской социализации, а как коммуникативная практика, действие которой требует определенных условий.

Особое значение в коллективных медиапрактиках приобретает образ «мы». Исследования мировоззрения российской молодежи показывают сочетание индивидуальных ориентаций с ценностями коллективизма, солидарности и включенности в общность [Селезнева, Тулегенова, 2024]. В межрегиональном медиапроекте образ «мы» может включать командный, профессиональный, региональный и общегражданский уровни.

Территориальное измерение гражданской субъектности связано с локальной принадлежностью, практиками взаимопомощи и участием в решении общественно значимых задач [Певная и др., 2023]. Для межрегионального медиапроекта это означает, что представление собственного региона и знакомство с другими территориями выступают содержательным элементом формирования общего гражданского пространства.

Понятие профессионально-гражданской самоидентификации используется в статье как авторское рабочее понятие. Оно формируется на пересечении исследований профессиональной идентичности журналиста и студента-журналиста [Nygren, Stigbrand, 2014; Williams et al., 2018], анализа гражданской идентичности молодежи и рассмотрения медиапроизводства как формы публичного участия. Под профессионально-гражданской самоидентификацией понимается соединение профессионального самоопределения медиасоздателя с осознанием собственной гражданской субъектности, ответственности за репрезентацию социальных групп и территорий и включенности в общероссийское информационно-коммуникационное пространство.

Исследовательская позиция и границы интерпретации

В исследованиях политической социализации молодежь нередко рассматривается как аудитория медиавоздействия, а университетская среда – как институциональный канал политического образования и просвещения

[Селезнева и др., 2025]. Такой подход раскрывает управляемые формы социализации, но оставляет на периферии практики, в которых студенты сами производят и публично распространяют общественно значимые смыслы.

Другая исследовательская линия связывает цифровые медиа с гражданским участием и активизмом, однако чаще анализирует индивидуальные действия, платформенную активность или неформальные движения [Neag et al., 2024; Campos, Simões, 2024]. Исследования связи социальных медиа и офлайн-участия также предостерегают от автоматического отождествления медиактивности с гражданским действием: переход от коммуникации к участию зависит от мотивационных, отношенческих и организационных условий [Jung et al., 2024].

Авторская позиция состоит в том, что коллективные медиапрактики могут актуализировать профессионально-гражданскую самоидентификацию при наличии общей содержательной задачи, реального согласования интерпретаций, распределенной ответственности и публичной презентации результата. Поэтому анализ ориентирован не только на подтверждающие высказывания, но и на сдержанные случаи, где участники фиксировали преимущественно профессиональный эффект либо отсутствие заметной ценностной трансформации.

Материал и методы исследования

Исследование выполнено в логике качественного кейс-стади. В качестве исследовательского случая рассматривается VII медиафорум «Южный рубеж», объединивший представителей 30 российских вузов. Выбор кейса обусловлен сочетанием межрегиональной коммуникации, коллективного производства медиаконтента и ценностно заданной темы «Код единства».

Основной аналитический корпус исследования составили 30 полуструктурированных интервью со студентами – представителями всех вузов-участников форума. Выборка формировалась как целевая: в нее включались не случайные участники, а медиаактивисты, представлявшие университетские медиакоманды и имевшие устойчивый опыт производства медиаконтента для вузовских социальных сетей, студенческих редакций, видеоканалов, пресс-служб и молодежных медиаплощадок.

Каждый вуз-участник был представлен в основном корпусе одним информантом. Такой принцип позволил сопоставить опыт разных университетских медиасред и избежать доминирования отдельных команд в эмпирическом материале. Дополнительно были проведены 12 интервью с участниками форума; они использовались для уточнения контекста и проверки устойчивости выявленных тематических категорий, но не входили в основной цитируемый корпус анализа.

Гайд полуструктурированного интервью был разработан автором исследования и включал тематические блоки, посвященные опыту медиадея-

тельности, пониманию темы «Код единства», командному взаимодействию, межрегиональной коммуникации, ответственности за создаваемый контент и осмыслению собственной профессиональной и гражданской роли. Интервью проводились очно в ходе и по завершении программы медиафорума. Перед началом беседы респонденты получали информацию о целях исследования, порядке использования материалов и анонимном представлении результатов.

Обработка материалов проводилась методом тематического анализа. Сначала было выполнено первичное кодирование смысловых фрагментов. Часть кодов задавалась дедуктивно на основании исследовательской модели: коллективное медиапроизводство, образ «мы», межрегиональное взаимодействие, региональная репрезентация, ответственность за публичный медиасмысл и профессионально-гражданская самоидентификация. Одновременно фиксировались индуктивные коды: согласование различающихся позиций, снижение межрегиональных стереотипов, перенос практик в работу собственного медиа, различная интенсивность переживания общности и отсутствие выраженной ценностной трансформации.

На втором проходе близкие коды объединялись в тематические категории, после чего сопоставлялись типичные, контрастные и сдержанные случаи. Цитаты отбирались по критериям смысловой насыщенности, типичности или аналитического контраста; при публикации сохранялась лексика респондентов, а пунктуация и явные речевые повторы минимально редактировались без изменения смысла. Всем участникам присвоены условные коды; персональные данные и сведения, позволяющие однозначно идентифицировать респондента, в статье не приводятся.

Основные параметры эмпирической базы представлены ниже (таблица 1).

Таблица 1. Характеристика эмпирической базы исследования /
Table 1. Characteristics of the empirical basis of the study

Параметр	Характеристика
Исследовательский кейс	VII межрегиональный медиафорум «Южный рубеж»
Институциональный охват	30 российских вузов-участников
Основной аналитический корпус	30 полуструктурированных интервью, по одному информанту от каждого вуза
Дополнительный материал	12 интервью для контекстной проверки интерпретаций
Тип выборки	Целевая, институционально-репрезентативная внутри кейса
Критерий включения	Опыт ведения социальных сетей и производства фото-, видео-, текстового или мультимедийного контента
Метод анализа	Тематический анализ с сочетанием дедуктивных и индуктивных кодов

Источник: составлено автором.

Результаты исследования

1. Коллективная медиапрактика как переход к общему продукту

Первый устойчивый результат связан с переходом от индивидуальной или узкофункциональной работы к совместному производству медиасмысла. До форума большинство респондентов имели опыт создания текстов, фотографий, видео и материалов для социальных сетей. В форумной команде отдельная компетенция должна была быть соотнесена с общей идеей, распределением ролей и публичной задачей проекта.

Особое значение имело согласование различающихся редакционных практик. Общий медиасмысл возникал не из первоначального совпадения позиций, а из их последовательного обсуждения. Один из участников сформулировал это так: «Когда все заняты общим делом, появляется единый продукт, где каждый оставил что-то своё» (P9, 19 лет, Республика Адыгея, копирайтер студенческого медиа). Другой респондент подчеркнул переговорный характер работы: «У нас были разные медиакоманды, но мы всё равно смогли прийти к тому, что объединяет два разных мнения в единый проект» (P2, 20 лет, Ростов-на-Дону, руководитель студенческого медиа).

2. Многоуровневый образ «мы»

В интервью образ «мы» выступал ключевой категорией самоописания и применялся к проектной команде, профессиональному сообществу медиасоздателей, региону и стране. Гражданская принадлежность формировалась не отдельно от профессионального и командного опыта, а через последовательное расширение границ общности.

На командном уровне образ «мы» описывался как результат функционального взаимодействия: «Когда мы начали работу над проектом, каждый был занят своим делом. Это и были «мы» – единая система, которая работала» (P9). На профессиональном уровне участники подчеркивали узнавание в других собственного опыта: «Я смотрела на окружающих ребят и понимала: это «мы», не какие-то ребята и я, а «мы». Мы работаем и получаем общий результат» (P1, 23 года, Майкоп, арт-директор студенческого медиа).

Коллективная идентификация проявлялась неодинаково. Одна из участниц отмечала: «Я бы не сказала, что каждый регион чувствовал себя свободно – мы все были очень заняты. Но общая командная работа, я думаю, была» (P8, 18 лет, Луганск, автор и фотограф студенческого медиа). Это свидетельствует о ситуативном характере формирующегося «мы».

3. «Код единства»: трансформация и закрепление гражданского смысла

Ответы респондентов демонстрируют несколько траекторий осмысления темы «Код единства». У части участников первоначальные представления изменились, у других дополнились или получили подтверждение, у третьих приобрели профессиональное измерение. Форум не производил унифицированную интерпретацию, а создавал пространство согласования различных представлений об общности.

Для участников из республик и исторических регионов значимым становилось публичное представление собственной культуры и региона внешней аудитории: «Мы рассказываем о себе, о своём народе людям, которые не знакомы с нашей культурой и традициями. Этот взгляд со стороны на свой народ действительно меняет восприятие» (P9). Участники из Луганска связывали единство с профессиональной этикой медиасоздателя: «Для меня как медийщика «код единства» – это то, что объединяет всех нас, и то, что мы должны правильно услышать и понять людей» (P8).

В других случаях форум не менял исходных установок, а закреплял их: «После форума во мне ничего кардинально не изменилось, кроме того, что некоторые понятия укоренились и я стала увереннее отвечать на вопросы о нашем единстве» (P4, 20 лет, Республика Крым, видеограф студенческого медиасообщества).

4. Межрегиональная коммуникация и сокращение символической дистанции

Совместная работа участников из разных регионов способствовала культурному узнаванию и пересмотру предварительных представлений. Единство конструировалось через опыт взаимодействия с различиями, а не через их устранение. Региональная специфика становилась ресурсом общего медиапродукта и основанием для расширения гражданского образа «мы».

Наиболее отчетливо сокращение символической дистанции проявилось в пересмотре стереотипов: «На форуме я поняла, что всё совершенно иначе. Было интересно общаться не через призму стереотипов, а через призму реального восприятия» (P4). Для участницы из Майкопа межрегиональный контакт расширил представление о стране: «Каждый человек приносит своё понимание своего региона, о котором я раньше не имела представления. Я уезжаю с форума с более глубоким пониманием регионов России» (P1).

5. Ответственность за публичный медиасмысл как компонент гражданской субъектности

В интервью устойчиво проявлялся мотив ответственности за создаваемый контент. Респонденты соотносили свои решения с ожиданиями зрителей, подписчиков, университетского сообщества и молодежной аудитории. Ответственность включала точность фактов, корректность интерпретации, этичность репрезентации и учет возможных общественных последствий сообщения.

Ответственность связывалась с публичностью результата и принадлежностью к профессиональному сообществу: «На медиафоруме ты чувствуешь себя частью большого медиасообщества. Понимание того, что будешь представлять свой продукт большой аудитории, действительно накладывает ответственность» (P9). Участники также подчеркивали распределенный характер ответственности: «Каждый человек из нашей команды чувствовал ответственность за свою часть работы. Мы работали очень слаженно, и это было

видно на презентации» (Р6, 19 лет, Ростов-на-Дону, журналист студенческой профсоюзной медиаредакции).

6. Профессионально-гражданская самоидентификация медиасоздателя

Анализ интервью показывает взаимосвязь профессионального и гражданского самоопределения. Участник форума осмысляет себя не только как исполнитель отдельной медиазадачи, но и как автор публичного сообщения, представитель региона и участник производства общественно значимых смыслов. Профессиональная принадлежность приобретает гражданское измерение через понимание последствий медиарепрезентации и ответственности перед аудиторией.

Выявленная траектория может быть представлена как переход от технической роли к субъектной позиции: исполнитель – автор – представитель региона – участник гражданской коммуникации. Профессиональное самоопределение часто выражалось через подтверждение собственной компетентности: «Я уезжаю с ощущением, что я компетентный медиаспециалист. Мне приятно, что со спикерами и участниками форума мы разговариваем на одном языке» (Р1).

Для руководителей медиакоманд значимым результатом становилось переосмысление ответственности за других: «Я увидел, как работают другие, и понял, какая большая ответственность лежит на руководителе за создание контента» (Р3, руководитель студенческой видеоредакции). Еще одна участница связывала профессиональную субъектность со способностью согласовывать различающиеся позиции: «Форум помог мне больше слушать мнения других людей. Посредством переговоров мы нашли то, что будет интересно для нас всех» (Р2).

Обсуждение

Полученные данные позволяют рассматривать медиафорум как институционализированную форму гражданской медиасоциализации. Его специфика определяется сочетанием межрегионального состава участников, коллективного производства медиапродукта, интенсивного взаимодействия и общественно значимой тематической рамки. В отличие от медиапотребления, совместное медиапроизводство помещает участника в субъектную позицию: он участвует в выборе и интерпретации смыслов, согласует их с другими членами команды и отвечает за публичный результат.

Материалы «Южного рубежа» конкретизируют вывод о социализирующем потенциале медиапроизводства: субъектная позиция возникает не только из факта создания контента, но и из необходимости согласовать региональные, профессиональные и ценностные различия внутри временной межвузовской команды. Формирование коллективного «мы» имеет многоуровневую структуру: командная принадлежность становится исходной формой общности, профессиональное медиасообщество задает нормы деятельности,

региональная репрезентация актуализирует территориальную идентичность, а межрегиональная коммуникация расширяет границы гражданской принадлежности.

Сопоставление интервью позволяет увидеть устойчивую последовательность изменений, возникающих в ходе коллективной медиаработы. Отправной точкой становится необходимость договориться о содержании общего продукта и распределить ответственность внутри команды. В этом процессе участники начинают описывать себя через коллективное «мы», соотносят собственный региональный опыт с опытом других участников и иначе осмысляют публичную роль медиасоздателя.

Выявленные связи позволяют рассматривать коллективную медиапрактику как пространство, в котором профессиональная и гражданская идентификация проявляются во взаимосвязи. Важным здесь оказывается не сам факт совместного производства контента, а ситуация, когда участник вынужден согласовывать свою позицию с другими, представлять регион внешней аудитории и отвечать за смысл публичного сообщения.

Поэтому обнаруженный механизм целесообразно описывать не как жесткую последовательность этапов, а как совокупность взаимосвязанных процессов: командного взаимодействия, формирования образа «мы», межрегионального узнавания, региональной репрезентации и рефлексии профессиональной ответственности. В совокупности они создают условия для актуализации профессионально-гражданской самоидентификации.

Сопоставление интервью позволяет выделить четыре типа эффектов фораума. Трансформационный эффект проявлялся в переосмыслении представлений о других регионах, собственной культурной принадлежности и роли медиасоздателя. Закрепляющий эффект выражался в уточнении и усилении ранее сформированных представлений об единстве, ответственности и гражданской принадлежности. Профессионализирующий эффект был связан с развитием навыков, освоением командных ролей и укреплении принадлежности к медиасообществу. Сдержанный эффект фиксировался в случаях, когда участники признавали наличие общей работы, но не связывали ее с заметным изменением идентичности или ценностных установок.

Выявленный механизм представлен в таблице 2.

Таблица 2. Механизм профессионально-гражданской самоидентификации в коллективных медиапрактиках / Table 2. The mechanism of professional and civic self-identification in collective media practices

Этап практики	Коммуникативное действие	Идентификационный эффект	Эмпирический индикатор
Коллективное медиапроизводство	Распределение ролей и согласование замысла	Переход от индивидуальной функции к общему продукту	Упоминания общей задачи, команды, совместного результата

Окончание табл. 2

Этап практики	Коммуникативное действие	Идентификационный эффект	Эмпирический индикатор
Командное взаимодействие	Переговоры о содержании и форме медиасообщения	Формирование первичного образа «мы»	Описания слаженности, взаимного учета позиций
Межрегиональная коммуникация	Обмен культурными и региональными интерпретациями	Сокращение символической дистанции	Пересмотр стереотипов, интерес к другим регионам
Региональная репрезентация	Представление своего региона внешней аудитории	Связь локальной и общегражданской принадлежности	Высказывания о культуре, народе, регионе, стране
Публичная презентация результата	Выход медиапродукта к аудитории	Ответственность за публичный медиасмысл	Мотивы точности, этичности и последствий сообщения
Рефлексия профессиональной роли	Осмысление себя как автора и представителя	Профессионально-гражданская самоидентификация	Переход от исполнителя к субъекту гражданской коммуникации

Источник: составлено автором.

Ограничения исследования

Выборка включала студентов, уже вовлеченных в производство медиаконтента, поэтому выявленные механизмы характеризуют прежде всего медиаактивную часть студенческой молодежи. Основной корпус построен по принципу представительства всех вузов-участников форума, но не претендует на статистическую репрезентативность.

Интервью фиксировали субъективные интерпретации участников в непосредственной временной близости к форуму и не позволяют судить о длительности выявленных эффектов. Кодирование выполнено автором исследования; отсутствие независимого второго кодировщика ограничивает возможность проверки межкодировочного согласия. Дополнительными направлениями верификации могут стать повторные интервью, анализ созданных медиапродуктов и сопоставление данных разных форумных команд.

Выводы. Исследование показало, что коллективные медиапрактики межрегионального форума связаны с актуализацией профессионально-гражданской самоидентификации студенческих медиаактивистов. Под ней понимается соединение профессионального самоопределения медиасоздателя с осознанием собственной гражданской субъектности, ответственности за публичную репрезентацию социальных групп и территорий и включенности в общероссийское информационно-коммуникационное пространство.

В интервью выявлены шесть взаимосвязанных аналитических линий: переход к общему медиапродукту; формирование многоуровневого образа «мы»; трансформация или закрепление смысла единства; сокращение символической дистанции между регионами; осознание ответственности за публичный медиасмысл; переосмысление профессиональной роли медиасоздателя. Сопоставление случаев позволило выделить трансформационный, закрепляющий, профессионализирующий и сдержанный типы эффектов форума.

Выявленный механизм позволяет интерпретировать коллективное медиапроизводство как один из возможных способов гражданской медиасоциализации молодежи. Совместная работа над публичным медиапродуктом сама по себе не создает гражданскую идентичность, однако при наличии общей содержательной задачи, необходимости согласовывать позиции и ответственности перед аудиторией способствует ее актуализации и соединению с профессиональным самоопределением медиасоздателя. Дальнейшая проверка выявленных связей требует лонгитюдного исследования и сопоставления различных форматов студенческой медиадетельности.

Источники

Касамара В.А., Сорокина А.А., Шилина А.Н. (2021). YouTube-блогеры как агенты политической социализации российских школьников // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. № 3. С. 7-21.

Малькевич А.А. (2019). Социальные сети как фактор политической социализации молодежи: от иерархии к сетевой модели // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. № 6. С. 88-97.

Певная М.В., Тарасова А.Н., Якубова Э.Р. (2023). Гражданское участие молодежи малых территорий крупного индустриального региона России // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. Т. 25. № 3. С. 722-737. DOI: 10.22363/2313-1438-2023-25-3-722-737.

Поцелуев С.П., Подшибякина Т.А., Константинов М.С. (2022). Идеологическая акселерация школьной молодежи как эффект новых медиа: к постановке вопроса // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. Т. 24. № 3. С. 573-585. DOI: 10.22363/2313-1438-2022-24-3-573-585.

Селезнева А.В., Рогач Н.Н., Брайнес А.А. (2025). Политическое образование и просвещение российской студенческой молодежи: актуальное состояние и потенциал геймификации // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. Т. 27. № 2. С. 287-300. DOI: 10.22363/2313-1438-2025-27-2-287-300.

Селезнева А.В., Тулегенова Д.Д. (2024). «В слове „Мы“ сто тысяч „Я“»: коллективное и индивидуальное в мировоззрении российской молодежи // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. Т. 26. № 2. С. 341-356. DOI: 10.22363/2313-1438-2024-26-2-341-356.

Селезнева А.В., Яковлева А.Ф., Ибрагимов Э.С. (2021). Гражданское самосознание российской молодежи и медиaprостранство: «нескладывающийся пазл» // Galactica Media: Journal of Media Studies. Т. 3. № 4. С. 109-138. DOI: 10.46539/gmd.v3i4.206.

Сосновская А.М., Левина С.А. (2024). Акторы политической социализации молодежи // Управленческое консультирование. № 5. С. 228-243. DOI: 10.22394/1726-1139-2024-5-228-243.

Campos R., Simões J.A. (2024). Digital artivisms: creative practices, digital technologies, and political participation among young Portuguese artists. *International Journal of Communication*. Vol. 18, pp. 1851-1869.

Dahlgren P. (2018). Public sphere participation online: the ambiguities of affect. *International Journal of Communication*. Vol. 12, pp. 2052-2070.

Dunsmore K., Lagos T. (2008). Politics, media and youth: understanding political socialization via video production in secondary schools. *Learning, Media and Technology*. Vol. 33. No. 1, pp. 1-10. DOI: 10.1080/17439880701868770.

Jung H., Dai W., Albarracín D. (2024). How social media algorithms shape offline civic participation: a framework of social-psychological processes. *Perspectives on Psychological Science*. Vol. 19. No. 5, pp. 767-780. DOI: 10.1177/17456916231198471.

Literat I., Kligler-Vilenchik N., Brough M., Blum-Ross A. (2018). Analyzing youth digital participation: aims, actors, contexts and intensities. *The Information Society*. Vol. 34. No. 4, pp. 261-273. DOI: 10.1080/01972243.2018.1463333.

Literat I., Kligler-Vilenchik N. (2019). Youth collective political expression on social media: the role of affordances and memetic dimensions for voicing political views. *New Media & Society*. Vol. 21. No. 9, pp. 1988-2009. DOI: 10.1177/1461444819837571.

Marchi R., Clark L.S. (2021). Social media and connective journalism: the formation of counterpublics and youth civic participation. *Journalism*. Vol. 22. No. 2, pp. 285-302. DOI: 10.1177/1464884918807811.

Neag A., Supa M., Mihailidis P. (2024). Researching social media and activism with children and youth: a scoping review. *International Journal of Communication*. Vol. 18, pp. 2107-2128.

Nygren G., Stigbrand K. (2014). The formation of a professional identity: journalism students in different media systems. *Journalism Studies*. Vol. 15. No. 6, pp. 841-858. DOI: 10.1080/1461670X.2013.834163.

Oden A., Porter L. (2023). The kids are online: teen social media use, civic engagement, and affective polarization. *Social Media + Society*. Vol. 9. No. 3. DOI: 10.1177/20563051231186364.

Weinstein E.C. (2014). The personal is political on social media: online civic expression patterns and pathways among civically engaged youth. *International Journal of Communication*. Vol. 8, pp. 210-233.

Williams A., Guglietti M.V., Haney S. (2018). Journalism students' professional identity in the making: implications for education and practice. *Journalism*. Vol. 19. No. 6, pp. 820-836. DOI: 10.1177/1464884917692344.

■ ■ ■ Collective media practices as a mechanism of students' professional and civic self-identification: the case of the «yuzhny rubezh» media forum

Davydova Maria A.

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Institute of Creative Industries, Don State Technical University, 1 Gagarin Square, Rostov-on-Don 344003, Russian Federation. E-mail: davydova80@yandex.ru. ORCID ID: 0000-0002-9101-1885

Abstract. The article examines collective media practices of student media activists as a mechanism of professional and civic self-identification and civic media socialization. The

empirical case is the 7th interregional «Yuzhny Rubezh» Media Forum, which brought together representatives of 30 Russian universities around the theme «Code of Unity». The study follows a qualitative case-study design. The main analytical corpus comprises 30 semi-structured interviews, one informant from each participating university; 12 additional interviews were used for contextual verification. The materials were analyzed using thematic analysis. Results. The comparison of interviews reveals interrelations between collective media production, team interaction, a multilevel image of «we», interregional communication, regional representation, and responsibility for public media meaning. The scientific novelty lies in interpreting organized collective student media production as a space in which the professional self-definition of a media creator is connected with the understanding of civic agency. The findings show that joint media activity does not create civic identity from scratch, but under certain communicative conditions actualizes it and links it with professional self-definition. The results clarify the role of student media production as a form of youth media-communication participation and a mechanism of civic media socialization.

Keywords: collective media practices, student media, civic identity, professional and civic self-identification, media socialization, collective «we».

For citation: Davydova M.A. Collective Media Practices as a Mechanism of Students' Professional and Civic Self-Identification: The Case of the «Yuzhny Rubezh» Media Forum // *Communicology*. Vol. 14. No. 3. 2026, pp. 218-232. DOI 10.21453/2311-3065-2026-14-3-218-232.

Inf. about the author: Maria Anatolyevna Davydova – Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Institute of Creative Industries, Don State Technical University, 1 Gagarin Square, Rostov-on-Don 344003, Russian Federation, E-mail: davydova80@yandex.ru, ORCID ID: 0000-0002-9101-1885

Received: 20.07.2026. *Accepted:* 15.09.2026.

References

- Campos R., Simões J.A. (2024). Digital activism: creative practices, digital technologies, and political participation among young Portuguese artists. *International Journal of Communication*. Vol. 18, pp. 1851-1869.
- Dahlgren P. (2018). Public sphere participation online: the ambiguities of affect. *International Journal of Communication*. Vol. 12, pp. 2052-2070.
- Dunsmore K., Lagos T. (2008). Politics, media and youth: understanding political socialization via video production in secondary schools. *Learning, Media and Technology*. Vol. 33. No. 1, pp. 1-10. DOI: 10.1080/17439880701868770.
- Jung H., Dai W., Albarracín D. (2024). How social media algorithms shape offline civic participation: a framework of social-psychological processes. *Perspectives on Psychological Science*. Vol. 19. No. 5, pp. 767-780. DOI: 10.1177/17456916231198471.
- Kasamara V.A., Sorokina A.A., Shilina A.N. (2021). YouTube bloggers as agents of political socialization of Russian schoolchildren. *Moscow University Bulletin. Series 12. Political Science*. No. 3, pp. 7-21 (in Rus.).
- Literat I., Kligler-Vilenchik N. (2019). Youth collective political expression on social media: the role of affordances and memetic dimensions for voicing political views. *New Media & Society*. Vol. 21. No. 9, pp. 1988-2009. DOI: 10.1177/1461444819837571.

Literat I., Kligler-Vilenchik N., Brough M., Blum-Ross A. (2018). Analyzing youth digital participation: aims, actors, contexts and intensities. *The Information Society*. Vol. 34. No. 4, pp. 261-273. DOI: 10.1080/01972243.2018.1463333.

Malkevich A.A. (2019). Social networks as a factor of youth political socialization: from hierarchy to a network model. *Moscow University Bulletin. Series 12. Political Science*. No. 6, pp. 88-97 (in Rus.).

Marchi R., Clark L.S. (2021). Social media and connective journalism: the formation of counterpublics and youth civic participation. *Journalism*. Vol. 22. No. 2. P. 285-302. DOI: 10.1177/1464884918807811.

Neag A., Supa M., Mihailidis P. (2024). Researching social media and activism with children and youth: a scoping review. *International Journal of Communication*. Vol. 18, pp. 2107-2128.

Nygren G., Stigbrand K. (2014). The formation of a professional identity: journalism students in different media systems. *Journalism Studies*. Vol. 15. No. 6, pp. 841-858. DOI: 10.1080/1461670X.2013.834163.

Oden A., Porter L. (2023). The kids are online: teen social media use, civic engagement, and affective polarization. *Social Media + Society*. Vol. 9. No. 3. DOI: 10.1177/20563051231186364.

Pevnaya M.V., Tarasova A.N., Yakubova E.R. (2023). Civic participation of youth in small territories of a large industrial region of Russia. *RUDN Journal of Political Science*. Vol. 25. No. 3, pp. 722-737. DOI: 10.22363/2313-1438-2023-25-3-722-737 (in Rus.).

Potseluev S.P., Podshibyakina T.A., Konstantinov M.S. (2022). Ideological acceleration of school youth as an effect of new media: problem statement. *RUDN Journal of Political Science*. Vol. 24. No. 3, pp. 573-585. DOI: 10.22363/2313-1438-2022-24-3-573-585 (in Rus.).

Selezneva A.V., Rogach N.N., Braines A.A. (2025). Political education and enlightenment of Russian university youth: the current state and the potential of gamification. *RUDN Journal of Political Science*. Vol. 27. No. 2, pp. 287-300. DOI: 10.22363/2313-1438-2025-27-2-287-300 (in Rus.).

Selezneva A.V., Tulegenova D.D. (2024). "There are one hundred thousand 'I's in the word 'WE'": the collective and the individual in the worldview of Russian youth. *RUDN Journal of Political Science*. Vol. 26. No. 2, pp. 341-356. DOI: 10.22363/2313-1438-2024-26-2-341-356 (in Rus.).

Selezneva A.V., Yakovleva A.F., Ibragimov E.S. (2021). Civic consciousness of Russian youth and media space: a puzzle that does not fit together. *Galactica Media: Journal of Media Studies*. Vol. 3. No. 4, pp. 109-138. DOI: 10.46539/gmd.v3i4.206 (in Rus.).

Sosnovskaya A.M., Levina S.A. (2024). Actors of youth political socialization. *Administrative Consulting*. No. 5, pp. 228-243. DOI: 10.22394/1726-1139-2024-5-228-243 (in Rus.).

Weinstein E.C. (2014). The personal is political on social media: online civic expression patterns and pathways among civically engaged youth. *International Journal of Communication*. Vol. 8, pp. 210-233.

Williams A., Guglietti M.V., Haney S. (2018). Journalism students' professional identity in the making: implications for education and practice. *Journalism*. Vol. 19. No. 6, pp. 820-836. DOI: 10.1177/1464884917692344.