

РОЛЬ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТОВ

Осмыслить роль социологического мышления в работе специалиста интересно и важно на примере журналистской деятельности.

Структура журналистской деятельности анализировалась многими теоретиками журналистики. Так, например, С.М. Виноградов, подходил к исследованию данного аспекта с этико-нравственной позиции. Существует много трудов и публикаций относительно этико-правовой культуры журналиста. Профессиональная культура журналиста состоит из ряда базовых элементов. К ним можно отнести правовую культуру (И.В. Микулина, В. Тулупов), коммуникативную культуру, политическую культуру (Т. Гусельникова), информационную культуру журналиста (которая включает нравственные ценности, нормы и т.д.), психологическую культуру журналиста и др. Считаем возможным дополнить этот перечень культурой социологического мышления.

Культура социологического мышления журналиста состоит в том, что личность, имея способность критически воспринимать действительность, формирует собственный строй мыслей. Этот строй мыслей закрепляется профессиональным и обыденным общением. Журналист ежедневно воспринимает мир по-новому, на виду у многомиллионной аудитории.

Социологическое мышление имеет цепочку немаловажных отличий от здравого смысла, который основан на потреблении человеческого опыта, традиций и обычаев. Мы можем сделать вывод о том, что социологическое мышление изменяет в корне весь внутренний мир журналиста. Оно как бы приучает сотрудника редакции постоянно познавать самого себя, контролировать свои чувства, эмоции, сознание, вырабатывать нужные в жизни и труде установки, ценностные ориентации и профессионально-нравственные критерии. Все то, что составляет основу профессиональной культуры специалиста. Таким образом, профессиональная культура журналиста напрямую связана с его культурой социологического мышления.

Огромной массе российских журналистов не свойственно социологическое мышление. В своем труде Свитич Л.Г. приходит к следующему выводу: «Основываясь на логике здравого смысла и стереотипах обыденного мышления, они склонны к скоропалительным суждениям и абстрактным заключениям, к эмоциональным, бездоказательным обобщениям и выводам, к банальным объяснениям

происходящего» [3]. Типичным примером этого подхода стала традиционная для российских СМИ и журналистов монологическая модель общения, то есть форма общения, при которой журналист предоставляет информацию аудитории в виде монолога. Таким образом, происходит позиционное неравноправие СМИ и аудитории.

Следует также сказать и том, что отсутствие социологического мышления у журналистов, зачастую, может привести к их неадекватной оценке своего места в обществе. К великому сожалению, на практике в российской журналистике это приводит только лишь к необразованности, а также к неуважению, а неуважение довольно губительно для такого рода профессиональной деятельности, как журналистика.

Таким образом, культура социологического мышления – это очень важное явление культуры интеллектуальной деятельности, которая составляет основу журналистской работы в целом. При таком типе мышления чувства в большинстве случаев могут преобладать над знанием, а это часто сводится к поиску «виноватых» и «крайних» [1]. Ведь именно они вскоре становятся определяющей темой для любого вида СМИ.

В качестве примера социологического мыслящего журналиста можно упомянуть творческую деятельность журналиста газеты «Аргументы и Факты» Георгия Зотова. По нашему мнению, отличительной чертой его творческого метода является участие в политической деятельности, которая заключается в получении, обработке и распространении различной информации на основе политического анализа конкретных ситуаций общественной жизни.

Любой вопрос, который возникает в общественной жизни, будет носить политический характер, если затронет интересы больших социальных групп, а также, если для его решения нужно будет вмешаться государству. Так или иначе, политические отношения осознаются людьми, поэтому политика – система политических взглядов. Для того, чтобы так называемое «вмешательство» журналиста не было результатом поверхностных решений, как и любому политическому лицу, журналисту нужно максимально глубоко проникать в проблему и максимально осознавать политические отношения.

Для анализа материалов этой тематики мы используем классификацию основных характеристик социологического мышления журналиста, разработанных Г.В. Осиповым [2], так как считаем, что эти темы столь сложны и многогранны, что лишь журналист, обладающий культурой социологического мышления, способен проанализировать информацию и грамотно представить выводы своего журналистского поиска.

Следует начать, на наш взгляд, со структурности, которая присуща материалам Г. Зотова: логика и структура доказательств позволяют читателю согласиться с точкой зрения автора. Далее - диалектизм. Журналист-социолог показывает динамику развития события, объясняя, что это не единичное событие, а следствие действия доминирующих в обществе процессов. Следующая особенность, характерная для творчества Г. Зотова, - прогностические способности. Четвертая способность - учитывать особенности национальных менталитетов, систему ценностей разных народов, умение соотносить их с российскими ценностями. Следующая – объективность.

В заключение подведем итог: стиль автора, несомненно, прослеживается во всех публикациях, но при этом обращает на себя внимание тот факт, что тексты сами по себе неоднородны. Именно в стиле Г. Зотова можно найти черты как журналистики, так и социологии.

Список использованной литературы

1. Гоуайзер Ш., Уитт Э. Путеводитель журналиста по опросам общественного мнения. М., 1997. С. 48, 49.
2. Российская социологическая энциклопедия / Под общ. ред. Г.В. Осипова. - М., 1998.
3. Свитич Л. Г. Профессия: журналист. Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2003.

КОШАРНАЯ Г.Б., ДОКТОР СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ НАУК, ПРОФЕССОР ПЕНЗЕНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА, Г. ПЕНЗА

ГРАЖДАНСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Понятие «идентичность» сегодня широко используется в социологии. В самом общем понимании «идентичность» означает осознание человеком своей принадлежности к какой-либо группе, что позволяет ему определить свое место в социокультурном пространстве и ориентироваться в окружающем мире. Для этого индивид должен добровольно принять элементы культуры, нормы, ценности и иные средства общения, принятые в данной группе. Усвоение всех этих культурных образцов, присущих группе, придает жизни человека упорядоченный и предсказуемый характер, а также делает его причастным к какой-то конкретной общности. В этом плане суть социокультурной идентичности можно определить как осознанное принятие человеком ценностных ориентаций, норм и образцов поведения, соответствующих либо современному обществу (эпохе модерна), либо традиционному.

Актуальность исследования гражданской идентичности обусловлена происходящими в России социально-экономической, социокультурной и политической трансформациями. Для успешной модернизации российского