

23. Открытое письмо президенту Фонда информационной демократии И. И. Массух от министра Российской Федерации М. А. Абызова. URL: https://www.roi.ru/upload/759_reply.pdf (дата обращения: 02.09.2016).

24. Запрет чиновникам и сотрудникам компаний с государственным (муниципальным) участием приобретать легковые автомобили стоимостью свыше 1,5 миллионов рублей. URL: <https://www.roi.ru/759> (дата обращения: 02.09.2016).

25. Постановление Правительства РФ от 20.10.2014 № 1084 «О порядке определения нормативных затрат на обеспечение функций федеральных государственных органов, органов управления государственными внебюджетными фондами Российской Федерации, в том числе подведомственных им казенных учреждений». URL: <http://www.zakupki-inform.ru/44-fz/normativno-pravovye-akty-po-44-fz/postanovlenie-pravitelstva-rf-ot-20-10-2014-1084.html> (дата обращения: 02.09.2016).

26. Инициатива «Отменить “Закон Яровой”» передана на рассмотрение в экспертную группу. URL: <https://www.roi.ru/28432> (дата обращения: 02.09.2016).

E. A. Pashkovsky
Saint Petersburg Electrotechnical University «LETI»

INTERACTION OF STATE AND SOCIETY IN MODERN RUSSIA: THE ISSUE OF SOCIAL EFFICIENCY OF MANAGEMENT

The article discusses the role of the civil society in improving the quality and efficiency of public administration. The experience of use in Russia of borrowed from western countries technologies related to the expansion of public participation in the activities of the authorities is analyzed. The attention is focused on the work of institutions such as the Open Government and the Russian Social Initiative, and their importance for the further growth of social efficiency of public administration.

Social efficiency, governance, civil society, Open Government, the Russian Social Initiative

УДК 32.019.51

А. Ю. Колянов

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)

О ПРОБЛЕМЕ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖУРНАЛИСТИКЕ

Актуализируется необходимость личностных исследований профессионализма в политической журналистике. Анализируются структурные элементы проблемы, а также возможные научные подходы к ее решению.

Политические коммуникации, политическая журналистика, медиаисследования

Политологическое осмысление российского медиаландшафта как элемента политического процесса является не только актуальной задачей для наблюдателей, но и важной научной проблемой. Модели формирования и функционирования информации в мире современных медиа меняются достаточно быстро. Этому способствуют как технический прогресс, приносящий новые форматы передачи данных, так и новые представления о характере

профессиональной деятельности, а вместе с ними и новые требования к личностным качествам профессионалов. Технический и идеологический факторы нередко порождают ситуации, в которых специалисты вынуждены оставлять профессиональную деятельность по причине, например, того, что старый формат больше не позволяет в достаточной степени «монетизировать» результаты труда.

Политическую журналистику как сферу, активно использующую инновационные методы работы с информацией, эти процессы затрагивают не в последнюю очередь. Как отмечают исследователи, журналистика и власть – один из наиболее интересных и актуальных вопросов в парадигме изучения общей проблемы. «Проблему политизации СМИ и медиатизации политики часто рассматривают как две стороны одной медали. При этом политизация – это процесс, затрагивающий больше содержание, чем форму, а медиатизация – процесс, больше затрагивающий форму, чем содержание. Медиатизация политики – это не что иное, как перемещение политического процесса в символическое пространство средств массовой информации» [1].

Выделим следующие моменты, которые, на наш взгляд, позволяют говорить об особенностях политической журналистики в ряду других журналистских специализаций.

Политическая журналистика возникла как ответ на потребности общества в получении информации о деятельности государственных органов и т. д. Со временем ее роль значительно усилилась, что потребовало четкого осмысления места, роли и функций как политической журналистики, так и политического журналиста – носителя политической культуры и субъекта политической журналистики. Это привело к становлению новой научной дисциплины, политологии журналистики и других дисциплин, в нее включенных, в частности, психологии политической журналистики. Появление новой дисциплины регламентирует и систематизирует научное осмысление проблем политической журналистики, выявляет основы и механизмы ее функционирования.

Журналист, специализирующийся в области политической проблематики, сталкивается с противоречием между объективным отражением политической жизни, учетом потребностей аудитории, собственной личной и политической позицией, а также позицией СМИ (в том случае, если он связан с ними конкретными обязательствами).

Современный политический журналист испытывает трудности профессиональной идентификации по различным причинам. Это и конвергенция политического и журналистских полей, в ходе которой журналисты и политики меняются местами: журналисты становятся участниками поля политики, а политики – поля журналистики. Это и образование «корпорации» политических журналистов, которое часто приводит к тому, что эта корпорация становится для них важнейшей референтной группой и может нивелировать адекватное отображение политической реальности, учета потребностей аудитории, абстрагирование от общественного процесса. Сюда также можно отнести зависимость журналистов от бизнеса и политических структур, требованиям которых вынужден подчиняться журналист, чтобы беспрепятственно осуществлять профессиональную деятельность и получать за нее вознаграждение и т. д.

Политическая журналистика рассматривается исследователями в двух плоскостях. Первая – в качестве журналистской специализации, проникающей в политику и взаимодействующей с ней, а потому «вбирающей» в себя остальные журналистские специализации, поскольку так или иначе любые журналистские высказывания отзываются в политике. Вместе с тем это создает тонкую грань между политикой и журналистикой, которую журналист в идеале

переступать не должен, хотя достижение баланса чрезвычайно сложно. Однако как бы ни был журналист близок к политическому процессу и какое бы влияние на него ни оказывал, он все равно остается в стороне от принятия конкретных политических решений, поскольку это не входит в его профессиональные обязанности. Вторая плоскость – рассмотрение политической журналистики как отдельной специализации, одной из областей журналистской практики.

На наш взгляд, в качестве основных атрибутов политической журналистики следует назвать:

- политическую тематику как структурообразующий момент специализации;
- особые требования к личностным качествам журналиста: он должен обладать определенным набором навыков, знаний, представлений, чтобы эффективно вести профессиональную деятельность;
- интеграцию и взаимодействие политической журналистики с политическими институтами (причастность к политическим событиям, аккредитации при властных структурах, взаимозаинтересованность в сотрудничестве и т. д.) и существование редакций как элементов политической структуры [2].

Наличие этих атрибутов позволяет говорить о политической журналистике как о самостоятельной специализации, отличающей ее от других журналистских специализаций. Поскольку специализация является профессиональным полем деятельности журналистов, оказывая на них специфическое, отличающееся от других журналистских специализаций воздействие, постольку можно говорить о специфических для политических журналистов деформирующих факторах.

Специфика профессиональной журналистской деятельности постоянно претерпевает различные изменения. Они могут быть технологическими, идеологическими, этическими, но неизменной остается необходимость научного изучения и анализа происходящих в профессиональной среде перемен.

Важность изучения особенностей и результатов социальной деятельности средств массовой информации особенно актуальна, поскольку именно в сегодняшних условиях они становятся не только источником актуальных сведений, но и мощнейшим инструментом формирования общественного мнения, в целом – тем зеркалом, той отражающей поверхностью, в которой можно разглядеть изменения, происходящие в социуме.

Политическая журналистика является во многом не столько способом объективного информирования о происходящем в политической сфере, сколько пространством для различных мнений и столкновения идей и предложений, и как вид коммуникативной деятельности требует глубокого структурного анализа. Этот вид профессиональной журналистской деятельности может быть рассмотрен как один из инструментов политологии, когда средства массовой информации являются, с одной стороны, гражданско-правовым институтом и рупором гражданского общества, а с другой – элементом политической системы, инструментом политической коммуникации, осуществляющей идеологическое информирование и рекрутирование граждан. Всеохватность тематики политической журналистики позволяет говорить об этой специализации как о практически универсальной. Базисом для научного рассмотрения коммуникативных процессов в данной журналистской специализации является понимание роли личности, которая, по сути, является своего рода инструментом профессии.

Французский социолог Пьер Бурдьё рассматривает журналистику как самостоятельное поле. По мнению исследователя, оно возникло в XIX в. в результате складывания оппозиции

между газетами, предлагающими прежде всего «новости» сенсационного характера, и газетами, публикующими аналитические материалы и комментарии (т. е. оппозиция News vs Views). «Это поле является местом проявления оппозиции между двумя логиками и способами легитимации: признания со стороны равных по отношению к тем, кто наиболее полно принимает внутренние принципы и “ценности”, и признания со стороны масс, материализующегося в виде числа читателей, слушателей или зрителей, а следовательно, в количестве продаж (best-sellers) и денежной прибыли; санкция со стороны плебисцита является в данном случае вердиктом рынка. <...> Журналисты тем более склонны принять “критерий рейтинга” по отношению к производству (стараться подавать “краткий” и “простой” материал) или оценке продукции и производителей (“хорошо идущий”, “проходной” материал), чем выше занимаемое ими положение (директор телеканала, главный редактор газеты и т. д.) и чем непосредственнее зависит от рынка орган прессы, в котором они работают» [3, с. 72].

Таким образом, для Бурдые журналистика – особое социальное пространство, связанное со специфической культурной практикой – производством и распространением информации. Агентами этого поля являются журналисты, репортеры, ведущие передач, редакторы и режиссеры, владельцы СМИ, а институциональными агентами – издательства, каналы, радиостанции, информационные агентства, газеты и т. д. Капиталом в поле масс-медиа является капитал известности и признания того или иного издания, программы или журналиста как авторитетного, профессионального, объективного, честного и т. п. За обладание им идет борьба в поле, однако не один лишь этот вид капитала определяет иерархию позиций.

Здесь, как и в любом другом поле, важно сочетание культурного, экономического и политического видов капитала в общем объеме и структуре имеющихся в распоряжении агента ресурсов. Влиятельность того или иного органа информации в поле СМИ определяется объемом и структурой его капиталов. Господствующие позиции в поле масс-медиа не обязательно занимает самый авторитетный в профессиональном отношении орган информации или журналист, не меньшую роль играет экономический капитал. Вместе с тем самое «богатое» издание не значит самое авторитетное.

Выделим основные идеи Бурдые, касающиеся журналистики и ее внутреннего устройства. Сопоставляя журналистское поле с другими полями, он приходит к выводу о том, что поле журналистики априори не является независимым. Анализ этого поля и условий труда журналистов показывает двойную зависимость, в которую попадает производство информации. Оно испытывает разнонаправленные воздействия: с одной стороны, СМИ получают все большую власть в обществе, становясь, в частности, важнейшим фактором политической борьбы, а с другой – они попадают под непрерывно растущее влияние и контроль как политики (политиков), так и экономики. Достаточно упомянуть заказные статьи, войны компромата, цензуру и давление со стороны владельцев и спонсоров. Журналисты, таким образом, постоянно испытывают политический и экономический прессинг. Причем экономическое принуждение, действуя от лица невидимых и анонимных структур рынка, оказывает часто более губительное воздействие, нежели прямая и открытая политическая цензура, которой журналисты могут сознательно противостоять.

Бурдые пишет о том, что «поле журналистики гораздо больше зависит от внешних сил, чем другие поля производства культурной продукции: математическое, литературное, юридическое, научное и другие поля. Оно напрямую зависит от спроса и подчинено рыночным санкциям и

плебисциту, пожалуй, даже сильнее, чем политическое поле. Альтернатива между “некоммерческим” и “коммерческим”, которую можно наблюдать во всех полях, ставится здесь в более грубой форме, а вклад коммерческого полюса наиболее значителен. Здесь он не только проявляет беспрецедентную силу, но при синхронном сравнении с тем, что он представляет собой в других полях, видно, что в настоящее время ему нет равных» [3, с. 73]. Мир журналистики – это поле, находящееся под властью экономического поля посредством рейтингового механизма.

Кроме того, в журналистском пространстве не существует как таковой четкой «имманентной справедливости», то есть критики или поддержки самими журналистами журналистов, а если они и есть, то, по мнению Бурдьё, выражены малозаметно и двусмысленно. Таким образом, французский социолог подчеркивает размытость позитивной и негативной обратной связи внутри самого журналистского сообщества.

Он полагает возможным выделить особый тип мышления журналиста, а именно *fast-thinking*, или мышление готовыми идеями. Журналистская деятельность жестко структурируется посредством рейтингов (что требует постоянного поиска сенсационных новостей или идей) и жестким временным регламентом (сроки выхода в эфир, сдачи материала и т. д.). В итоге, «в общем и целом, журналистов интересует нечто исключительное, исключительное для них. То, что другим может показаться совершенно банальным, им представляется как нечто экстраординарное, и наоборот. <...> Ежедневные газеты должны ежедневно предоставлять экстра-ежедневные новости, задача не из простых. Отсюда место, уделяемое ими ординарному, т. е. предусмотренному обычными ожиданиями, отдается экстраординарному: пожарам, наводнениям, убийствам, хронике происшествий. Но экстраординарным также является то, что не ординарно по сравнению с другими изданиями. Это то, что отлично от ординарного и что отлично от того, что другие газеты говорят об ординарном, или от того, что они обычно говорят. Это ужасно трудное условие, заставляющее бегать в поисках сенсации. <...> Поиск эксклюзивного, который в других областях порождает нечто оригинальное и единственное в своем роде, здесь приводит к единообразию и банализации» [3, с. 34].

Результатом той журналистской гонки, о которой пишет П. Бурдьё, является производство так называемых новостей *omnibus*. Это такие факты, за которыми ничего нет, они никого не удивляют, не разделяют на разные лагеря и не шокируют. Наоборот, они интересны всем и способны не затрагивать серьезных тем.

Кроме того, «одной из главных проблем, ставящихся телевидением, является вопрос об отношениях между мышлением и скоростью». Решение этой проблемы исследователь видит в принципе *fast-thinking*. Со ссылкой на Флобера Бурдьё описывает готовые идеи как идеи, усвоенные всеми, банальные, общие, не вызывающие возражений; а также идеи, усвоенные всеми до того, как их усвоил адресат, который эти идеи сообщает, поэтому проблема восприятия не ставится. С восприятием исследователь связывает главную задачу коммуникации, возникающую при устном выступлении или телевизионном сообщении. Эта задача заключается в том, чтобы соответствовать условиям восприятия, для чего необходимо знать, располагает ли слушающий кодом для расшифровки того, о чем в данный момент говорится. В случае с готовыми идеями проблема отпадает сама собой. «Коммуникация возникает мгновенно, потому что в каком-то смысле ее не существует. Она является всего лишь видимостью. Обмен банальностями, общими местами есть коммуникация, единственным содержанием которой является сам факт общения. Достоинством “общих мест”, играющих огромную роль в повседневном общении, является то, что все способны их воспринимать и

воспринимать мгновенно: из-за своей банальности они являются общими как для говорящего, так и для слушающего» [3, с. 44–45]. В то же время небанальность мысли требует разрушения готовых идей, для чего необходимо доказательство этой банальности. Однако доказательство подразумевает цепочку рассуждений, требующих времени, что входит в конфликт с оперативностью журналистики. Наличие в ней «культурного fast-food» Бурдье называет одним из следствий подчинения необходимости оперативности.

Спешка (скорость) и «постоянное обновление» являются двумя главными критериями («диспозициями», по Бурдье), которые определяют успех того или иного агента в конкурентной борьбе, происходящей в поле журналистики. «Эти диспозиции постоянно усиливаются временным аспектом журналистской практики, которая, заставляя жить и мыслить одним днем и отдавать предпочтение информации в зависимости от ее актуальности, благоприятствует своего рода постоянной амнезии, являющейся изнаночной стороной восхваления всего нового, а также склонности судить о продукции и производителях, исходя из оппозиции между новым и устаревшим» [3, с. 96–97].

Таким образом, обобщая идеи Бурдье, можно выделить следующие характеристики контекста, в котором осуществляется журналистская деятельность. Двумя непеременимыми условиями, в которых происходит конкурентная борьба в журналистском поле, являются оперативность (спешка, нехватка времени) и стремление к новизне и сенсационности. Первое условие порождает мышление готовыми идеями, второе формирует у журналистов особый тип мировосприятия – «журналистские очки». С помощью этих очков журналисты видят только то, что в журналистском понимании можно считать сенсационным и зрелищным. При этом наличие таких «очков» приводит к тому, что журналисты бессильны перед обсуждением сущностных вопросов, если исследователь или активная часть аудитории навяжет их ведущему. Иначе придется отвечать на вопросы, постановка которых изначально бессмысленна. В СМИ обсуждается только поверхность проблемы. Прежде всего – действия «публичных людей», которые являются марионетками глубинных социальных процессов.

К особенностям журналистского восприятия Бурдье относит также склонность принимать все новое за так называемые «разоблачения» или тенденцию «обращать внимание на наиболее поверхностный аспект социального мира, т. е. на людей, на их действия и, особенно, на вред, приносимый их действиями, часто в перспективе разоблачения и осуждения, а не на невидимые структуры и механизмы (в данном случае, журналистского поля), определяющие мышление и деятельность, знание которых вызывает скорее понимание и снисходительность, чем негодование и возмущение; а также склонность интересоваться в первую очередь “выводами” (предполагаемыми), а не ходом рассуждения, которое к ним приводит» [3, с. 152].

Как отмечает С. Пасти, российские журналисты в рамках ресурсной парадигмы могут быть причислены к классу собственников дефицитных ресурсов. Прежде всего журналисты в силу их профессии часто воспринимают себя как собственники информации, которая является дефицитным ресурсом, особенно в обществе, где медиа несвободны. Журналисты ищут и производят информацию, и они в рамках политической линии их медиа определяют (администрируют), какую информацию дать или не дать обществу.

Во-вторых, в медиа, подконтрольных местной власти, чиновники выступают главными источниками информации. Эти эксклюзивные контакты журналистов с теми, кто владеет ресурсом власти, помогают журналистам аккумулировать их властный капитал.

Согласно заключениям С. Пасты, рыночные свободы в профессии не препятствуют совмещению штатной работы с дополнительными приработками вне штатной занятости, что, по сути, есть приближенные к элите заработки на рынках медиа, рекламы и пиар-услуг. Это обеспечивает журналистов экономическим капиталом. Культурный капитал накапливается благодаря их формальным и неформальным профессиональным и социальным связям, которых у журналистов в избытке. Но также культурный капитал накапливается благодаря семейным привилегиям, которые в современной России, а также в медиа имеют большое значение. В результате, комбинация этих трех главных капиталов ведет к привилегированной позиции журналиста и дает ему возможность быть вместе с теми, кто во власти, и влиять, становиться состоятельным и быть мобильным [4].

Пьер Бурдьё сделал вывод о специфике коммуникативных процессов, присущих журналистской деятельности. Он характеризует их как псевдокоммуникацию, т. е. как использование готовых идей, банальностей и стереотипов для создания видимости коммуникации. Условия спешки и необходимости постоянного производства новой информации (телеэфиры и газетные полосы должны заполняться информацией) заставляют журналиста использовать коммуникативные практики, результатом которых всегда должно быть порождение новых смыслов. Например, высказывание политика, вне зависимости от актуальности или значимости этого высказывания, должно присутствовать в материале. Попадая в эти условия, журналист постоянно вынужден быть участником псевдокоммуникации, где требуются усилия к синхронности взаимодействия и постоянного согласования позиций коммуникантов, а адресат сообщения никогда не равен тем представлениям, которые имеет о нем адресующий это сообщение. Используемые коммуникативные практики журналист переносит внутрь своего поля.

Стоит отметить тот факт, что Бурдьё говорит о размытости и неопределенности обратной связи в поле журналистики, опять же показывает отклонение от нормы, как она понимается в системно-интеракционном подходе. Свой отпечаток накладывает и принятие тех видов восприятия действительности, о которых говорит Бурдьё. Восприятие журналиста, склонное к выделению из реальности новых фактов или приданию новизны обыденным фактам, подтверждает условие несогласованности позиций участников коммуникации. Так, журналист вынужден интерпретировать сообщения политика, исходя из принципов своего восприятия, не согласующихся с коммуникативными целями политика.

Необходимость постоянного участия в деятельности, условиями которой являются оперативность и поиск нового, а также принцип непрерывности этой деятельности, приводят к автоматизации этого процесса, что и имеет в виду Бурдьё, говоря о том, что «поиск эксклюзивного... приводит к однообразию и банализации». В основе такого процесса лежат автоматизированные коммуникативные практики или автокоммуникация: необходимость постоянного согласования своих целей с целями источника ведет к стандартизации процесса сбора информации (составление вопросников, ключевые вопросы, которые должны задаваться всегда, и т. д.), что противоречит условию поиска новизны в журналистской деятельности.

Журналист, использующий автокоммуникативные практики, уже не может удовлетворять условиям профессиональной деятельности, иначе говоря, речь идет о профессиональной деформации. Также деформирующей личность журналиста оказывается и псевдокоммуникация, поскольку псевдокоммуникативные практики приводят к искаженному отображению действительности.

Ключевая роль личности в профессионализации и ее эффективности ставит перед исследователем целый комплекс вопросов и проблем. Это в первую очередь фундаментальные

вопросы о роли СМИ в обществе и понимание, в частности, того, какой «человек» и для какого «человека» создает информацию, которая существует в медиaprостранстве. Какими целями руководствуются ее создатели, какими личностно-профессиональными качествами они обладают, должен ли существовать стандартный набор этих качеств, который бы проверялся сформулированными раз и навсегда методиками, существуют ли осязаемые критерии психологической и профессиональной компетентности журналистов и мн. др. Несмотря на сложность поставленных задач, их решение актуально для журналистской деятельности в целом, а не только применительно к журналистике какой-то одной страны.

Описанные задачи представляют серьезные трудности по ряду причин. В первую очередь это научно-методологическое несовершенство инструментария для исследования заданной области проблем. Интуитивно понятно, что личность профессионала, функционирующего в сложной социальной среде (например, журналистика на службе политической системы или гражданского общества), порождающей сложные социальные эффекты (общественные мнения и настроения, экономическое поведение и т. д.), в целом представляет собой объект междисциплинарного исследования. Однако гуманитарная наука предлагает пока лишь только скорее задуматься о последствиях работы подобной социальной конструкции, а все прогнозы вряд ли оптимистичны.

Да, политические журналисты работают с информацией, подготовленной политическими источниками, существуют в среде, где не работают никакие морально-этические правила, где логика нарушается, меняется постоянно, и все, что можно сказать об этой среде, – это лишь только то, что постоянные морально-логические изменения здесь являются нормой. Что происходит в таких условиях с информацией? Что происходит с личностью профессионала, работающего с информацией подобным образом? Должны ли мы признать, что компетентность в профессиональной среде политической журналистики определяется умением искусно «жонглировать» фактами, мнениями, точками зрения, прикрываясь актуальным научным знанием, и нам следует остановиться на том утверждении, что профессионализм подобного рода есть имманентная данность, врожденное или приобретенное на ранних этапах социализации свойство личности?

Социально-политические трансформации последних десятилетий XX в. и первые два десятилетия XXI в. в новейшей российской истории обострили вопрос о критериях журналистского профессионализма, профессиональной норме и профессиональной этике. Прежняя парадигма профессионализма журналиста, сформированная еще отечественной публицистикой XIX в., почти разрушена под воздействием изменившихся социально-политических условий, что не могло не повлиять как на журналистов, так и на саму журналистику. Профессиональная адаптация журналистов к достаточно резко меняющимся политическим и идеологическим обстоятельствам не так уж редко сопровождается серьезными личностными кризисами и уходом специалистов из профессии.

Существенно важным моментом является изменение целей и задач журналистской деятельности: от позднесоветской модели пропаганды и соучастия журналистов в проблемах общества, постсоветской рыночной модели гласности и свободы слова до сложившейся в конце первого десятилетия XXI в. многогранной модели, в которой одновременно сосуществуют сенсационность и идеологизированность, маргинальность и политическая ангажированность. Все это происходит в то время, когда информационные технологии стремительно меняют картину мира и делают информацию предельно доступной. Положительный

эффект от прогресса сменяется обратными последствиями: чем больше появляется доступной информации, тем менее информированным становится человек, тем больше появляется возможностей для информационного воздействия и манипулирования. Журналист превращается в инструмент изменения картины мира, ему приходится видеть окружающую реальность не такой, какая она есть на самом деле, а в соответствии с представлениями, сложившимися о ней в медиапространстве.

Особый интерес представляют изменения, происходящие в процессе деятельности личности в профессиональной среде. Эти изменения могут носить как формирующий, так и противоположный формирующему характер. В последнее время все большее внимание отечественных специалистов из различных отраслей гуманитарного знания привлекает изучение профессиональной деформации личности. С разработкой этой темы связывают как решение важных практических задач, а именно поддержание благоприятной и безопасной социальной среды, так и возможность постановки новых теоретических задач, прежде всего связанных с раскрытием возможностей междисциплинарного подхода к анализу сложной социальной проблемы.

Политическая журналистика как специфическая журналистская специализация, в которой в полной мере представлены все коммуникативные особенности профессии, объективно требует периодического анализа и мониторинга с привлечением специалистов в коммуникативных областях научного знания. Эффективным представляется применение структуралистского и интеракционистского подхода для изучения профессиональной деятельности журналистов, что позволяет рассмотреть нюансы деформирующих коммуникативных практик в деятельности политических журналистов. Результаты подобных исследований могут не только дать представление о профессиональном «самочувствии» журналистов, но и выявить существенные и ценностные особенности профессиональной журналистской деятельности в изучаемый период.

Как выясняется, за прошедшие десятилетия профессиональное самоощущение и ценностные наборы журналистов сменились не один раз. Причины таких изменений не только политические или экономические, но и социальные: все взаимосвязано. Как бы ни протестовали некоторые исследователи против изучения журналистского сообщества изнутри, как бы ни противились этому сами журналисты, изучение среды с использованием междисциплинарного подхода дает внешнее описание ситуации, так необходимое в условиях ангажированности любой информации.

Более того, позиция невмешательства скорее подозрительна: мечтать об идеале сильного, идеологически чистого, непредвзятого, объективно мыслящего и т. д. профессионала, «выкованного» средой, – не будет ли это примером деформирующей установки? Возможно, трансляция таких представлений и необходима, но она возможна только в определенных социально-экономических условиях для рекрутирования новых сил. Так мы рискуем пропустить и не зафиксировать пусть не деформацию, но трансформацию социальной сущности профессии журналиста, которая в России за два десятилетия XXI в. происходила не раз. Опасность заключается в том, что потеря гибкости в осмыслении профессиональной деятельности журналистов может привести к тому, что исчезнет осознание важнейшей ценностной сущности самой журналистики (какие бы формы она ни принимала в будущем) – служения общественному благу.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Коданина А. Л. Политика и журналистика как родственные коммуникационные сферы // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. 2014. № 2–2. С. 444–447.
 2. Колянов А. Ю. Профессиональная деформация личности политического журналиста: автореф. дис. ... канд. полит. наук / Санкт-Петерб. гос. ун-т. Санкт-Петербург, 2007.
 3. Бурдые П. О телевидении и журналистике / пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой; отв. ред., предисл. Н. Шматко. М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Ин-т эксперим. социол., 2002. 160 с.
 4. Пасти С. Современные российские журналисты: отношение к профессии // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2012. № 4. С. 22–41.
-

A. Yu. Kolianov
Saint Petersburg Electrotechnical University «LETI»

ON THE ISSUE OF PROFESSIONALISM IN POLITICAL JOURNALISM

The article actualizes the necessity to study professionalism in political journalism. The author analyzes structural elements of the problem as well as possible scientific approaches to its solution.

Political communication, political journalism, media and communication studies

УДК 330.16

А. В. Щербина

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ ПОТРЕБНОСТИ В ПЕРСПЕКТИВАХ СОЦИОГУМАНИТАРНОГО АНАЛИЗА

Человеческие потребности и их иерархия рассматриваются в аналитических перспективах психологии, социологии, антропологии. Специальное внимание уделяется понятиям самоактуализации и самореализации и раскрываются причины и возможные последствия популярности этих понятий. Анализируется культурное значение их ценностной интерпретации в проблемном поле современной эпохи.

Потребность, мотив, цель, влечение, иерархия потребностей, система потребностей, социальный статус, социализация, личность, самоактуализация, самореализация

Потребности современного человека, способы и формы их удовлетворения – потребление – активно исследуются и обсуждаются в текстах по менеджменту, маркетингу, рекламе, связям с общественностью. Зачастую эти обсуждения основываются на представлении о наличии универсальной иерархии потребностей человека, укорененной в его биосоциальной природе. Ценностное измерение этому представлению сообщается интерпретацией потребности в самоактуализации и (или) самореализации в качестве высшей. Всеобщие условия удовлетворения этой потребности связываются с соблюдением прав человека.