

## Субъектные ориентации студентов-журналистов: социологический анализ

Научный руководитель – Аникина Мария Евгеньевна

*Хомутова Елизавета Владимировна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия  
*E-mail: lizaxomutova@gmail.com*

Процесс профессиональной социализации студентов подразумевает усвоение и понимание - и на когнитивном, и на практическом уровне, - что значит «быть профессионалом»: за счёт признания гласных и негласных профессиональных норм и образцов восприятия фактов, интернализации стратегий и алгоритмов профессионального поведения «на практике». Во многом (и в творческих профессиях, в журналистике в частности, вероятно, это заметно сильнее) это происходит «на личном примере». При этом важно, что процессы идентификации - восприятия себя относительно других и других относительно себя - протекают в том числе в условиях отсутствующих или ограниченных непосредственных контактов с членами потенциальной профессиональной группы. Такие значимые для самоопределения и формирования образа профессии «*субъектные ориентации*», которые образуются внутри журналистики в целом, в условиях отсутствия непосредственного взаимодействия субъекта и объекта референтных отношений - предмет настоящей работы.

Профессиональное сообщество рассматривается здесь, во-первых, как *референтная группа*, на вступление в которую и, соответственно, на нормы которой ориентированы будущие студенты и, во-вторых, как *социальная категория*, что указывает на опосредованный характер взаимодействия и преобладание таких связей, которые не подразумевают естественной солидарности и личных контактов членов. При анализе мы исходим из нескольких изначальных допущений, в целом сводящихся к необходимости учёта *динамичного* характера рассматриваемых отношений: референтные связи не прямо детерминируются структурным контекстом и не являются обязательным следствием социального статуса студентов (не все из них, вероятно, обучаясь на факультетах журналистики, планируют стать журналистами); отличаются по степени интенсивности (студенты-журналисты по-разному «ориентированы» на профессию: изначальное, на разных стадиях профессионального обучения или в зависимости от профессионального опыта), могут ослабевать и усиливаться; референтное пространство сегментировано (в определенной мере это связано с сильной внутренней дифференциацией журналистики как сферы деятельности).

Классическая теория референтных групп не показывает, обязательно ли личностная объективация идентификации с референтной группой (когда отдельный представитель или представители референтной группы выступают источником ролевого поведения и эталоном для самооценки для не-членов) сопровождает идентификацию с группой [1]. Однако вполне вероятно, что на выбор профессии, формирование общих представлений и более детальных, практических знаний и в целом профессиональную ориентацию так или иначе оказывают влияние представители профессии, которые уже добились успеха. Поэтому мы рассматриваем «конкретные», личностные формы референтных связей -реальных журналистов (исторических личностей или действующих), выступающих эталонами для будущих журналистов. Эмпирические исследования идентификации естественно направлены в том числе на описание структуры референтного пространства (включающей также агентов влияния, находящихся за пределами профессионального сообщества - аудиторию,

государственные органы, коммерческие структуры), в качестве элементов которой рассматриваются в том числе представители профессии, которые воспринимаются как достойный образец ролевого поведения [2]. Но за границами исследования и в таком случае остаются вопросы - в частности, вытекающие из выявленной значительной дифференциации образцов: детерминации отбора эталонных личностей (обусловленных позицией и самой личности, и того, кто выбирает), наблюдаемости внутри группы и каналов коммуникации, по которым поступает информация о, например, актуальном распределении авторитета в профессиональном сообществе и проч., остаются открытыми.

В определении субъектных ориентаций, повторимся, важны два параметра: классическое понимание социальной ориентации как выбора предпочитаемого социального положения и путей его достижения дополняется указанием на значимость объективаций в виде референтных связей с теми, кто уже занимает желанную позицию в обществе. Субъектная ориентация в таком случае рассматривается в единстве трех групп показателей: субъекта, объекта референтных отношений и самой связи. Анализ объективированных форм референтных отношений делает возможным описание условий, обеспечивающих такие конфигурации свойств субъекта и объекта, что ориентация становится возможной. Кроме того, на конкретных примерах может быть прослежена, теоретически выявленная, но эмпирически сложно фиксируемая, *динамика* референтных взаимоотношений.

На этапе разработки программы эмпирического исследования в его схему предлагается включить такие показатели референтной связи, связанные с субъектом, как профессиональная мотивация, отношение к журналистике и её роли в обществе, оценка возможности профессиональной самореализации. Среди факторов, оказывающих влияние на динамику связи и значимых для эмпирического исследования, можно выделить наличие и формы практического опыта работы респондентов, длительность их обучения, а также детализацию профессиональных планов и представления об их воплощении. Затем необходима фиксация блока характеристик, связанных с референтными объектами. Сюда относятся: формальные характеристики журналистов, выбранных в качестве эталонов (тип медиа, стаж и опыт работы, конкретное СМИ, наличие профессиональных наград), более сложно фиксируемые неформальные (политическая, этическая, идеологическая позиции), а также личностные характеристики (особенности характера и поведения) профессионала.

### Источники и литература

- 1) Мертон Р. К. Социальная теория и социальная структура/под ред //ЗВ Кагановой. М.: АСТ: АСТ Москва: Хранитель. – 2006.
- 2) Представления журналистов о профессии и профессиональном сообществе. Общий аналитический отчет по результатам научно-исследовательских работ. – Комитет гражданских инициатив. – 2017