



Социологическое мышление журналиста

- ▣ **Социология журналистики (СЖ)** – это молодая дисциплина, которая возникла в 90-е годы XX столетия.
- ▣ СЖ как дисциплина имеет **образовательный характер**: это практическая дисциплина, направленная *на подготовку журналистских кадров.*



▣ **Журналистика – это социальный институт,**

осуществляющий важные социальные функции, в числе которых

▣ информирование общества о происходящих событиях,

▣ формирование гражданского общества,

▣ культурное просвещение и образование населения.

▣ Поэтому **социологическая**

грамотность журналиста является

необходимой составляющей его профессионального

▶ **мастерства.**



Социологическое мышление

- Культура социологического мышления, как одного из проявлений научного мировоззрения, состоит прежде всего в способности личности к

критическому

восприятию

действительности, в том числе

и собственного строя мысли.

□ социологическое мышление имеет ряд принципиальных отличий от **здорового смысла**, основанного на использовании человеческого опыта, традиций и обычаев



□ социологическое мышление является **научным и социально ответственным**, его результаты подлежат социальному контролю;

□ социологическое мышление **основывается на данных**, отражающих состояние социальных общностей и общества в целом;

□ социологическое мышление построено на **использование научных методов познания реальности**: анализе, синтезе, абстрагировании, индукции, дедукции, обобщении и т.д.;

□ социологическое мышление **строиться на знаниях, а не на убеждениях или эмоциях**





□ Значительной массе **российских журналистов не присуще социологическое мышление.**

Основываясь на **стереотипах обыденного мышления** они склонны к скоропалительным суждениям, к эмоциональным, бездоказательным обобщениям и выводам, к тривиальным объяснениям происходящего.



□ Отсутствие **социологического мышления** у

журналистов приводит их к **Неадекватной**
оценке своего места в
обществе, порождает и культивирует миф о
СМИ как «четвертой власти», которая может
поучать и воспитывать общество.



СМИ – четвёртая власть...

Выражение «СМИ – ЧЕТВЁРТАЯ ВЛАСТЬ» означает, что СМИ критикуют, законодательную, исполнительную и судебную власть, оказывают на неё давление и заставляют принимать решения и законы в интересах общества.



□ Сам **объект** деятельности журналиста (жизнь социума и человека в нем) и **цель** (воздействие на сознание и поведение аудитории) требует **СЛОЖНОГО** сочетания понятийного и образного, объективного и субъективного начал.



□ Внесение в эту систему социологического сознания **страхует журналиста** от избыточной субъективности и упорядочивает эмоционально-эмпирическое восприятие действительности.

□ Чувства, оплодотворенные интеллектом, становятся **острее, глубже, многомерней.**

- Неотъемлемым компонентом социологического мышления и сознания является
-

сознание

нравственное





Иммануил
Кант

Категорический императив

- «Поступай так, чтобы ты всегда относился к человечеству... как к цели, и никогда не относился бы к нему только как средству»



- Социологическое мышление проявляется как разумное **самоопределение** в отношении к аудитории.
- У журналиста есть выбор между отношением к ней как к средству, «вещи», товару, серой массе, объекту манипулирования – или как к ценности, сообществу людей, которые по личностным характеристикам равны самому корреспонденту и чьи интересы он ставит выше собственных.
- Эти две полярных позиции определяют цели и мотивы журналистского поведения.



□ Так же как научное знание не может
быть аморальным, так и социологическое
мышление журналистов несовместимы с
безнравственностью и
социальной безответственностью.



□ Социологическая журналистика строится на

информационно-

познавательном

подходе к аудитории СМИ и

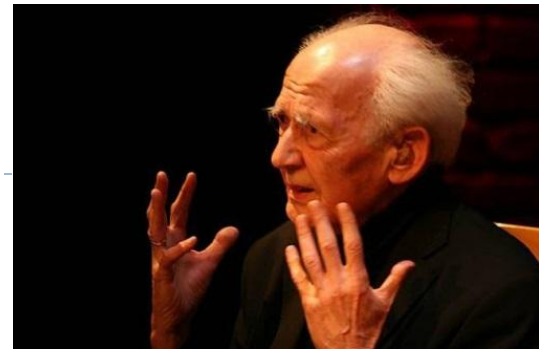
должна быть по своему содержанию

гуманистической, так как

социологическое мышление позволяет

▶ журналисту более адекватно отражать

- "Искусство **социологического мышления** ведет к увеличению объема и практической эффективности нашей с вами свободы.



Зигмунд Бауман

Индивидом, освоившим и применяющим это искусство, уже **нельзя манипулировать**, он сопротивляется насилию и регулированию извне, тем силам, с которыми, как до сих пор считалось, бесполезно бороться"



□ **Социологическое мышление** выражается в умении **переоценивать** свой профессиональный опыт и корректировать гражданскую позицию.

□ Оно ставит вопрос о том, кому служить и с какой целью, какую профессиональную идеологию исповедовать.

□ Социологическое мышление требует от самосознания журналиста прямых ответов, а не самооправдания.



□ Социологическое мышление перестраивает весь
внутренний мир журналиста.

□ Оно приучает постоянно

□ **познавать** самого себя,

□ **контролировать** свое сознание и эмоции,

□ **оценивать** бессознательные проявления психики,

□ **вырабатывать** необходимые в жизни и труде установки,
ценностные ориентации и профессионально-нравственные
критерии.



Основные характеристики социологического мышления журналиста

- ▣ **Концептуальность**, способность к системному анализу и моделированию изучаемого объекта или процесса.
- ▣ **Структурность**, способность видеть и понимать сложную структуру общества, наличие многих групп и слоев, различать основные признаки социального деления и основные группы.
- ▣ **Диалектизм**, способность видеть социальные процессы в развитии, объяснять или пытаться объяснить основные тенденции развития общества, понимать, что любое явление проходит стадии зарождения, роста, расцвета и угнетения, переходит в новое качество

▣ **Прогностические способности**, умение видеть цель, вычленить сверхцель движения, развития, процесса, определить характер этой цели, ее направленность, соответствие общечеловеческим ценностям, планетарным ориентирам.

▣ **Многосторонность** в изучении явлений и процессов, способность анализировать различные тенденции и разнородные идеи, разные точки зрения, понимать всю сложность и многообразие мира.



▣ **Объективность**, способность за внешними

проявлениями видеть сущность процессов, за словами и декларациями обнаружить истинные мотивы и причины поступков, пытаться угадать или проанализировать настоящие цели политических лидеров, политических партий, общественных движений, экономических и духовных элит.

▣ **Доказательность**, аргументированность, аналитичность исследования и предъявление его результатов с опорой на представительные объективные данные, полученные не только в результате журналистского исследования

▶ проблемы но и на основе социологических данных

- Социологическое мышление позволяет журналисту выработать

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ

ВЗГЛЯД – то есть рассматривать исследуемые в публикациях явления с учетом их социальной природы, социальной значимости и включенности в социальный контекст.

□ Журналист, обладающий

социологическим взглядом, может
понять актуальна тема или нет, умеет
рассмотреть конкретное событие в его
живом социальном наполнении и т.д.



□ Помимо этого социологический взгляд способствует

выработке **СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО**

ПОНИМАНИЯ, благодаря которому

журналист начинает разбираться в **происходящих явлениях** общественной жизни, обретает **системное и целостное видение** объектов своих публикаций, осваивает **навыки социологического анализа действительности**.



Рефлексивность

- Знакомство с СЖ позволяет журналисту

рефлексивно относиться к собственной профессии.

- А значит не просто включаться в существующий механизм производства новостей, а ***посмотреть на свою профессию со стороны*** – отстранить взгляд, действовать осознанно и самостоятельно – то есть быть началом деятельности, а не частью запущенного механизма.



Социологические методы

□ Социология предлагает журналистам свои

методы, что обогащает журналистскую практику, предоставляет *инструментарий* для самообследования деятельности редакции и собственного журналистского творчества.



- использование социологических методов при создании **журналистских материалов** (*наблюдение, интервью, опрос, эксперимент*).
- использование социологических методов для **изучения своей аудитории** (*опросы, дневниковый метод, измерение счетчиками, фокус-группы*).
- **анализ качества** собственных материалов (*контент-анализ собственных статей, контент-анализ редакционной почты*).
- **анализ эффективности** организации труда в коллективе, сплоченности коллектива, потребностей и ожиданий работников (*интервью, опрос, социометрия*).

Социологическая информация

- Социология дает журналистике особый вид информации – **социологическую информацию**, которая в руках умелого журналиста заговорит новыми темами, предоставит необходимые факты.



Определение

▣ *Социология журналистики* — это отрасль социологии, изучающая закономерности и особенности функционирования СМИ в обществе во взаимоотношениях их с аудиторией, издающими, руководящими, финансирующими структурами, их строение, деятельность и условия деятельности — на основе методов, принятых в социологии.



Сходство социологии и журналистики

- Родственность этих форм познания и отражения мира основывается на одинаковом

целеполагании

и на том, что они поставляют приблизительную (с математической точки зрения) информацию.



СОЦИАЛЬНЫЙ ФАКТ

```
graph TD; A[СОЦИАЛЬНЫЙ ФАКТ] --> B[СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКТ]; A --> C[ЖУРНАЛИСТСКИЙ ФАКТ];
```

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ
ФАКТ**

**ЖУРНАЛИСТСКИЙ
ФАКТ**

- В социологии **социальный факт** –единичное, **общественно значимое событие** или некоторая совокупность однородных событий, типических для той или иной сферы соц. жизни или характерных для определенных соц. процессов.
- Полученное представление о социальном факте, его отражение путем описания, объяснения и теоретического осмысления называется

социологическим фактом.

- Журналист тоже имеет дело с социальными фактами и стремится отыскать в действительности *устойчивые, носящие статистический характер явления.*
- В СМИ в результате осмысления и публикации факт становится ***журналистским.***

Конечный результат несет в себе значительное социальное содержание, которое оценивается по ряду параметров.

- **Актуальность и новизна** журналистского текста.
- **Соответствие** содержания и формы текстов, методов работы творческих работников СМИ присущим аудитории **нормам и ценностям**.
- **Полнота и оперативность** информации.
- **Функциональность** в установлении прямой и обратной связи власти и общества.
- **Присутствие** идеалов и социально-политических ориентиров.
- Художественная **выразительность** подачи материалов.
- **Ориентация** СМИ и журналистов на творческий успех.



Один день без бензина

Сколько могут сэкономить жители Москвы, отказавшись от автомобиля на один день

На эти деньги можно:

запустить в **КОСМОС**
ракету-носитель
легкого класса



купить **60 тысяч**
велосипедов



СНЯТЬ
крупнобюджет-
ный (по россий-
ским меркам)
фильм



52 года
непрерывно
кататься
на детской
карусели



построить **крупное**
здание: детский сад, школу,
торговый центр

Средняя розничная
цена в пересчете
на тонну бензина:
37,0
тыс. руб.

Общий городской расход
бензина в сутки:

11 000
тонн

Легковых
автомобилей
в Москве:

3,6
млн

Стоимость бензина, расходую-
мого в **Москве** за сутки:

407 000 000 руб.

8 метров



А можно просто построить
8-метровую стопку
из банкнот номиналом
5 000 рублей или разложить
их, покрыв площадь в 880 кв. м

□ Оба вида деятельности относятся к

обществоведческой сфере,

при том, что социология в большей мере

ориентирована на ***прогнозирование развития***

процессов и явлений, а журналистика больше

погружена в ***текущую практику.***



- В журналистике социальный факт чаще всего таит в себе **социальное противоречие** – «ножницы» между тем, что есть, и тем, что, по мнению наблюдателя (журналиста), должно быть, **расхождение между должным и сущим**.
- Таким образом, **социальная проблема** в журналистике выступает как общественно значимая неразрешенная задача.





**ФИКСАЦИЯ ЗНАКОВ СОЦИАЛЬНОГО
ФАКТА**

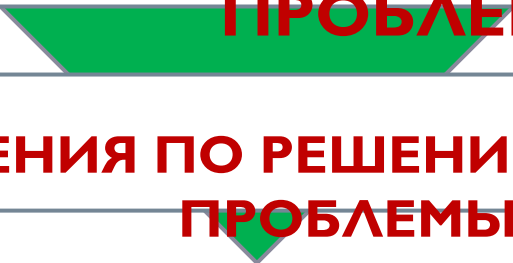
**УСТАНОВЛЕНИЕ СУЩНОСТИ
СОЦИАЛЬНОГО ФАКТА**



**ОПРЕДЕЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО
ПРОТИВОРЕЧИЯ**



**ПОСТАНОВКА СОЦИАЛЬНОЙ
ПРОБЛЕМЫ**



**ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО РЕШЕНИЮ СОЦИАЛЬНОЙ
ПРОБЛЕМЫ**



- Социальные факты выступают как **внешние по отношению к индивидам**, поскольку они заключаются в том обществе, которое их создает, а не в его частях, т.е. его членах.
- Социальные факты состоят в **способах действий или мышления**, распознаваемых по тому свойству, что они способны оказывать на отдельные сознания принуждающие воздействия.
- Социальные факты составляют **объективную реальность**, т.е. независимую от индивидуального

□ Журналистика и социология руководствуются

сходными принципиальными установками:

- **гуманистическая направленность,**
- **социальная ответственность,**
- **гражданская заинтересованность,**
- **стремление к получению надежной и достоверной информации.**



□ У них **общие объекты** исследования и

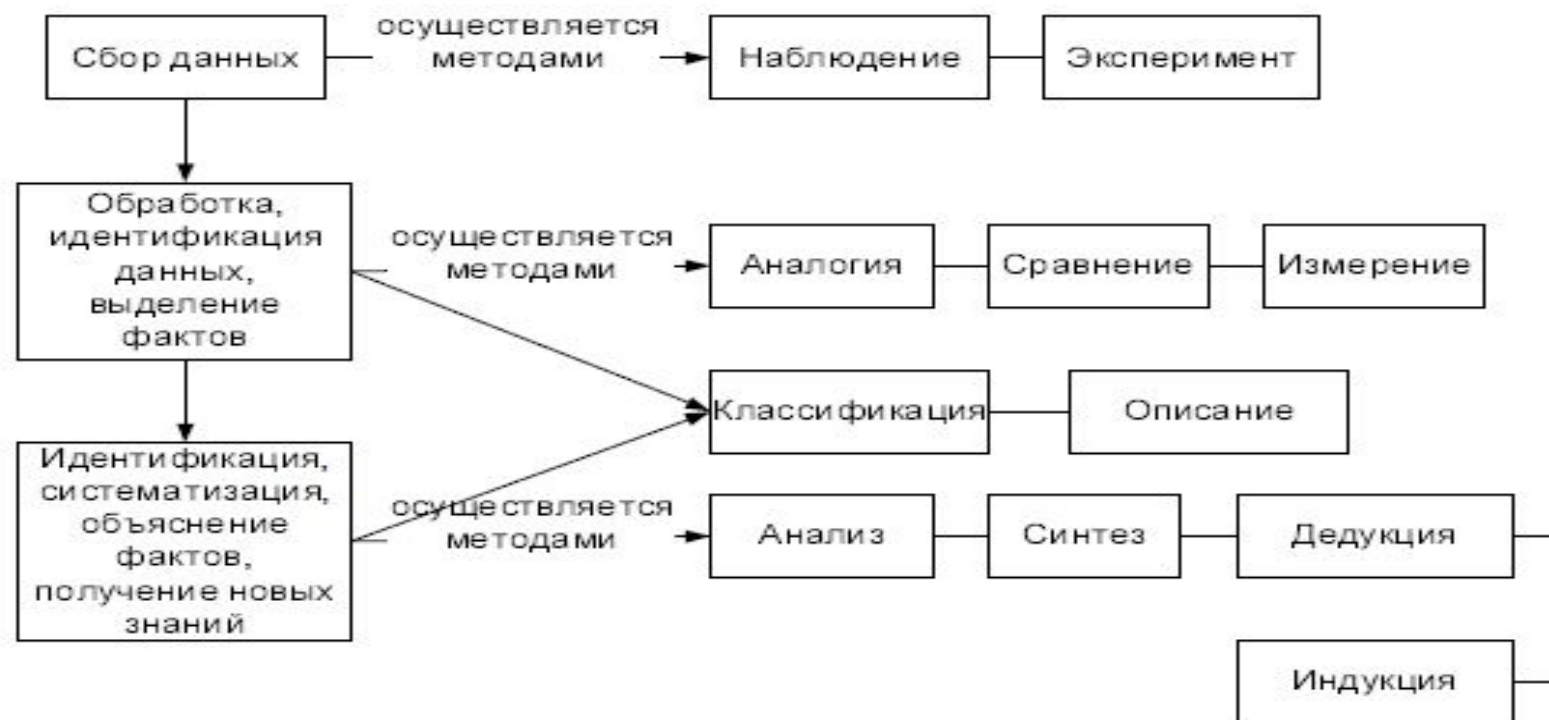
отражения – **современное**

общество и его структурные компоненты,
взятые и в объективном, и в субъективном измерениях

□ **социология** тяготеет к массово-статистическим фактам и процессам, **для журналистики** характерно обостренное внимание к человеческой индивидуальности.

□ Применяется примерно **одинаковый комплекс методов труда**, среди которых социологи отдают предпочтение **массово-статистическим** и формализованным методам, а журналисты – **углубленному знакомству** с индивидуально-конкретными явлениями





СОЦИОЛОГИЯ

СЖ

ЖУРНАЛИСТИКА

Объект и предмет СЖ

- ▣ *Социология журналистики* относится к классу **теоретических дисциплин**, поскольку главным содержанием обращена к научному пониманию современных процессов и прогнозированию перспектив развития СМИ в обществе.
- ▣ **Объектом СЖ** является **журналистика**, рассматриваемая как *социальный институт* гражданского общества. Это означает, что *объект СЖ* не является чем-то застывшим, он подвержен изменениям и развитию.



▣ **Предметом социологии** журналистики является функционирование в обществе СМИ как социальной актуальной оперативной масс-информационной системы во взаимодействии с социальными институтами и аудиторией.



□ Таким образом, социологическими методами изучаются следующие параметры журналистики (предмет социологии журналистики).

▣ **Субъекты функционирования СМИ в обществе** (система, структура, типология и морфология [социально-демографические характеристики, ориентации и т. п.]):

- издающих органов, социальных институтов;
- СМИ, журналистов;
- аудитории.



▣ Деятельность субъектов функционирования СМИ в обществе:

- ▣ потребности, интересы;
- ▣ функции, цели, мотивы;
- ▣ содержание и направления;
- ▣ методы, способы;
- ▣ результаты, эффекты.



▣ *Взаимоотношения с другими участниками информационного процесса:*

- ▣ властями;
- ▣ другими социальными институтами, партиями и общественными движениями, структурами гражданского общества;
- ▣ владельцами, учредителями, издателями, распространителями, рекламодателями и спонсорами;
- ▣ аудиторией и общественным мнением;
- ▣ журналистами.



▣ Условия функционирования социальных субъектов:

- ▣ в широком понимании** – совокупность социально-политических, экономических, духовных процессов и условий жизни общества,
- ▣ в узком понимании** – финансовое положение, материально-техническая база, кадровое обеспечение и т. п.



Функции СЖ

□ Основные функции социологии журналистики:

- теоретико-познавательная,
- описательная,
- прогностическая,
- практически-преобразовательная,
- мировоззренческая, просветительская,
- профилактическая,
- корригирующая,
- аксиологическая.











