

КАРПОВА Е. А.

Ленинградский государственный университет им. А. С. Пушкина

ЦЕННОСТИ КАК ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ ЖУРНАЛИСТА

Статья посвящена анализу ценностей в структуре самореализации. Анализируются концепции М. Рокича, С. Шварца, Т. Парсонса, Э. Шилза и др. Определены варианты эффективной профессиональной самореализации.

Ключевые слова: ценности, самореализация, информация, коммуникация, компетентность.

Karpova E. A.

Values as a vector of development of professional self-realization of a journalist

The article is devoted to the analysis of values in the structure of self-realization. The concepts of M. Rokich, S. Schwartz, T. Parsons, E. Shils, and others are analyzed. The versions of effective professional self-realization are determined.

Keywords: values, self-realization, information, communication, competence.

Как и любая другая профессия, профессия журналиста предполагает творческую или профессиональную самореализацию. Профессиональная самореализация специалиста обусловлена целым комплексом социальных ценностей, которые создают устойчивое стремление человека на пути к желаемой цели. Самореализация — достаточно широкое и сложное понятие, затрагивавшее многие аспекты жизнедеятельности личности. Сконцентрируем внимание только на одном аспекте изучения самореализации личности, а именно — исследовании социальных ценностей.

Ценности относятся, как правило, к идеям, объектам и целям, которые считаются желательными и достижение которых положительно санкционируется. Ценности обычно организованы в систему, часто называемую системой ценностных ориентаций. Она выстроена в некую иерархию зависимости от приоритета, значимости для носителя ценностей, которые выстраиваются, ранжируются по этой значимости. Упорядоченный набор ценностей формирует систему ценностных приоритетов.

При обращении к проблеме ценностей достаточно часто цитируется М. Рокич, который трактует ценность как веру в то, что определенный способ поведения или существования лично либо социально предпочтительнее противоположному способу поведения или существования [6]. В этом случае ценность рассматривается, в общем, как система предпочтений.

Более сложное определение дает С. Шварц, трактуя ценности как «желательные состояния, цели или способы поведения, предвосхищающие определенные ситуации и используемые как нормативные стандарты при суждениях и выборе среди альтернативных способов поведения» [7, с. 2]. Важным аспектом является

то, что система ценностей человека фактически сканирует окружающую среду и в свою очередь влияет на восприятие различных условий, объектов, ситуаций.

Как правило, ценностные критерии в отношениях между оценивающим субъектом и оцениваемым объектом являются устойчивыми длительное время и имеют значение для последующей деятельности субъекта. Результаты социологических исследований позволили Т. Парсонсу и Э. Шилзу сформировать пять полярных ценностных категорий, благодаря которым происходит процесс оценивания и выбор. К числу этих категорий относятся:

- эмоциональная включенность — эмоциональный нейтралитет;
- собственная ориентация — общественная ориентация;
- универсализм — партикуляризм;
- приписывание — достижения;
- специфика — разбросанность [5, с. 8].

Ф. Клухон и Ф. Стробек добавляют к этому категориальному аппарату пять других категорий ценностей. А именно: человеческий характер (хороший — плохой); человеческая позиция (покорение — мастерство); время (прошлое — будущее); деятельность (быть — делать); отношение (линейность — индивидуализм) [4, с. 24].

Наличие сбалансированной системы ценностных ориентаций свидетельствует о социально-психологической зрелости личности, ее способности решать жизненные противоречия.

С точки зрения С. А. Сладковского все ценности, имеющие отношение к профессии журналиста, условно можно разделить на два кластера: «коммунальные» и «деловые». На основе результатов экспертного опроса С. А. Сладковский делает вывод о том, что журналисты-профессионалы в настоящий момент времени пребывают в состоянии ценностного диссонанса. С одной стороны, они осознают необходимость собственной деятельности в соответствии с «коммунальными ценностями» и ценностями своей аудитории, но, с другой стороны, находятся под общим прессом «деловых ценностей», которые вынуждают следовать им из необходимости самого существования в профессии. Эти «деловые ценности» пропагандируются прослойкой «успешных журналистов» и так называемых «менеджеров от журналистики» и, в общем, диктуются идеологией «общества потребления» [3, с. 228].

В свою очередь Т. А. Абрамских, акцентируя внимание на повышении качества подготовки журналистов, уделяет особое внимание созданию информационного продукта. В данном случае именно знания выступают системообразующей ценностью для журналиста [1, с. 20]. Высокий уровень социальной компетентности выступает гарантом успешной адаптации к динамично меняющимся условиям жизни социума, обеспечивает перспективность эффективной профессиональной самореализации [2, с. 29].

Для реализации своих целей деятельности журналистам необходимо уметь не только информировать о событии, но и учитывать целый комплекс характеристик, отражающих потребности, мотивы интересы, ценности аудитории. В этом случае с полной уверенностью можно сказать, что коммуникативный про-

цесс, в который вступают обе стороны, является взаимным обменом интересами и ценностными смыслами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абрамовских Т. А. Профессиональные компетенции журналиста печатных СМИ при освещении вопросов общего образования // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3. С. 15–23.
2. Карпова Е. А., Воронина М. Ф. Социальная компетенция и ее роль в современном образовательном пространстве // Социология и право. 2015. № 3. С. 25–34.
3. Сладковский С. А. Ценностный диссонанс и современная российская журналистика // Вестн. Санкт-Петербургского ун-та. Язык и литература. 2011. № 4. С. 226–236.
4. Kluckhohn F., Strodtbeck F. Variations in Value Orientations. Westport CT, 1992.
5. Parsons T., Shils E. Toward a General Theory of Action. Harvard University Press, 1951.
6. Rokeach M. The nature of human values. New York, 1973.
7. Schwartz S. H. Basic human values. Paper presented at the Cross-national comparison seminar on the quality and comparability of measures for constructs in comparative research: methods and applications, Bolzano (Bozen), Italy. 2009.